



REDES DIGITAIS E CULTURAS ATIVISTAS 2

MÍDIA, CULTURA E PARTICIPAÇÃO



ORGANIZAÇÃO

Tarcisio Torres Silva,
Juliana Doretto,
João Paulo Hergesel.

OK



REDES DIGITAIS E CULTURAS ATIVISTAS 2

MÍDIA, CULTURA E PARTICIPAÇÃO

Coleção:

Redes Digitais e Culturas Ativistas

Revisão textual:

Paloma Guimarães de Lima

Edição:

João Paulo Hergesel

Eliane Fernandes Azzari

Projeto gráfico e diagramação:

Mateus Dias Vilela

Conselho Editorial de Comunicação e Artes:

Prof.^a Dr.^a Clarice Greco Alves

Prof.^a Dr.^a Fernanda Castilho de Santana

Prof. Dr. Mateus Dias Vilela

Prof.^a Dr.^a Míriam Cristina Carlos Silva

Prof. Dr. Rogério Ferraraz

Conselho Editorial de Letras e Educação:

Prof.^a Dr.^a Andréa Antonieta Cotrim Silva

Prof.^a Dr.^a Danielle Ramos de Miranda Pereira

Prof. Dr. Eduardo de Moura Almeida

Prof.^a Dr.^a Fabiana Poças Biondo Araújo

Os trabalhos publicados neste livro foram submetidos à revisão por pares.

Pareceristas:

Prof.^a Dr.^a Aliana Aires (UNIFSA/ESPM)

Prof.^a Dr.^a Eliane Fernandes Azzari (PUC-Campinas)

Prof.^a Dr.^a Eliane Righi de Andrade (PUC-Campinas)

Prof.^a Dr.^a Josefina Tranquilin (ESAMC)

Prof. Dr. Felipe Mattei Martins (PUC-Campinas)

Prof. Dr. Ivan Paganotti (Umesp)

Prof.^a Dr.^a Luísa Paraguai Donatti (PUC-Campinas)

Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia de Paiva Jacobini (PUC-Campinas)

Prof.^a Dr.^a Míriam Cristina Carlos Silva (Uniso)

Prof.^a Dr.^a Paula Almozara (PUC-Campinas)

Prof. Dr. Rafael Fialho Barbosa Martins (UNIR)

Prof. Dr. Ricardo Gaiotto de Moraes (UFSC)

Prof. Dr. Rogério Ferraraz (UAM)

Prof.^a Dr.^a Tathiana Chicarino (PUC-SP/FESPSP)

Prof.^a Dr.^a Tatiana de Oliveira Sanches (ESPM)

Prof.^a Dr.^a Thifani Postali (Unicamp)

Prof. Dr. Vander Casaquí (Umesp)

Catálogo na publicação

Elaborada por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

R314

Redes digitais e culturas ativistas 2: mídia, cultura e participação / Tarcisio Torres Silva (Organizador), Juliana Doretto (Organizadora), João Paulo Hergesel (Organizador). – Alumínio-SP: CLEA Editorial, 2022.

(Redes digitais e culturas ativistas, V. 2)

Livro em PDF

345 p., il.

ISBN 978-65-996687-3-9

DOI 10.29327/562802

1. Comunicações digitais. 2. Redes sociais on-line. 3. Cultura. 4. Mídias sociais. I. Silva, Tarcisio Torres (Organizador). II. Doretto, Juliana (Organizadora). III. Hergesel, João Paulo (Organizador). IV. Título.

CDD 302.4

Índice para catálogo sistemático

I. Comunicações digitais : Redes sociais on-line

CLEA Editorial, selo acadêmico da Editora Jogo de Palavras - CNPJ: 15.042.985-0001-95
Rua José Jovino da Silva, 290 - Jardim Olidel - Alumínio, SP - CEP: 18125-000 - Brasil
editorajogodepalavras@outlook.com - <https://www.jogodepalavras.com/clea>

Dezembro de 2022.

Tarcisio Torres Silva,
Juliana Doretto,
João Paulo Hergesel.

ORGANIZADORES

REDES DIGITAIS E CULTURAS ATIVISTAS 2

MÍDIA, CULTURA E PARTICIPAÇÃO

clea
EDITORIAL

SUMÁRIO

- PREFÁCIO** 9
Políticas das narrativas: tecendo histórias em redes digitais
Rosana de Lima Soares
- Autonomia e financiamento na mídia independente: reflexões a partir do coletivo ponte jornalismo** 15
Jaqueline Suarez Bastos
DOI: 10.29327/562802.1-1
- Fake news x democracia: as eleições presidenciais de 2018 como estopim para a disseminação de notícias falsas** 37
Juliana Marques Borghi
DOI: 10.29327/562802.1-2
- Inclusão digital de pessoas vulneráveis no processo de desenvolvimento da comunidade: Pesquisa-ação no sul da Itália** 59
Andrea Volterran e Isabel Alfano
DOI: 10.29327/562802.1-3
- Design e cidadania digital: levantamento e análise de plataformas digitais de participação política** 83
Bruno Madureira Ferreira
DOI: 10.29327/562802.1-4
- Produção e consumo de conteúdo sobre games na pandemia** 105
Missila Loures Cardozo
DOI: 10.29327/562802.1-5

Sleeping Giants Brasil e o ativismo contra a desinformação e a extrema direita 127

Rosemary Segurado, Tathiana Senne Chicarino, Cláudia P. Ferraz, Carlos Raíce

DOI: 10.29327/562802.1-6

Redes sociocomunicativas e ativismo transnacional de bolivianos no Brasil no contexto do golpe de estado na Bolívia 149

Gabriel Soares de Almeida e Denise Cogo

DOI: 10.29327/562802.1-7

Use a rede a seu favor: o empoderamento feminino na dinâmica comunicacional da comunidade virtual modices 175

Bianca Maciente Colvara e Soraya Maria Vieira Ferreira

DOI: 10.29327/562802.1-8

O enquadramento das notícias durante a “Guerra do Spray” em São Paulo 203

Erivelto Amarante

DOI: 10.29327/562802.1-9

Leitura do/no mundo: Sobre appbooks e a experiência do ler na/a Urbe 225

Carina Ochi Flexor e Rogério José Camara

DOI: 10.29327/562802.1-10

Audiovisual, MST e Pandemia: novas perspectivas estéticas 241

Luara Dal Chiavon

DOI: 10.29327/562802.1-11

Narrativas, centros de memória e redes sociais: uma reflexão sobre a construção da identidade institucional e local 255

Henrique Barreiros Alves e Juliana Gomes da Rocha Barreiros Alves

DOI: 10.29327/562802.1-12

**O papel da espacialidade virtual do blog nas performances
identitárias da Dominatrix Rainha Frágil 277**

Pamella Opsfelder de Almeida

DOI: 10.29327/562802.1-13

**O que o caso Darko Maver tem a nos ensinar sobre ativismo
em rede? 301**

Camila Mancio, Sionelly Leite e Myrian Del Vecchio

DOI: 10.29327/562802.1-14

**Velhices LGBTQIA+: ativismo para não guardar no
armário 321**

Cíntia Liesenberg

DOI: 10.29327/562802.1-15

SOBRE OS ORGANIZADORES 337

SOBRE OS AUTORES 339

PREFÁCIO

Políticas das narrativas: tecendo histórias em redes digitais

Rosana de Lima Soares (ECA/USP)

“Não há história muda. Por mais que a queimem, por mais que a quebrem, por mais que mintam, a história humana se recusa a ficar calada.”
(Eduardo Galeano)

Em seu último longa-metragem, *Mães paralelas* (2021), o cineasta espanhol Pedro Almodóvar combina, uma vez mais, melodrama e política, partindo de vidas ordinárias e acontecimentos singulares para refazer o que neles há de extraordinário e geral, reconstituindo a memória coletiva de um tempo outro para tratar do tempo do agora. O filme narra não apenas as vidas de duas mulheres que se conhecem casualmente ao verem nascer, no mesmo dia, suas duas filhas, mas resgata as vidas de dezenas de outras mulheres que viram seus filhos desaparecerem durante a ditadura franquista, na Espanha. Entrelaçadas por dores e perdas, descobertas e recomeços, as personagens do filme buscam elaborar, em pequenos gestos, a memória daquilo que nunca foi visto para, assim, transformar traumas em acontecimentos.

Ao encerrar o filme com a frase de Eduardo Galeano, acima citada, o diretor conecta cotidiano e história, presente e memória, arte e política, utilizando-se de sofisticados recursos narrativos na representação filmica das tragédias vividas por suas personagens,

marcadas por cores fortes, para reapresentar a nós, espectadores, os vestígios apagados do mundo histórico. Filme de desencantos e encontros, seu final nos convoca a acolher com afeto e coragem não apenas aqueles relatos, mas a olhar as inúmeras possibilidades existentes, hoje, para contar, incansavelmente, outras histórias, sem deixar que se percam em silêncios e apagamentos.

É da incessante invenção de narrativas, portanto, que não apenas esse filme, mas toda a obra do cineasta, nos falam. Já nos anos 1970, Roland Barthes inicia seu clássico ensaio sobre a análise estrutural da narrativa, publicado em coletânea fundamental sobre esse campo, afirmando que “inumeráveis são as narrativas do mundo”. Fundadas sob formas quase infinitas de gêneros (tragédias, comédias, mitos, lendas, fábulas, contos, novelas), linguagens (oral ou escrita, visual ou gestual, fixa ou móvel) e formatos (pintura, cinema, televisão, rádio, quadrinhos, fotografia), as narrativas povoam o mundo da vigília e aquele dos sonhos:

A narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há, não há em parte algum povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas, e frequentemente estas narrativas são apreciadas em comum por homens de cultura diferente, e mesmo oposta (BARTHES, 1976, p. 18).

Inspiradas no conceito aristotélico de “peripécia”, esses relatos propõem rupturas e reviravoltas, desestabilizando – para novamente equilibrar – as expectativas comuns sobre a normalidade. Ancoradas no mundo histórico, é na estrutura da fabulação que as narrativas apoiam seus engates, oscilando entre a suposta transparência dos conteúdos ou na opacidade das formas, como se fossem janelas ou espelhos da realidade que pretensamente traduzem. Mais do que reproduzir os fatos, os relatos os constroem e, mais do que isso, os dotam de sentido e direção, imprimindo interpretações mais ou menos compreensíveis, mais ou menos plausíveis, dos eventos narrados.

A indagação, portanto, sobre porque contamos histórias é reiterada nos mais diversos momentos, ressaltando a importância de se delinear, em cada tempo e espaço, a natureza e a importância das narrativas, sua origem e seus desdobramentos. Assim, diferentes teorias apontam possibilidades para a análise crítica das mídias e

caminhos para as práticas midiáticas contemporâneas – verbais, visuais, audiovisuais, sonoras ou digitais. Sejam de natureza indicial ou imaginativa, as narrativas colocam em movimento a engrenagem da ficção: “Esta é a mágica da ficção: no meio das diferenças particulares entre grupos, ela inventa experiências singulares que revelam a humanidade que é comum a todos, protagonistas e leitores. A ficção de uma vida diferente da minha me ajuda a descobrir o que há de humano em mim” (CALLIGARIS, 2007, [s. p.]).

Ao lançar luz à realidade a partir da *fabulação*, um desvio se coloca: ainda que o mundo histórico não seja exatamente como contado, é por meio de sua representação que passa a ser conhecido e reconhecido pelos sujeitos. Os modelos narrativos moldam também experiências de vida, repetindo e renovando elementos e funções que colocam em cena personagens, ações e narrações. Na *fabulação* narrativa, portanto, histórias são *fabricadas* e não descobertas, como se esperassem para serem reveladas. Pode-se afirmar, assim, que no gesto narrativo “planejar requer expectativas razoavelmente bem estabelecidas sobre como a natureza funciona e, mais importante, sobre como os outros vão reagir [...] Mas é nosso talento narrativo que nos dá o poder de dar sentido às coisas quando isso lhes falta” (Bruner, 2014, p.37-38).

É, portanto, como *evento cultural* (estabelecendo uma rede de relações e laços sociais) e como *artefato verbal* (apresentando estratégias e táticas para sua elaboração) que se podem compreender aspectos materiais e simbólicos das narrativas, para além da mera sucessão de relatos. Isso nos conduz a uma outra questão: como, afinal, são contadas as histórias? O que possuem em comum entre si, como se tornam acessíveis aos seus interlocutores e como podem ser interpretadas? Por meio de um engenhoso aparato de geração de sentidos que envolve autores, leitores e obras, mobilizam-se noções complexas sobre linguagem e discurso, língua e fala, texto e contexto, expressando temas e figuras por meio de sistemas de produção e recepção.

É nesse cenário múltiplo que se vislumbram inúmeras histórias, potencializadas pelas mídias digitais, que ecoam vozes e imprimem olhares voltados para os desafios e urgências de seu tempo. Entre (re)produção e (re)apresentação da realidade, análises intratextuais ou extratextuais, hibridismos enunciativos e modos de enunciação configura-se um espaço polifônico e polissêmico, no qual a intertextualidade inerente aos discursos possibilita não apenas o surgimento de incontáveis narrativas, mas também ferramentas para sua análise crítica. Ao refletirmos sobre as narrativas midiáticas, é interessante

notar que na “passagem de um lugar a outro, do fato ao relato, é um processo de narrativização que se inscreve” nesses discursos, no qual “determinadas formas narrativas contribuem para produzir efeitos de sentido que corroboram seus pressupostos” (SOARES, 2010, p. 69), na articulação de realidades e sujeitos.

Se assumirmos que as mídias digitais se colocam como lugar privilegiado para a criação, circulação e distribuição das narrativas de nosso tempo, é nas redes sociais que elas se mostram com mais vigor. Tal movimento pode ser percebido nos capítulos que compõem este livro, reunindo práticas midiáticas, manifestações políticas e crítica cultural para desenhar, com nitidez, os contornos por vezes turbulentos, por vezes esperançosos, das narrativas que compõem os diferentes discursos que nos conformam e nos circundam. Tão variadas quanto as temáticas abordadas pelos textos – jornalismo independente, desinformação, democracia, inclusão, cidadania, comunidade, entretenimento, ativismo, migração, feminismo, tecnologia, pandemia, identidade, geração –, seus aportes teóricos e metodológicos demonstram a inventividade de um campo de estudos prolífico e vasto. Nele vemos as formas narrativas presentes nas redes ganharem corpo e tomarem a palavra para configurar um conjunto de *narrativas midiáticas* com diferentes estratégias e efeitos de sentido, sejam elas ficcionais, referenciais ou híbridas.

É assim que livros, jornais, revistas, fotografias, filmes, vídeos, podcasts compõem um mosaico multimidiático e marcadamente audiovisual, já que propagado por meio digital online. Em produções tradicionais, alternativas ou periféricas; materiais impressos, sonoros, audiovisuais; filmes ficcionais ou documentais; programas informativos ou de entretenimento; textos para circulação na internet, mesclando gêneros e formatos ou criando estilos a partir deles, o princípio originário do termo “narrativa” ganha múltiplos recobrimentos e se expande de forma antes não imaginada, alargando o sentido “inumerável” a ele atribuído por Barthes.

Tal ampliação potencializa também o campo da análise crítica, notadamente aquela empreendida em circuitos acadêmicos e universitários, como as aqui reunidas. Inúmeras interpretações – distintas, mas não excludentes – tornam-se possíveis na construção coletiva e colaborativa desse vasto campo, gerando um conhecimento comum e partilhado. Por meio de universos híbridos – imaginados e realistas, imersivos e flutuantes, lineares e hipertextuais – estabelece-se um percurso dinâmico no qual marcas textuais deixam pistas para novas

apropriações e remixagens, interferindo não apenas nas temáticas apresentadas, mas nos próprios modos de sua configuração.

Talvez seja esse o principal traço das narrativas midiáticas contemporâneas: trata-se de um novo estatuto de escrita e leitura, construído no tecido hipertextual e dinâmico das mídias digitais e difundido de modo cada vez mais expansivo em redes sociais. As questões que se colocam a partir desses novos hipertextos narrativos são desafiadoras e profundas: serão eles capazes de construir laços sociais na pulverização de seus contextos? Serão eles capazes, ainda, de restabelecer um sentido político que possibilite alcançar mais justiça e igualdade sociais? Serão eles, ainda mais, capazes de responder satisfatoriamente às questões éticas colocadas nas disputas entre diferentes sujeitos? Ao afirmar que conteúdos e formas são indissociáveis, e que não há equivalência entre narrativas distintas, um desafio se coloca a todos aqueles que pretendem criar ou interpretar, criticamente, essas produções.

Seja como produtores, autores ou interlocutores, não há neutralidade possível na composição de narrativas, o que nos leva a desejar que, em meio a sua atual diversidade, elas possam almejar a universalidade por meio de aberturas que, para além de explicitarem conflitos, visem restituir a humanidade que está presente no fundamento de toda história (re)contada, promovendo a participação e a reafirmação das narrativas como práticas sociais para autonomia e liberdade de todas as pessoas que delas compartilham.

Referências

BARTHES, R. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 1976.

BRUNER, J. Os usos das histórias. In: **Fabricando histórias, direito, literatura, vida**. São Paulo: Letra e Voz, 2014.

CALLIGARIS, C. Para que servem as ficções? **Folha de S. Paulo**, 18/01/2007.

SOARES, R. L. Pequeno inventário de narrativas midiáticas. **Revista Significação**. N. 34, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/68122>. Acesso em: 11 maio 2022.

AUTONOMIA E FINANCIAMENTO NA MÍDIA INDEPENDENTE: REFLEXÕES A PARTIR DO COLETIVO PONTE JORNALISMO

Jaqueline Suarez Bastos

Universidade Federal Fluminense (UFF)
suarez.jaque@gmail.com

INTRODUÇÃO

O debate sobre novos modelos de negócio no campo da comunicação não é recente, mas se intensificou nos últimos anos, trazendo consigo preocupações e questionamentos à linha tênue existente entre financiamento e autonomia. Os elos econômicos, políticos ou institucionais que fazem parte da estrutura tradicional das empresas jornalísticas (propaganda, patrocínio e *lobby* político, por exemplo) trazem implicações que afetam ou, ao menos, constroem o exercício de uma comunicação livre e independente. Tal premissa é base para o surgimento de vários coletivos (que se reivindicam) independentes. Estes grupos buscam atuar na contramão da lógica convencional, adotando formas alternativas de organização e financiamento, objetivando maior autonomia.

Para iniciar a discussão, frente às múltiplas interpretações e usos possíveis do termo, mostra-se necessário delimitar sobre qual mídia independente trata este trabalho. Como um conceito, o seu significado é relacional. Isto é, não há uma essência determinada, assumindo compreensões diversas em contextos variados (BENNETT; STRANGE, 2015;

ASSIS *et al.*, 2016). Ainda assim, trata-se de um termo que, por muito tempo, vem sendo disputado no campo da comunicação. Karppinen e Moe (2016) argumentam que seu uso é motivado, sobretudo, por uma necessidade de legitimação ao discurso jornalístico, sendo reivindicado, inclusive, pelas empresas hegemônicas de comunicação.

A partir do Catálogo de Teses e Dissertações da Capes¹, é possível notar dois grandes momentos de discussões sobre o tema no Brasil desde a virada do século: o primeiro marcado pela atuação do Centro de Mídia Independente (CMI)² no país e no exterior, por volta dos anos 2000, como demonstram os estudos de Nascimento (2013) e Cabral (2019). O outro, mais atual, é pautado por iniciativas de mídia que surgiram e/ou ganharam visibilidade na esteira das grandes mobilizações sociais, que se intensificam no Brasil em 2013 (e reverberam nos anos posteriores). Além disso, esse conjunto (diverso) é, ainda, caracterizado e possibilitado (tal como é) por conta do desenvolvimento tecnológico e do crescente acesso à internet, que ampliou não só as oportunidades para circulação de conteúdo, como também favoreceu a criação e organização de grupos. Isso significa que a rede hospeda, de formas variadas, também as dinâmicas de produção dos grupos e coletivos independentes (PONTO DE..., 2016; FIGARO, 2018).

A independência absoluta, como argumentam Bennett e Strange (2015) e Karppinen e Moe (2016), é inalcançável. Opera, assim, como uma utopia que mobiliza as pessoas em torno da ideia de que as coisas poderiam ser melhores. Traduz-se em discursos e movimentos concretos, tornando-se um caminho que se realiza no próprio caminhar. É a partir desse ideal que a mídia independente se constrói. A noção de independência não é, no entanto, apenas um valor interno que orienta produções e produtores. Também é uma noção reivindicada publicamente pelas organizações. A independência pode ser um sentido construído em relação a governos e atores do Estado; aos interesses mercadológicos; às empresas e empresários; ou, ainda, à lógica capitalista (ASSIS *et al.*, 2016).

A noção construída coletivamente (resguardando as particularidades de cada projeto) é pautada, de forma recorrente, pela busca por mudanças estruturais no que tange o financiamento e a estrutura funcional (PONTO DE..., 2016; FIGARO, 2018; MARQUES, 2019). Se a

1 Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). O catálogo está disponível em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

2 O CMI-Brasil faz parte de um projeto global de comunicação, que emergiu durante as manifestações contra representantes globais do capitalismo, a partir de 1998 em várias cidades do mundo. Veja mais em LUDD, 2002; NASCIMENTO, 2013; CABRAL, 2019.

independência se constrói no afastamento aos atores que, historicamente, sustentam os veículos de mídia (ASSIS *et al.*, 2016), podemos entender que a mídia independente buscará novas formas de custear seu trabalho. Nessa lógica de financiamento, o objetivo não é obter lucro, mas sim assegurar a sustentabilidade do projeto. A mídia independente almeja, assim, possibilidades concretas de mais autonomia para o coletivo.

É importante ressaltar que este capítulo é um recorte de uma pesquisa mais ampla, já concluída, cuja proposta era compreender a noção de independência formulada e reivindicada por duas iniciativas de mídia independente: a Ponte Jornalismo e o Jornalistas Livres. O objetivo geral era tensionar essa noção (singular) de independência sob o viés da autonomia e sustentabilidade econômica.

Neste trabalho, propomos um enfoque sobre as dinâmicas de financiamento do coletivo Ponte Jornalismo em diálogo com a noção de independência reivindicada por esta organização. A partir de uma perspectiva descritiva-exploratória, buscamos explicitar as estratégias de financiamento adotadas e, principalmente, a relação destas com a compreensão (singular) de independência da Ponte. Para tal, utilizamos como instrumentos metodológicos a revisão bibliográfica (STUMPF, 2015), o levantamento documental e a entrevista em profundidade (DUARTE, 2015).

O ECOSISTEMA DE MÍDIA INDEPENDENTE

Nas últimas duas décadas especialmente, a noção de mídia independente (nos países latino-americanos, sobretudo) tem sido bastante acionada para se referir aos projetos nativos digitais que estão independentes da estrutura convencional de mídia. Trata-se de uma compreensão de independência baseada no afastamento ao poder (econômico e simbólico) dos conglomerados de mídia, assim como de sua lógica de funcionamento – vertical, setorizada e privada. Nesse contexto, Karppinen e Moe (2016) e Assis *et al.* (2016) observam que a oposição ao sistema hegemônico é uma questão de fundo que atua não apenas sobre a retórica, como também sobre as práticas e rotinas de produção, de modo que as regras do mercado e da indústria convencional não aprisionem a criatividade e a liberdade autoral dos produtores.

Boa parte dos projetos objetiva diferenciar seu trabalho da mídia hegemônica por meio de uma maior liberdade editorial, possibilitada

pelo rompimento dos elos (institucionais) que dão sustentação à mídia comercial (PONTO DE..., 2016). São propostas variadas que compartilham ideais de independência em relação ao Estado, às forças do mercado e às indústrias de mídia. Organizam-se em formatos distintos do convencional, criando coletivos, associações sem fins lucrativos, micro e pequenas empresas, organizações da sociedade civil, entre outros (ASSIS *et al.*, 2016; FIGARO, 2018).

Por vezes, são iniciativas caracterizadas “[...] pelo ativismo em defesa de causas, valores e compromissos éticos específicos do nosso tempo” (ASSIS *et al.*, 2016, p. 13). Nesses casos, a noção de independência é acionada de forma mais incisiva contra o poder econômico. Assim, o termo pode significar, ainda, um modo “[...] particular de fazer as coisas que é uma alternativa ao *mainstream* e sua lógica [...]” (KARPPINEN e MOE, 2016, p. 110, tradução nossa), apresentando uma conotação mais subversiva de politização radical, orientação à justiça social ou compromisso político.

No Brasil, o surgimento desse tipo de iniciativa tem sido registrado em alguns estudos, sendo o Mapa do Jornalismo Independente (2016), da Agência Pública, uma referência sobre o tema. A pesquisa mapeou³, inicialmente, 79 iniciativas, das quais quase metade (36) estão concentradas na cidade de São Paulo. Ao registro inicial somou-se a colaboração dos leitores, que indicaram outros 87 projetos, totalizando 166 mídias independentes catalogadas.

Outros estudos de fôlego foram liderados pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (USP), com núcleos regionais espalhados por todo o país (FIGARO, NONATO e KINOSHITA, 2017; FIGARO, 2018); E, também, pela organização não governamental Sembramedia, que produziu o Relatório Ponto de Inflexão (2016), um estudo amplo sobre modelos de organização com a participação de cem projetos de mídia independente de quatro países latino-americanos. Entre eles, 25 são brasileiros.

Todos esses trabalhos indicam que o crescimento da mídia independente vive seu ápice entre 2014 e 2015, período marcado por amplas manifestações de rua e forte instabilidade política. Junho de 2013 é, dessa forma, compreendido como um marco nos estudos sobre a mídia independente, ainda que outros fatores também devam ser mencionados, tais como: a crise na política institucional, o

3 O mapeamento da Agência Pública obedece a quatro critérios: “1. Organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; 2. Organizações que nasceram na rede; 3. Projetos coletivos, que não se resumem a blogs; 4. Sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas” (PUBLICA, 2016, [s. p.]).

crescimento na oferta e no acesso às tecnologias digitais e as reformulações (e, em certa medida, precarização) no campo profissional de jornalistas.

De acordo com o levantamento do Sembramedia (PONTO DE..., 2016), a maior parte das organizações independentes é liderada por profissionais da comunicação. Os dados correspondem à análise de iniciativas sediadas na Argentina, no Brasil, na Colômbia e no México. Outros levantamentos de caráter nacional e/ou regional (PUBLICA, 2016; ASSIS *et al.*, 2016; FIGARO, 2018) reafirmam tal percepção, ressaltando o envolvimento e, principalmente, o comando de boa parte desses projetos por jornalistas e outros profissionais da comunicação.

Há, no entanto, muitas exceções, especialmente nas propostas de caráter mais ativista, que sejam produzidas a partir da periferia e/ou com recorte racial ou de gênero. A participação de profissionais de outras áreas ou de pessoas sem formação acadêmica/técnica se dá, sobretudo, por perceberem os coletivos como espaços possíveis de visibilidade e contraponto às suas causas (FIGARO, 2018). A contar do momento em que compreendem a mídia como um espaço privilegiado de disputa, em um contexto marcado pelo acirramento dos conflitos e desigualdades sociais, passam a construir e ocupar espaços alternativos de comunicação, com objetivo de canalizar as lutas (políticas e sociais) nas quais acreditam.

A partir disso, nota-se que os projetos de mídia independente variam entre propostas, exclusivamente, jornalísticas e outras de caráter mais ativista, apresentando este último conjunto um perfil mais diversificado entre seus participantes. Apesar de uma base semelhante, são formações orientadas por valores e finalidades diferentes. Irão compreender e acionar dimensões de independência com algum grau de variabilidade ou até discordância. Estamos, assim, diante de um cenário dinâmico e em constante transformação, em que não há unanimidade em relação à produção, ao modelo de organização, aos vínculos estabelecidos com colaboradores ou, ainda, aos meios para financiamento.

As mídias independentes adotam modelos variados de organização, contemplando estruturas horizontais, colaborativas e abertas à participação de leitores na produção do conteúdo, assim como modelos mais próximos à estrutura convencional empregada nas redações comerciais, materializada na divisão de tarefas, definição de processos produtivos e estabelecimento de cargos e funções (e, em alguma medida, de hierarquias). Essa variação organizacional dialoga com o tipo de vínculo que é estabelecido com aqueles que fazem par-

te do coletivo (FIGARO, 2018; MARQUES, 2019). Isto é, iniciativas em que os participantes atuam de forma voluntária dificilmente conseguem estabelecer uma estrutura organizacional fixa. Pelo contrário, tendem a coletivizar as decisões, estabelecendo relações mais horizontais entre os participantes, assumindo uma estrutura funcional (definição de cargos, estabelecimento de tarefas, divisão em setores etc.) mais flexível e espontânea.

Por sua vez, os projetos que conseguem remunerar seus colaboradores (reconhecidos como *freelancers* ou como assalariados; de forma parcial ou absoluta) tendem a buscar uma maior “profissionalização”. Pode-se compreender tal profissionalização como o estabelecimento de processos e rotinas de trabalho que têm, com frequência, as redações convencionais como referência, reproduzindo ou adaptando elementos do seu modelo organizacional. Não são, contudo, estruturas necessariamente verticalizadas e hierárquicas. Pelo contrário, a maior parte dos projetos rejeita as características típicas das redações comerciais (PONTO DE..., 2016). Em outras palavras, pode-se apontar que algumas iniciativas independentes estão ressignificando e remodelando as estruturas tradicionais de trabalho.

Importante ressaltar que há, sem dúvidas, diferenças agudas entre os projetos que existem (e se organizam) apenas com trabalho voluntário e aqueles que conseguem remunerar financeiramente seus participantes (ainda que, em alguns casos, parcialmente). Existem óbvias disparidades entre equipes que produzem nos intervalos ou após sua jornada de trabalho e aquelas que têm na mídia independente o seu trabalho formal. Isto é, retiram dessa atividade o retorno financeiro que garanta sua sobrevivência.

No levantamento liderado por Figaro (2018), que analisou 70 iniciativas nativas digitais independentes, os projetos foram subdivididos em núcleos a partir de suas características⁴. Dentro dos seis núcleos constituídos, foi feita uma nova subdivisão, chegando ao apontamento final de 17 categorias. O estudo está entre os primeiros a propor algum tipo de sistematização das mídias independentes.

A Ponte Jornalismo está incluída na sistematização proposta por Figaro (2018). Segundo o estudo, a iniciativa integra um núcleo caracterizado por forte presença de marcadores jornalísticos em suas práticas, além da (auto)identificação como mídia alternativa e/ou independente. No entanto, há nesse conjunto subgrupos distintos. O

4 A incidência de marcadores jornalísticos na produção assim como a autoidentificação foram fatores centrais na proposta de classificação da pesquisa (FIGARO, 2018, p. 42-51).

conjunto no qual a Ponte está incluída é descrito, pela autora, como: “[...] identificado com a deontologia tradicional do jornalismo. Proclama-se jornalismo independente, com apuração aprofundada, desvinculado de interesses comerciais e políticos” (FIGARO, 2018, p. 43). Além da Ponte, veículos como Agência Pública e Repórter Brasil também estão alocados nesse grupo.

Pode-se afirmar, assim, a existência de diferentes vertentes localizadas sob um mesmo guarda-chuva terminológico: mídia independente. Entendemos que a (auto)identificação enquanto mídia independente reflete similaridades estruturantes e/ou contextuais, mas reconhecemos, também, as particularidades de propósitos e condições materiais que dão a tônica de um ecossistema diverso. A Ponte Jornalismo é um projeto alinhado ao exercício do jornalismo nos moldes tradicionais, porém sem as amarras econômicas e políticas típicas das redações da mídia comercial. A iniciativa é, dessa forma, representativa de uma vertente específica da mídia independente e não de todo o conjunto plural e diverso.

QUEM É A PONTE JORNALISMO?

A Ponte Jornalismo surgiu com a proposta de ser o primeiro veículo especializado em Segurança Pública do país. Direitos Humanos e Justiça completam o eixo temático trabalhado pelo grupo, que foi criado em 2014. Entre os fundadores estão jornalistas com bastante experiência na cobertura do tema e com longa trajetória profissional na imprensa comercial. Ao todo, 17 pessoas estiveram envolvidas com a criação do projeto.

O time reunido compartilhava um propósito comum: cobrir Segurança Pública a partir de um lugar que reconheça e considere os Direitos Humanos como algo universal. Segundo Fausto Salvadori (2020), cofundador da Ponte, na prática isso é ilustrado pela construção das narrativas que priorizam a versão e a perspectiva das vítimas das ocorrências cobertas pelo veículo (em detrimento ao uso das fontes oficiais como sinônimo da realidade dos fatos).

O encontro dos fundadores da Ponte foi ocasionado por um chamado da Agência Pública (outra organização (auto)identificada como mídia independente). Na época, a proposta era produzir uma série de reportagens aprofundadas sobre segurança e contar com o auxílio de profissionais já experientes nesse tema. “Eram várias pessoas que trabalhavam na área querendo pensar em como fazer essas matérias.

A gente fala: legal a ideia, mas por que a gente não faz algo mais ambicioso? Em vez de a gente fazer uma série de matérias, a gente cria um site” (SALVADORI, 2020, informação verbal)⁵.

A ideia ganhou força entre os participantes e, também, o apoio institucional da Agência Pública, que passou a ser uma incubadora do projeto. Os nomes de Natalia Viana e Marina Amaral, cofundadoras e diretoras da Agência Pública, constam no site da Ponte como cofundadoras. Segundo Salvadori (2020), a instituição participou das primeiras discussões de criação do projeto e contribuiu, ainda, com a parte estrutural básica (registro de domínio do site, estruturação de servidor e coisas similares).

Foram cerca de três meses entre a primeira reunião chamada pela Agência Pública, em março de 2014, e o dia 26 de junho, data em que o site entrou no ar com a primeira reportagem publicada. A aparente facilidade para a criação de um site foi, inicialmente, um fator motivacional fundamental para os jornalistas envolvidos. O projeto surgiu, assim, “[...] sem um plano de comunicação, sem plano de negócios, sem o mínimo de estrutura administrativa e sem qualquer existência [registro] legal” (SALVADORI, 2020, informação verbal). Pouco havia sido discutido e decidido acerca do modelo de organização e financiamento que viria a ser adotado.

Na visão de Fausto Salvadori (2020), no começo, a Ponte era um coletivo de jornalistas no qual todos decidiam tudo e faziam de tudo. O grupo entendia ser importante ter um local físico; então alugaram a primeira sala no Bixiga, no centro de São Paulo. Em entrevista ao canal online da Rede TV, Maria Carolina Trevisan (2014) contou que o espaço era financiado pela própria equipe em que, além do trabalho voluntário, contribuía com um valor mensal. As discussões sobre formalização, modelo de organização e meios de tornar o projeto sustentável só aconteceriam nos anos seguintes, como aponta Antônio Junião (2020, informação verbal), que ingressou no coletivo poucos meses após a fundação⁶.

Naquela época, as pessoas queriam um veículo para publicar as histórias que eram impossíveis na imprensa mais convencional. Jornalismo não é uma coisa simples, é uma coisa cara, precisa ter recursos, você tem boletos para pagar e a Ponte daquela época não estava nem preparada para começar a discutir sobre isso.

5 Fausto Salvadori em entrevista à autora por videochamada, em 1º de maio de 2020.

6 Atualmente, é Diretor de Arte e Projetos Especiais da Ponte Jornalismo.

A estruturação da Ponte enquanto um veículo de mídia registrado legalmente, com a definição de meios de financiamento e organização, foi uma construção gradual. No início, o que parecia bastante sólido era o posicionamento político dos envolvidos e a linha editorial. Esses temas eram abordados, abertamente, em entrevistas e no próprio site. Um manifesto chegou a ser criado e disponibilizado no portal⁷. Na seção, o grupo expressava os propósitos e posicionamentos político-sociais que norteavam a criação do projeto – (contra a desigualdade social, antirracista, pró-equidade entre os gêneros, a favor do sistema democrático etc.), além de apresentar as características do jornalismo que pretendiam realizar.

O Manifesto da Ponte Jornalismo (2014) mencionava, por vezes, a violência de Estado, via forças de segurança e judiciário, para retratar o cenário social enfrentado pelo país. As mazelas da escravidão, das quase duas décadas de ditadura militar, do acesso desigual à educação, à moradia, à saúde e à terra ainda mostram suas marcas na atualidade, segundo o texto. Nesse cenário, em que muito ainda precisa ser feito, o grupo se apresentava como um meio de expressão ao lado das minorias que integram a maior parte do contingente populacional do país. No Manifesto (2014, *online*), eles afirmam: “queremos romper com a visão – presente tanto no jornalismo como nas políticas de segurança pública – que privilegia o centro sobre a periferia e o asfalto sobre o morro. Contra as barreiras e preconceitos, escolhemos a travessia. Por isso, Ponte”.

A ausência de vínculos institucionais é relacionada pelo grupo a uma maior liberdade editorial. Por não ter as amarras de interesses comerciais ou financeiros de terceiros por trás da produção do conteúdo, haveria um espaço maior de autonomia ao jornalista. Sendo a maioria da equipe egressa ou atuante nos veículos tradicionais de comunicação (na época de lançamento do site), nota-se que havia um ímpeto de experimentar uma liberdade dificilmente acessada dentro das redações convencionais.

7 O texto de manifesto esteve no ar até julho de 2015, conforme mostra a visualização na plataforma Wayback Machine, que permite acessar versões anteriores de um endereço eletrônico. Entre julho e agosto daquele ano, uma grande mudança visual foi realizada no site. A seção “Manifesto” foi retirada do ar. A página pode ser acessada em: <https://shortest.link/137c>. Acesso em: 11/01/2021.

Figura 1: Captura de tela da Seção “Manifesto” no site da Ponte, em julho de 2014

INTERNET ARCHIVE
Wayback Machine
22 captures
7 Jul 2014 - 13 Feb 2015

http://ponte.org/manifesto/ [Go] JUN 07 AUG 2014 2015

HOME REPORTAGENS ANÁLISES VÍDEOS INDICAMOS MANIFESTO QUEM SOMOS 🔍 Entre as palavras chave BUSCA

PONTE SEGURANÇA PÚBLICA, JUSTIÇA E DIREITOS HUMANOS

Apoio Institucional
Pública

f t v y

PÁGINA INICIAL / MANIFESTO

Existirmos – A Que Será Que Se Destina?

A sociedade brasileira está sob ataque cerrado de grupos de pressão que advogam um Estado presentemente violento e coercitivo como forma de encobrir as mazelas de um país ainda tão desigual.

Prova disso são os assassinatos de tantos Amarilhos todos os dias nas favelas. Mortos pela polícia.

Tais crimes encontram sua origem nos quase 400 anos da escravidão que infelicitou, prendeu, torturou e matou indígenas, africanos e seus descendentes.

Ajuda do direito à educação, à terra, à propriedade, à saúde e à moradia digna, a carne negra permanece a mais barata do mercado.

Para manter essa situação, concorre e concorre fortemente o aparato repressivo do Estado, aí incluídos a Justiça, o exército, as guardas e polícias, até chegar ao mecanismo punitivo e prisional.

É bem verdade que, durante o período de luta pela redemocratização, depois de 21 anos de ditadura civil-militar, a opinião pública pareceu convencida da necessidade de Justiça Social, Racial e de Gênero, Direitos Humanos, Redução da Desigualdade Econômica, Igualdade de Oportunidades. E Paz para todos.

Nesses anos combativos, corações e mentes foram chocalhados por corajosos e impressionáveis repórteres, que expuseram ao escrutínio do país a barbárie da violência praticada nas quebradas e delegacias, revelaram a crueldade e corrupção dos grupos de extermínio e esquadrões da morte, denunciaram a miséria do recurso à tortura como “técnica de investigação”.

Essas denúncias, aliadas ao avanço do movimento social, resultaram em importantes políticas públicas garantidoras de direitos aos mais fracos e humildes. Por exemplo, venceu-se a batalha para que fossem endereçados à Justiça comum os crimes de morte cometidos por policiais, surgiu o Estatuto da Criança e do Adolescente e mortaram-se as defensorias públicas.

Mas foi só um começo. Muito mais precisa ser feito.

Fonte: Ponte Jornalismo / Wayback Machine, 2021.

Não temos chefes. Em uma disputa, ouviremos todos os lados porque não aceitamos nenhuma ligação ou subordinação em relação a partidos, governos, corporações ou confissões religiosas. Para produzir reportagens que honrem a verdade, nosso método é a independência absoluta, honestidade e autocrítica (MANIFESTO, 2014, [s. p.]).

Visão semelhante aparece na aba “Quem somos” (2014, [s. p.]), que aponta que o trabalho pretendido se dará por meio de um jornalismo “livre de compromissos econômicos”. Ainda na seção, o grupo explicita o modelo de organização adotado, baseado na “[...] formação de um coletivo de profissionais, unidos em torno de um ideal, num projeto sem fins lucrativos, sem nenhum tipo de filiação partidária e aberto ao diálogo e à colaboração da sociedade” (QUEM SOMOS, 2014, [s. p.]).

É observável a existência de uma política de transparência nos canais da Ponte, um valor que se fez presente da fundação até os

dias atuais. Na versão mais recente do site (modificada no segundo semestre de 2020), a gama de informações acerca da organização foi ampliada e aprofundada, sendo disponibilizado até o valor de recursos obtidos no ano anterior, uma informação, geralmente, ocultada até pelas iniciativas no campo alternativo da comunicação.

Na seção “Quem Financia” estão indicadas as relações estabelecidas entre a Ponte Jornalismo e outras mídias independentes na realização de reportagens; os contatos com fundações e instituições filantrópicas responsáveis pelo financiamento direto da Ponte e/ou por projetos desenvolvidos; além de mencionar, ainda, empresas como Google e Yahoo, com as quais a Ponte desenvolve trabalhos pontuais e venda de conteúdo, respectivamente. A explicitação de todas essas relações vem acompanhada da seguinte afirmação: “[...] nenhum financiador tem qualquer ingerência sobre o conteúdo que produzimos. Todos os acordos de financiamento ou de venda de conteúdos e serviços são pensados para não afetar a independência e os demais princípios da Ponte Jornalismo” (QUEM FINANCIAMOS, 2020, [s. p.]).

O entendimento da independência como sinônimo de ausência absoluta de relações com outras instituições ou pessoas é, na visão de Fausto Salvadori (2020, informação verbal), o grande problema para a adoção do termo.

O problema de quando você começa a usar muito o termo independente, a pensar muito nesse conceito é que ele te leva a várias armadilhas. A gente tem dinheiro da [Fundação] Open Society, por exemplo. A gente tem dinheiro do Yahoo. A gente depende deles. Então, até que ponto a gente pode se dizer independente? A rigor, nenhum veículo é independente de verdade, porque algum dinheiro sempre vai vir de algum lugar. Ah, mas tem independência editorial? Sim, mas até aí muito veículo tem independência editorial, no sentido de não precisar deixar que quem paga edite o seu conteúdo. [...] só seria realmente independente se ele [veículo] existisse realmente livre, no ar, sem depender de ninguém. [...] você sempre vai depender de alguém, em certo sentido.

No entendimento do jornalista, quando se utiliza a identificação de mídia independente no contexto brasileiro atual, o que se tem são iniciativas que estão à parte de grandes grupos econômicos e/ou não tenham implicações com sujeitos e grupos poderosos, como governos, judiciário, parlamentares, partidos políticos ou instâncias religiosas.

A busca por independência, contudo, não pode ser lida como aspiração à neutralidade ou isenção, pelo contrário. A exemplo do que fazem outros coletivos independentes (BASTOS; COSTA, 2018), a Ponte demarca e expressa publicamente de qual lado está. O trabalho realizado pelo grupo é apresentado como um “jornalismo de causa”, entendido como a substituição do caráter comercial pela função social da atividade, colocando-se “[...] à serviço da luta pelos direitos humanos, contra o racismo e todas as opressões de raça, gênero e classe” (PRINCIPIOS, 2020, [s. p.]). Para isso, segundo o texto, busca ampliar vozes historicamente silenciadas. Isto é, trazer para os espaços de visibilidade as histórias e relatos de pessoas negras, indígenas, LGBTQIA+, mulheres, populações quilombolas, periféricas, entre outros. Na visão de Maria Teresa Cruz (2020, informação verbal), a mídia independente faz um contraponto à mídia hegemônica, que

[...] desrespeita muito as narrativas, contando histórias inadequadas, trazendo sempre a versão oficial como primordial ou bastião da verdade [...]. Na mídia independente isso não acontece porque não tem a amarra econômica e, quando estamos falando dos cinco barões da comunicação, eles têm interesses e compromissos econômicos, inclusive. Eu entendo que o jornalismo independente permite você colocar como protagonista o dono da história, não dando mais moral do que o necessário para a versão oficial, seguindo o abecedário do jornalismo, que é ouvir o máximo de vozes ou de lados possíveis [...]. Então, é liberdade, honestidade no propósito e transparência. Para mim, o jornalismo independente é isso.

Pode-se perceber que o aspecto econômico tem um papel relevante na compreensão de independência do grupo. Porém, é nas possíveis interferências da dimensão econômica no conteúdo, no trabalho dos jornalistas e na organização do veículo que está o ponto central de atenção dos envolvidos. O entendimento compartilhado por Maria Teresa Cruz explicita que o jornalismo pretendido (e, em sua visão, é exercido) pela Ponte não estaria disposto a curvar-se frente aos interesses de outrem. Nesse sentido, a independência pretendida não seria construída pela ausência absoluta de relações com instituições e/ou empresas, mas pela fidelidade aos propósitos, pela transparência/honestidade com o público e com as fontes, e pelo exercício de um jornalismo responsável, preciso e investigativo.

DINÂMICAS DE FINANCIAMENTO

A Ponte é um projeto de jornalismo sem fins lucrativos. Na prática, o termo refere-se a iniciativas construídas, geralmente, a partir de uma estrutura mínima, com um quadro de colaboradores enxuto e um volume modesto de recursos. Nesse formato, a orientação ao lucro e o viés mercadológico tendem a serem abandonados, abrindo espaço a outra lógica: de tornar economicamente sustentável o funcionamento do projeto. Iniciativas sem fins lucrativos não funcionam, necessariamente, sem receita. Definem-se pelo objetivo de gerar e/ou arrecadar recursos na medida de sua sobrevivência.

Para a garantia da sustentabilidade, a estratégia mais comum entre as mídias independentes é a combinação de mais de uma fonte de receita (O MAPA..., 2016; PONTO DE..., 2016; FIGARO, 2018). A partir disso, Alves e Bitar (2017) destacam que o financiamento coletivo desponta como um dos meios mais populares para a obtenção de recursos. Importante mencionar que, de formas distintas, a Ponte Jornalismo fez (no passado) e faz (no presente) uso de financiamento coletivo. O *crowdfunding* (bem como outros meios de receita coletivos e/ou oriundos de leitores) é uma fonte de recursos estratégica para a manutenção do projeto, como veremos a diante.

Por três anos, entre 2014 e 2017, a Ponte sobreviveu apenas com recursos próprios e trabalho voluntário. No primeiro semestre de 2017, dando início a um plano de profissionalização, o grupo lançou a campanha “Fortaleça a Ponte” no Catarse. O financiamento coletivo almejava arrecadar R\$ 130 mil, que seriam utilizados para montar uma estrutura de redação por seis meses, com profissionais remunerados, equipamentos e locação de um espaço próprio. Em dois meses, a campanha terminou com um saldo de R\$ 74,6 mil.

Meses depois, ainda em 2017, o grupo conquistou o primeiro financiamento oriundo de uma Fundação Filantrópica: a Open Society Foundations⁸. Com a entrada desse recurso, entre 2017 e 2018, a Ponte passou a ter uma equipe fixa de dois jornalistas, trabalhando de forma remunerada e com dedicação exclusiva ao veículo. Isto é, eles passaram a ter na Ponte o seu principal e/ou único emprego. Em 2019, já eram três jornalistas contratados formalmente: “[...] a gente só montou essa equipe porque tinha o financiamento da Open Society. O *crowdfunding* fica muito para as várias despesas do dia a dia [...].”

8 A instituição financia programas de jornalismo por todo mundo e, apenas no ano de 2017, destinou 2,3 milhões de dólares para projetos sediados na América Latina e Caribe. Informação encontrada no site da Open Society Foundations, disponível em: <https://www.opensocietyfoundations.org/who-we-are/financials>. Acesso em: 10 maio 2021.

A nossa renda, hoje, é mais da Open Society, ainda”, explicou Salvadori (2020, informação verbal).

Na avaliação de Salvadori (2020) e Junião (2020), nunca houve interferência de fundações e empresas no trabalho realizado pela Ponte. Porém, eles concordam existir uma interferência indireta, em sentido amplo, ao gerar visibilidade para determinados temas e não para outros; ao pautar determinados assuntos, financiar esses trabalhos e outros não. Na época das entrevistas, o grupo recebia recursos de um fundo de investimento da Google para coberturas sobre a pandemia de Covid-19. No mesmo período, a Ponte participava de projetos em parceria com outras mídias independentes que, também, recebiam aportes financeiros da Google e do Facebook, como o Festival 3I⁹ e o Canal Reload¹⁰.

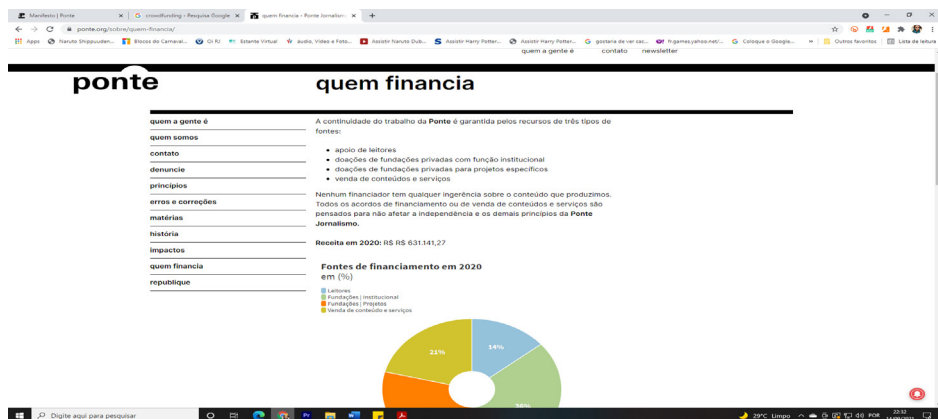
O financiamento de projetos e produções específicas não é uma fonte de recursos permanente, mas se tornou frequente na Ponte. O recurso que tem começo, meio e fim passou a ser utilizado para pagar parte da equipe que não tem salário fixo, como Antônio Junião. Esse tipo de apoio (de fundações para projetos específicos) representou 29%, ou R\$ 132 mil, do faturamento da Ponte no ano de 2020. Essa fonte de receita só fica atrás do financiamento direto de fundações ao veículo, que representou, também no ano de 2020, 36% da verba, ou R\$ 224 mil.

Esses dados passaram a ser públicos no final de 2020, quando a Ponte incluiu uma seção no site destinada à transparência dos valores que entram em caixa e como são utilizados. Com base nisso, podemos notar que fundações filantrópicas foram responsáveis por mais da metade das receitas da Ponte (65%), considerando os dados de 2020.

9 O Festival 3i – Jornalismo Inovador, Inspirador e Independente é um evento de jornalismo, organizado por treze organizações nativas digitais: Agência Lupa, Agência Pública, Colabora, Congresso em Foco, Énois, JOTA, Marco Zero Conteúdo, Nexo, O Eco, Poder360, Ponte Jornalismo, Repórter Brasil e Revista Nova Escola. Disponível em: <https://festival3i.org/o-que-e/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

10 O Reload é fruto de uma parceria com outras nove mídias independentes: ((o)eco, Agência Lupa, Agência Pública, Amazônia Real, Congresso em Foco, Énois, Marco Zero Conteúdo, Projeto #Colabora e Repórter Brasil. Disponível em: <https://reload.news/>. Acesso em 10 maio 2021.

Figura 2: Seção do site da Ponte mostra receitas obtidas em 2020



Fonte: Ponte Jornalismo, [s. d.].

A estratégia de financiamento adotada pela Ponte, nos últimos anos, tem sido baseada na diversificação de receitas. Essa variedade se dá não apenas entre fontes (sujeito-instituição origem), como também nos meios (caminhos/formas). No caso dos leitores/públicos, há pelo menos três formas de colaborar financeiramente com o veículo: o programa de membros “Tamo Junto”, que busca converter a audiência do site em recurso; doações avulsas por transferência bancária; e, por meio de assinatura no Catarse, em que o doador escolhe uma determinada cota para colaborar mensalmente. No primeiro semestre de 2021, cerca de 300 pessoas assinavam o financiamento recorrente da Ponte na plataforma Catarse¹¹, resultando em uma quantia próxima a R\$ 7 mil mensais.

O caminho para tornar a Ponte, verdadeiramente, sustentável, na percepção de Junião (2020), passa por reduzir os recursos vindos de fundações e aumentar a receita gerada por meio do apoio dos leitores. A inconstância e a curta duração de boa parte dos apoios vindos de instituições filantrópicas fazem com que o projeto ainda não tenha, na visão do jornalista, sua sustentabilidade garantida.

É preciso mencionar, ainda, o papel do ecossistema independente. As mídias independentes têm realizado muitos trabalhos em conjunto,

11 O financiamento recorrente da Ponte, lançado em 2018 no Catarse, chama-se Construa a Ponte e está disponível em: https://www.catarse.me/construa_ponte. Acesso em: 10 maio 2021.

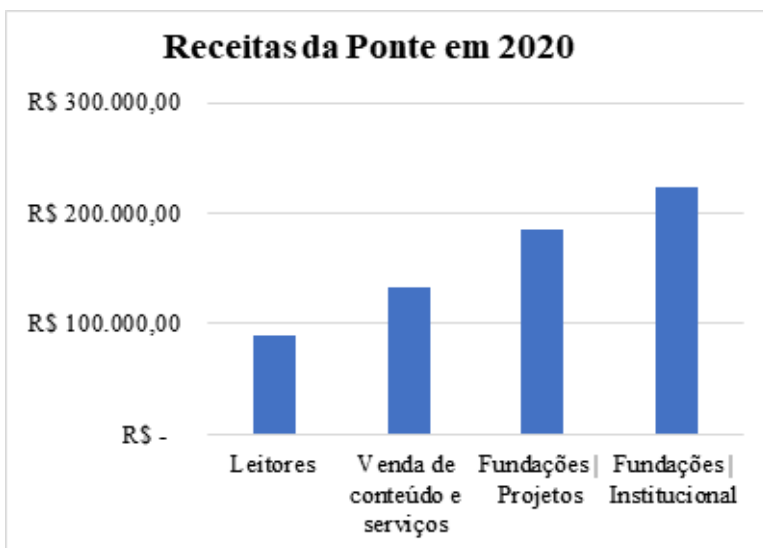
sejam reportagens ou projetos autorais maiores – como é o caso do Canal Reload e do Festival 3I. Essa parceria que viabiliza certas ações retorna, também, em visibilidade e, não raramente, em recursos (diretamente ao projeto desenvolvido ou indiretamente para a arrecadação individual dos coletivos). No dia 1º de dezembro de 2020, pela primeira vez, uma parceria entre 18 organizações independentes (entre as quais estava a Ponte Jornalismo) promoveu uma campanha nacional de arrecadação¹². Postagens nas redes sociais, uso da hashtag #diadedoar e recomendações entre os grupos tinham como objetivo incentivar doações entre os leitores.

A Ponte tem, ainda, uma última fonte de recurso: a venda de conteúdo para mídias comerciais. A prática foi apresentada por Alves e Bitar (2017) como “*Syndication*” e compreendida por Paulino e Xavier (2016 apud ALVES; BITAR, 2017, p. 85) como uma “[...] estratégia utilizada especialmente por organizações de jornalismo investigativo, que criam conteúdo exclusivo e em profundidade, não produzido pelas mídias tradicionais”. No caso da Ponte, as matérias de maior repercussão no site são publicadas, também, no Yahoo News. Segundo Junião (2020), a Ponte entrega mensalmente quatro matérias em texto e um vídeo para o portal. Quando o material publicado é produzido por alguém de fora da equipe fixa (que é remunerada formalmente), esse colaborador é pago com o recurso oriundo dessa parceria. A venda de conteúdo e serviços rendeu R\$ 132,7 mil à Ponte durante o ano de 2020, respondendo por 21% dos recursos.

Como discutimos, podemos compreender o modelo de captação da Ponte dividido em quatro áreas principais: os recursos obtidos com fundações para financiamento do veículo; verba de fundações para projetos específicos; arrecadação entre os leitores por, ao menos, três meios (programa de membros, doação direta e assinatura via Catarse); e venda de conteúdo e serviços, como ocorre com o portal Yahoo News. Com base no orçamento de 2020, montamos a tabela a seguir.

12 Leia mais sobre a campanha Dia de Doar em: <https://www.oeco.org.br/noticias/dia-de-doar-colabore-com-o-jornalismo-independente/>. Acesso em: 10 maio 2021.

Figura 3: Fonte de receitas da Ponte Jornalismo em 2020



Fonte: Ponte Jornalismo.

Na compreensão da Ponte, o financiamento das fundações, assim como a venda de conteúdo para o Yahoo, ou mesmo a participação ativa dos leitores nos bastidores da produção (como prometido pelo programa de membros “Tamo Junto”) não inviabilizam sua ideia e prática de independência por não haver intervenção no conteúdo (SALVADORI 2020; JUNIÃO, 2020). A noção de sustentabilidade é explicitada na fala de Júnio (2020, informação verbal) sobre as condições de trabalho desejadas para a equipe: “[...] a gente quer que a pessoa que trabalha na Ponte tenha carteira assinada, quer dar convênio médico, mas para isso precisa ter uma receita sustentável. Hoje em dia não é, ainda”.

O custo com a manutenção da equipe fixa com três jornalistas, mais os colaboradores freelancers e aqueles remunerados, eventualmente, por projeto, como é o caso de Júnio e Salvadori, representaram 70% dos gastos da Ponte em 2020. Manter uma equipe remunerada é a principal fonte de despesa do veículo. Custos com administração, marketing e impostos representaram, respectivamente, 16%, 11% e 3% dos gastos. Importante mencionar que as despesas com locação de espaço foram cortadas em 2020, visto que o trabalho passou a ser totalmente remoto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pretendemos, ao longo deste trabalho, mostrar como a noção de mídia independente não pode ser vista como um conceito dado, com características e definições fechadas. Em vez disso, o que buscamos elucidar, nesta pesquisa, é uma compreensão específica do termo “mídia independente”, relacionando-o a um tipo de iniciativa que se configurou no contexto contemporâneo de ascensão das possibilidades digitais, modificações no cenário jornalístico profissional, concentração dos meios de comunicação e instabilidade sociopolítica.

O cenário descrito favoreceu o despertar desses atores para situações de injustiças levando-os a empreender ações visando transformar, de alguma forma, a sociedade. Ainda que tenham um alcance limitado (seja pela estrutura dos próprios projetos, seja pela estrutura dos sistemas em relação aos quais travam suas lutas), a existência dessas iniciativas é fundamental na luta por mais pluralidade na mídia e, também, por justiça social e direitos humanos em prol de pessoas e grupos socialmente minoritários.

A noção de independência, por vezes, é percebida de forma particular pelos sujeitos participantes dos projetos; são percepções individuais acerca de uma construção coletiva. A Ponte produziu, no decorrer de sua história, manifestos, cartas, editoriais, entre outros documentos, que dão conta em formalizar e expressar, publicamente, pensamentos, valores e posicionamentos. Não são, contudo, manuais de atuação. Assim, entendemos serem os relatos uma expressão mais próxima à noção de independência vivenciada por realizadores e coletivos no cotidiano.

Para muitas iniciativas independentes (a considerar os trabalhos já realizados na área por Assis *et al.* (2016), Sembramedia (2016) e Fígaro (2018)) e, especialmente, para a Ponte, o financiamento por meio dos leitores é compreendido como a origem mais isenta e regular de recursos. Porém, na prática, a receita obtida via financiamento coletivo e/ou programa de membros não é suficiente para custear as contas e garantir a sobrevivência do projeto. Assim, outras e variadas formas de conseguir verba são acionadas, tendo origem em atores e organizações que, por vezes, não são estranhos ao modelo econômico do sistema de mídia hegemônico. Quais deles serão capazes de comprometer a independência é uma questão respondida a partir da noção de independência formulada por cada projeto (e, também, pelas condições específicas do contexto em que estão inseridos).

Em outras palavras, a origem do financiamento, bem como as relações institucionais que circundam os projetos, são determinantes dentro da compreensão de independência, porém apresentam um grau variado de aceitação entre as mídias independentes. Isto é, o aporte financeiro de determinadas organizações/pessoas representa um risco à independência na compreensão de algumas iniciativas e para outras não. Além disso, a obtenção de recursos mostra-se um dos maiores desafios para a sobrevivência e surgimento de mídias independentes.

Como discutido, para a Ponte os recursos advindos de instituições filantrópicas internacionais, bem como das gigantes da tecnologia mundial, não comprometem sua independência, visto que não há interferência no conteúdo ou na organização do veículo. Importante ressaltar que as possíveis relações institucionais capazes de ameaçar e/ou fragilizar a independência das iniciativas não estão restritas à dimensão financeira.

Por fim, buscamos discutir, neste capítulo, as dinâmicas de financiamento da Ponte em diálogo com a compreensão de independência que norteia as experiências concretas do coletivo no cotidiano. Entendemos, no entanto, que para uma visão mais completa do cenário vivenciado pelo grupo é necessário observar a dimensão financeira em diálogo com outros aspectos, como a estrutura organizacional e o fluxo de produção. Em razão do espaço possível, focalizamos nossa análise nas dinâmicas de financiamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Yago; BITAR, Mariana. Novas formas de financiamento no jornalismo sem fins lucrativos. **Prisma.com**, Portugal, n. 33, p. 72-89, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brap-ci/72802>. Acesso em: 6 jun. 2021.

ASSIS, Evandro; CAMASÃO, Leonel; SILVA, Mariana; CHRISTOFOLLETTI, Rogério. Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. **Revista Pauta Geral**, Ponta Grossa, vol. 4, n. 1, p. 3-20, Jan/Jun, 2017. Disponível em: <https://revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/9899>. Acesso em: 10/01/2021.

BASTOS, Jaqueline; COSTA, Fafate. Mídia independente: atuação e desafios de sobrevivência na cobertura de manifestações no Rio de Janeiro. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MÍDIA E COTIDIANO, 7., Niterói. **Anais** [...]. Niterói/RJ: Universidade Federal Fluminense, 2018, p. 288-297.

BENNETT, James; STRANGE, Niki (Eds.). **Media Independence**. Working with freedom or working for free?. Londres: Routledge, 2015.

CABRAL, Adilson. **Centro de Mídia Independente**: os primórdios do ativismo digital no Brasil. Curitiba: Appris, 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015. p. 62-83.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; KINOSHITA, Jamir. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., Curitiba. **Anais eletrônicos** [...]. Curitiba: Intercom, 2017, p.15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf>. Acesso em: 10/01/2021.

FIGARO, Roseli (Eds.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: Eca-USP, 2018. 245 p.

KARPPINEN, Kari; MOE, Halvard. What we talk about when talk about “media independence”. **Javnost: The Public**, [online], v. 23, nº 2, p. 105-119, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/13183222.2016.1162986>. Acesso em: 25 jul. 2019.

MANIFESTO. Ponte Jornalismo, 7 jul. 2014. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20140707231827/http://ponte.org/manifesto/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MARIA Carolina Trevisan apresenta o coletivo Ponte Jornalismo, 2014. 1 vídeo (9 min 38 s). Publicado pela Rede TV Vídeos, 2014. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/videos/redetvi-noticias/maria-carolina-trevisan-apresenta-o-coletivo-ponte-jornalismo.%20Acessado%20em:%2030/07/2019>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MARQUES, Ana Flávia. **A Redação Virtual e As Rotinas Produtivas nos Novos Arranjos Econômicos Alternativos às Corporações de Mídia**. 2019. 233 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2019.

NASCIMENTO, Thayane. **O Centro de Mídia Independente**. A política e a estética. 2013. 141 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-graduação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Rio Grande do Sul, 2013.

O MAPA do jornalismo independente. **Agência Pública**, 2016. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 20 jul. 2019.

PONTO DE Inflexão. Impacto, Ameaças e Sustentabilidade: um Estudo dos Empreendedores Digitais Latino-Americanos. **Data Sembra Media**, 2016. Disponível em: <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>. Acesso em: 20 jun. 2020.

PRINCÍPIOS. Ponte Jornalismo, [s. d.]. Disponível em: <https://ponte.org/sobre/principios/>. Acesso em: 15 dez. 2020.

QUEM FINANCIA. Ponte Jornalismo, [s. d.]. Disponível em: <https://ponte.org/sobre/quem-financia/>. Acesso em: 15 maio 2021.

QUEM SOMOS. Ponte Jornalismo. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20140708005032/http://ponte.org/contact/>. Acesso em: 11/01/2021.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015. p. 51-61.

TREVISAN, Carolina. 1 vídeo (9 min).

Entrevistas concedidas à autora

Antônio Junião em entrevista à autora por videochamada, gravada em 10 de julho de 2020.

Fausto Salvadori em entrevista à autora por videochamada, gravada em 1º de maio de 2020.

Maria Teresa Cruz em entrevista à autora por videochamada, gravada em 14 de julho de 2020.

FAKE NEWS X DEMOCRACIA: AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 COMO ESTOPIM PARA A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS

Juliana Marques Borghi

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

juliana.marks@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Em 2018, o processo da corrida eleitoral presidencial, no Brasil e nos Estados Unidos, foi diferente. Não foi somente a utilização excessiva das mídias e redes sociais digitais que congestionou os espaços cibernéticos, nem os perfis extremistas dos candidatos ao cargo, mas principalmente a disseminação de notícias falsas (*fake news*).

Os meios digitais utilizados para o compartilhamento de informações inverídicas, portanto, vêm aumentando: Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, entre outros tantos dispositivos, plataformas e espaços cibernéticos, que oferecem fácil acesso aos usuários. De acordo com uma reportagem da Agência Brasil a respeito desta disseminação.

Notícias consideradas falsas se espalham mais facilmente na internet do que textos verdadeiros. A conclusão foi de um estudo realizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT, na sigla em inglês), instituição de ensino reconhecida mundialmente pela qualidade de

cursos de ciências exatas e de áreas vinculadas à tecnologia. Os pesquisadores Soroush Vosoughi, Deb Roy e Sinan Aral analisaram 126 mil mensagens (não apenas notícias jornalísticas) divulgadas na rede social Twitter entre 2006 e 2017. No total, 3 milhões de pessoas publicaram ou compartilharam essas histórias 4,5 milhões de vezes. O caráter verdadeiro ou falso dos conteúdos foi definido a partir de análises realizadas por seis instituições profissionais de checagem de fatos (AGÊNCIA BRASIL, 2018).

O panorama e o contexto que envolvem a propagação de notícias falsas são complexos. Não só o aprimoramento da tecnologia para rastrear suas origens, mas a metodologia de abordagem ao tema ainda são muito delicadas. Trata-se de um fenômeno que envolve interesses privados. A partir disso, as *fake news* também contemplam áreas como o entretenimento, a sociedade do espetáculo e, inclusive, a temática do discurso de ódio.

Por meio do tema enfatizado, propõe-se uma análise qualitativa que contemple os mecanismos de checagem de notícias falsas, a partir do ano de 2018, por meio do contexto das eleições presidenciais ocorridas no Brasil. Esse momento pode ser considerado como um marco para o rápido aumento das notícias falsas, espalhadas nos meios sociais virtuais, caracterizando, assim, uma ameaça ao processo democrático de direito dos atores sociais.

Destaca-se a seguinte problemática: quais propostas e ações institucionais estão sendo realizadas ao combate a disseminação das *fake news* no país, a exemplo do site de notícias do G1 (fato ou *fake*), durante o período das propagandas eleitorais das eleições presidenciais de 2018 (julho a outubro)?

O objetivo, portanto, é fazer uma análise quanti-qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, a priori, do site de notícias do G1, com o serviço de checagem Fato ou *Fake*. O recorte contempla, portanto, o período dos meses de julho a outubro de 2018.

Parte-se da premissa que o aumento significativo de mecanismos de checagem (*fact-checking*), além dos sites citados, entre outros, como a Agência Lupa, Agência Pública, CBN, Folha de São Paulo, TV Globo, têm proporcionado análises qualitativas importantes quanto a desconstrução de notícias falsas, e contextualização dos conteúdos abordados de modo credível, ético, transparente e frequente junto à sociedade.

Esse mecanismo de checagem de conteúdo produz dispositivos interessantes sobre a verdade em contraste ao equívoco das *fake news*, com busca de evidências dos fatos, como destaca uma reportagem de Shimuzi (2018) para a Agência FAPESP¹³ a respeito.

Mas, ainda assim, deve funcionar em conjunto com outras ações que complementem a desconstrução da mentira enquanto informação real, como: a importância de ações de conscientização social; a orientação para que as pessoas não veiculem notícias que pareçam questionáveis e causem certo estranhamento; assim como a verificação se o conteúdo é factível, por meio de outras fontes que tenham credibilidade.

De acordo com uma pesquisa levantada pela revista Forbes (2018), em 2018, as notícias falsas eram maiores na Turquia, em que 49% dos entrevistados disseram que consumiram informações completamente inventadas. Nos Estados Unidos 31%, dada a explosão de *fake news* durante as eleições presidenciais de 2016 e sua prevalência desde então. O Brasil aparece em terceiro no *ranking*, com 35%. Desse modo, a contextualização a respeito das *fake news* envolve reflexões que também vão além dos serviços de checagem (*fact-checking*), incluindo o interesse social pela temática, e seus riscos para a democracia.

A CULTURA DIGITAL E A CONSTRUÇÃO DAS FAKE NEWS

A cultura cibernética, nas últimas décadas, trouxe avanços tecnológicos inegáveis às sociedades. Castells (2003) traz reflexões importantes a respeito desta relação, e destaca o processo de interatividade proporcionado pela internet, que torna possível aos cidadãos expressar opiniões, solicitar e pedir informações.

Assim, até certo ponto, a disponibilidade de novas tecnologias constituídas como um sistema na década de 1970 foi uma base fundamental para o processo de reestruturação socioeconômica dos anos 80. E a utilização dessas tecnologias na década de 1980 condicionou uma grande parte, com usos e trajetórias as na década de 1990 (CASTELLS, 2003, p. 98).

¹³ Disponível em: <https://agencia.fapesp.br/em-busca-da-veracidade-na-era-das-fake-news/29366/>. Acesso em: 05 set. 2020.

Nos anos 2000, entretanto, além de novas plataformas digitais, o usuário passava de consumidor a produtor de conteúdo nas redes. Este momento teve grande representatividade histórica, pois marcava uma mudança relevante na simbologia e na construção da internet enquanto um espaço multiplural e onipresente, diferente da televisão, por exemplo.

A respeito do processo de interação das redes pelos usuários e as tantas possibilidades de relacionamentos, Jenkins (2006) contribui com a reflexão, quando traz o conceito da cultura de convergência atrelada à circulação de conteúdos, por meio da participação ativa de consumidores.

Wolton (2003), sob um olhar mais crítico a respeito das possíveis consequências advindas do desenvolvimento meteórico da tecnologia nas últimas décadas, expõe que “[c]ada um pode agir sem intermediário quando bem quiser, sem filtro nem hierarquia e, ainda mais, em tempo real. Eu não espero, eu ajo e o resultado é imediato. Isto gera um sentimento de liberdade absoluta, até mesmo de poder, de onde se justifica muito bem a expressão ‘surfear na internet’” (WOLTON, 2003, p. 85).

Movimentos relacionados à cibercriminalidade e espionagem eletrônica, entre outros, propiciam o desenvolvimento de algumas armadilhas sobre o conteúdo compartilhado nas redes. A ausência de controle tende a contribuir para a instabilidade do regime democrático, transformando as redes, antes vistas como caminho para o “desenvolvimento”, agora entendidas como ameaça ao sistema social.

Relacionando, desse modo, os riscos advindos das novas tecnologias enquanto meios que propiciam práticas indevidas pela interferência, interesses e participação dos sujeitos sociais, destaca-se, entre muitas, a construção das *fake news*. Sua definição colocada pelo dicionário britânico Collins, de acordo com Flood (2017), refere-se a informações falsas e sensacionalistas, divulgadas sob o disfarce de notícias.

A ideia de tirar vantagem ou proveito de determinada situação relaciona-se também com a política, a priori. Allcot e Gentzkow (2016) analisam e destacam o conceito do fenômeno como sendo distorções da realidade.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Digital News Report (2016), no Brasil, 52% dos vídeos de notícias são usados como fonte de notícias em aproximadamente 72% dos entrevistados. No contexto nacional, o problema adquire contornos ainda mais críticos, tendo em vista que uma parcela importante do consumo de informação se dá através de aplicativos de troca de mensagens ins-

tantâneas, como o WhatsApp, que tem 120 milhões de usuários no Brasil (WHATSAPP..., 2017).

Matérias se apresentam como fontes sérias, mas que muitas vezes, no próprio corpo de sua mensagem, não possuem nexo. Isso se dá porque “[...] mesmo quando os links são clicados, poucos leitores vão passar dos primeiros parágrafos, o que facilita ainda mais o trabalho de elaboração de uma notícia falsa” (DELMAZO, VALENTE, 2018, p. 4).

O contexto que destaca o desenvolvimento das notícias falsas envolve movimentos de grupos da ultradireita, a nível global, em especial a partir das eleições de 2016, com a disputa e vitória de Donald Trump à presidência dos EUA. À época, as *fake news* ainda não eram muito bem compreendidas; isto veio a ocorrer nos anos posteriores, com os desdobramentos de outros episódios e maiores investigações, envolvendo mecanismos jurídicos, legais e conhecimentos tecnológicos específicos para desconstruir este processo.

O aumento das *fake news* está, conforme destaca uma matéria de Bez (2018), no *Le Monde Diplomatique* Brasil¹⁴, relacionado à expansão desta extrema-direita, e com a representação de figuras como Steve Bannon. Este, segundo algumas hipóteses, estaria ligado a esquemas de coleta de dados de contas do Facebook, favorecendo, principalmente, interesses políticos e privados de grupos conservadores específicos, nos Estados Unidos, e em países como o Brasil.

A análise a respeito dos mecanismos de checagem propostos, neste trabalho, faz parte de algumas das ainda poucas alternativas a níveis globais de informação que estão sendo realizadas. Acompanhando o crescimento das *fake news*, os chamados portais de checagem têm se aprimorado no combate à disseminação de notícias falsas.

De acordo com Graves (2013), o *fact-checking* pode ser definido como um meio de examinar a veracidade de declarações públicas, considerando que a transparência em relação aos métodos e processos constitui elemento fundamental para a criação de uma melhor disciplina da verificação (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

O International Fact-Checking Network (IFCN)¹⁵, ou Associação Internacional de Verificadores de Fatos, é uma entidade norte-americana que trabalha no desenvolvimento de ações voltadas ao combate das *fake news*. É formada por representantes de todo o mundo, incluindo o Brasil (Estadão Verifica, Agência Lupa e Aos Fatos). O G1 não faz parte, até então, destes representantes.

14 Disponível em: <https://diplomatique.org.br/steve-bannon-e-as-eleicoes-fake/>. Acesso em: 10 out. 2021.

15 Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/>. Acesso em: 21 jul. 2021.

Os compromissos éticos defendidos pela IFCN¹⁶ são destacados em cinco pontos:

- Apartidarismo e equidade: o mesmo padrão para a verificação dos fatos é mantido, de forma imparcial;
- Transparência de fontes: todas as informações verídicas são detalhadas, com o máximo de clareza e transparência possível, para que possam ser replicadas;
- Transparência de financiamento e organização: as organizações signatárias devem ser transparentes quanto ao financiamento de suas fontes de financiamento. Esse protocolo garante que o trabalho realizado seja realizado sem quaisquer interferências;
- Transparência de método: a metodologia utilizada pelas agências de checagem deve ser clara quanto as suas etapas até a verificação dos fatos, incentivando a participação do público sobre possíveis sugestões, dúvidas e/ou questionamentos a respeito;
- Correções francas e amplas: as agências seguem a política de correções estabelecidas, dialogando com os públicos sobre as checagens realizadas, de modo ético.

Todos estes pontos citados orientam, desse modo, o planejamento do trabalho das agências de checagem, inclusive a nível global, como pode se observar também no Brasil, como citado.

Quanto mais transparência existir neste processo, maior o envolvimento social, permitindo, deste modo, que a desconstrução das notícias falsas ganhe credibilidade e acontece em sintonia com a participação dos atores sociais. Analisar o serviço de checagem do portal de informações do G1, neste momento, tem o objetivo de abordar o tema das *fake news* e as ações que estão sendo feitas para combatê-las.

METODOLOGIA

Este trabalho possui caráter de análise quantitativa e qualitativa, com o objetivo de interpretação do fenômeno por meio de dimensões sociais, culturais e subjetivas que constituem os fatos a serem levantados pelo pesquisador (SOUZA; BRANCO; OLIVEIRA, 2008).

¹⁶ Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>. Acesso em: 21 jul. 2021.

Utilizou-se como técnica de exploração qualitativa a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), que consiste em três fases específicas: a primeira é a pré-análise do material, com leitura flutuante do conteúdo; a segunda é a exploração do material, com a realização da leitura em profundidade; a terceira fase é o tratamento dos dados obtidos – assim, é possível fazer inferências e interpretar os resultados do trabalho realizado. Para tanto, foi conduzido um estudo exploratório para conhecer os possíveis temas que poderiam ser encontrados (BARDIN, 2011).

A metodologia busca explorar o modo como ocorre o serviço de checagem de notícias pelo veículo do G1¹⁷, neste momento, destacando seus critérios para a desconstrução das *fake news*, além de observar a composição da metodologia de checagem utilizada. Entre os pontos destacados pelo site elencado, existem: um caráter de contextualização da notícia denunciada, análises descritivas e informativas, levantamento de fontes citadas e parceria com consórcio de veículos de comunicação.

O G1 foi o serviço de checagem selecionado para esta pesquisa, pois é um veículo de comunicação que tem alcançado um aumento de visibilidade, transitando por públicos diversos, especialmente em relação ao “Fato ou Fake”. O canal tem se tornado referência nas abordagens sobre as *fake news*, seja no esclarecimento de dúvidas, na transparência e ética com que atua, assim como sobre a discussão sobre o tema.

A pesquisa destaca, portanto, uma exploração quantitativa e qualitativa do demonstrativo de 5 (cinco) checagens de notícias consideradas falsas (relacionadas a fatos políticos), para este capítulo. As notícias foram selecionadas de acordo com os critérios de categorização e variáveis propostos pela realização da técnica da análise de conteúdo.

O recorte temporal contemplou o período em que ocorreram as campanhas eleitorais de 2018, no Brasil, (de julho a outubro).

Refletir sobre o trabalho realizado pelo jornalismo e pela imprensa ética incentiva a aprofundar mais pesquisas que destaquem o tema sobre a veiculação de notícias equivocadas aos públicos. Por mais que outras medidas sejam extremamente necessárias, entende-se a relevância da contribuição dos mecanismos de checagem de falsas notícias, no contexto sóciopolítico nacional.

Intenciona-se, assim, enriquecer o debate e conscientização sobre a seriedade e complexidade que envolve a dissemina-

17 Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>. Acesso em: 20 de julho de 2020.

ção das *fake news* não só no Brasil. A comunicação, como elemento fundamental para o desenvolvimento da democracia, da cidadania e para a atuação crítica dos atores sociais, deve trazer informações claras, fidedignas e verídicas.

ANÁLISE E BREVE DISCUSSÃO:

G1 – FATO OU FAKE

O *fact-checking*, ou chamado serviço de checagem no contexto das *fake news*, é um novo instrumento que vem contribuindo para a desconstrução das notícias falsas disseminadas com o uso das tecnologias, nos últimos anos.

Considerando os conceitos abordados até o momento e a continuidade da proposta desta pesquisa, destaca-se, a seguir, a análise a respeito do portal de informações do G1, que iniciou esta abordagem em 30 de julho de 2018¹⁸, chegando a quase mil checagens, em 29 de outubro de 2018¹⁹, no período das eleições presidenciais no Brasil.

Um momento que representou rupturas em relação ao aumento significativo das notícias relacionadas ao contexto político nacional. De acordo com o G1: “[c]om o fim das eleições 2018, o saldo é de quase mil checagens realizadas pela equipe do Fato ou Fake. São 959 verificações feitas ao longo da campanha” (FATO..., 2018, [s. p.]).

Dessa forma, o *fact-checking* do G1, além de ter parcerias com outros veículos de comunicação, como O Globo, Extra, CBN, Valor, Globo News e Época, na desconstrução e apuração das notícias suspeitas, também atende ao público por meio das redes sociais e do Whatsapp, criando um canal para que as pessoas possam esclarecer dúvidas a respeito da veracidade das notícias.

A metodologia utilizada e apresentada pelo G1 – Fato ou Fake é baseada nos seguintes percursos:

- Monitoramento das redes sociais (leitores também participam);
- Parceria com Facebook e Twitter;
- Whatsapp (usuários);
- Informações sobre como identificar conteúdos falsos

18 Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>. Acesso em: 17 jun. 2021.

19 Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/29/fato-ou-fake-quase-mil-checagens-na-eleicao.ghtml>. Acesso em: 14 maio 2021.

(sensacionalistas, genéricas, fontes, entre outros).

- Investigação da informação;
- Pessoas citadas, fontes oficiais etc.;
- Critério de checagem é a transparência de informações (FATO..., 2018):




1 - Transparência de fontes – o objetivo é que o leitor veja com clareza o caminho de apuração percorrido pelo jornalista. Para isso, todas as fontes consultadas durante a checagem estarão identificadas no texto, sejam elas pessoas ou instituições.

2- Transparência de metodologia – o processo de seleção da mensagem a ser checada, a apuração e a classificação da checagem são claros, deixando em destaque o que levou a informação a ser verificada, como ocorreu a apuração e o motivo da classificação como fato ou fake.

3- Transparência de correções – caso haja alguma modificação na checagem que tenha comprometido a sua publicação original, essa alteração estará devidamente identificada na reportagem.

O G1, entretanto, não possui a certificação do IFCN, como outras agências de checagem. Mesmo assim, segue seus princípios, anteriormente citados. Os selos utilizados para classificar as mensagens são destacados para evitar interpretações dúbias e podem ser observados na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1: Selos utilizados pelo G1– Fato ou Fake

SELO	CLASSIFICAÇÃO APRESENTADA
	quando o conteúdo checado é totalmente verdadeiro e comprovado por meio de dados, datas, locais, pessoas envolvidas, fontes oficiais e especialistas.
	quando é parcialmente verdadeiro, exagerado ou incompleto, exigindo um esclarecimento ou uma maior contextualização para ser totalmente compreendido.
	quando não se baseia em fatos comprovados por meio de dados, datas, locais, pessoas envolvidas, fontes oficiais e especialistas.

Fonte: G1 (2018).

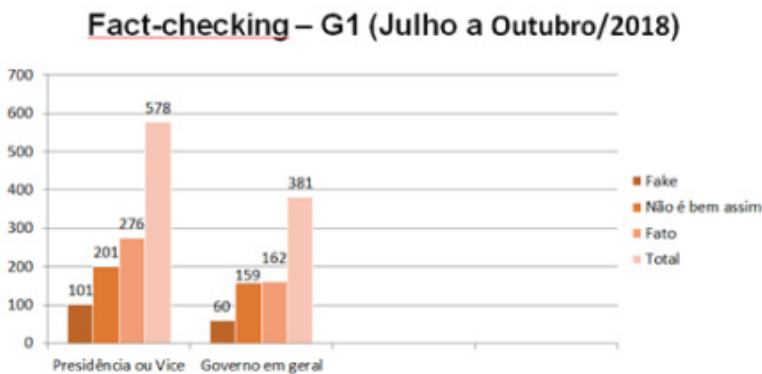
Para a análise foram selecionadas as notícias identificadas como falsas pelo G1, de acordo com os critérios de categorização e variáveis propostos pela realização da técnica da análise de conteúdo, a seguir:

1- Presidência ou vice: relacionadas diretamente aos candidatos e respectivos vices à presidência. Enquadra-se a seguinte unidade comunicativa: *informações com conteúdo ligado a postura/comportamento/atitude dos respectivos candidatos.*

2- Governo em geral: demais notícias envolvendo outras situações políticas e sociais, com as unidades comunicativas a seguir: *adultrações nos processos eleitorais; denúncias relacionadas às votações; contextos ligados aos eleitores; e conteúdos envolvendo posturas de outros políticos.*

Para melhor visualização dos dados quantitativos levantados, são destacados os números do total de notícias analisadas (959) pelo G1, durante o período relativo ao recorte temporal da pesquisa, de acordo com o Gráfico 1.

Gráfico 1: Quantitativo de checagens realizadas pelo G1



Fonte: elaborado pela autora (2021).

Como pode-se observar, das 959 notícias checadas, de julho a outubro de 2018, por meio da utilização dos selos do G1, 161 (16,7%), foram consideradas falsas. Destas, 101 (62,7%) relacionadas diretamente aos candidatos à presidência, e respectivos vices. As outras 60 (37,3%) são notícias ligadas a informações do governo em geral, ou seja, envolvendo outras situações políticas e candidatos.

Mesmo sendo a minoria, nesse levantamento - de 959 (100%), apenas 161 (16,7%) serem equivocadas -, esse número pode ser considerado significativo, no contexto evidenciado. Qualitativamente, tais *fake news* estiveram diretamente relacionadas a factoides construídos em contextos, muitas vezes, sensacionalistas e sem maiores fundamentações, para obtenção de vantagens políticas.

Para observar melhor a análise do G1, foram expostas 5 (cinco) *fake news* desse quantitativo apresentado, que serão mais bem exploradas, de acordo com os critérios de categorização estabelecidos para esta análise. Para cada variável foi trazido um exemplo referente.

1- Fake news relacionadas aos candidatos à presidência ou vice

- a) Informações com conteúdo ligado a postura/comportamento/atitude dos respectivos candidatos
 - É fake que Haddad usou foto de carnaval para divulgar ato de apoio em Salvador

A primeira notícia²⁰ relata que o então candidato à presidência da República Fernando Haddad havia utilizado uma foto de carnaval para divulgar ato de apoio em Salvador, na Bahia (Figura 1). Esta *fake news* foi amplamente compartilhada, à época, sendo altamente visualizada, principalmente pelo *Facebook* e *Whatsapp*.

Para esta verificação, a imagem foi analisada pelo G1, em parceria com a Agência Lupa, e constatou-se que também se tratava de uma mentira. Observou-se que a foto referida nunca havia sido postada pelo então candidato, e que pertencia a outro contexto, além de ter sido modificada por recursos tecnológicos.

Outros sites também complementaram a respeito, trazendo manifestações do próprio candidato Haddad, desmentindo suposta publicação.

20 Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/e-fake-que-haddad-usou-foto-de-carnaval-para-divulgar-ato-de-apoio-em-salvador.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

Imagem 1: Foto ilustrativa referente à primeira fake news analisada



Fonte: Site G1 (2018).

2 - Contextualizadas de acordo com demais informações envolvendo outros contextos políticos sobre as eleições e governo em geral

b) Adultrações nos processos eleitorais

- É fake que o TRE/SP identificou urnas que adulteraram os votos digitados

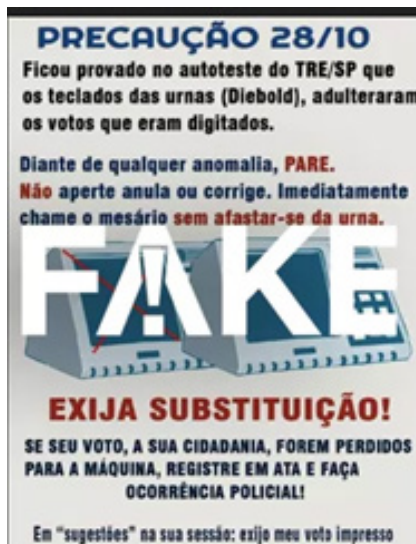
A segunda *fake news*²¹ refere-se à informação de que o TRE/SP, supostamente, havia identificado urnas que adulteraram votos digitados. Nesse caso, o G1 fez um levantamento junto ao Tribunal Regional Eleitoral para verificar se a denúncia havia acontecido. O serviço de checagem também consultou um técnico da área a respeito da possibilidade de uma urna eletrônica ser fraudada. Em todas as abordagens, as respostas desmentiram o conteúdo da informação relatada, sendo, então, considerada falsa.

A cada *fake news* similar a essa, existia uma ilustração (Figura 2), com afirmações a respeito do conteúdo abordado, e alertas às pessoas envolvendo o conteúdo enganoso.

Outras notícias equivocadas seguiram a mesma linha de conteúdo, especialmente durante o segundo turno, relacionadas a tentativas de “beneficiar” o então candidato Jair Bolsonaro.

21 Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/29/e-fake-que-o-tre-sp-identificou-urnas-que-adulteraram-os-votos-digitados.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

Figura 2: Foto ilustrativa referente à primeira *fake news* analisada



Fonte: Marés (2018, [s. p.]).

- c) Denúncias relacionadas às votações
- É *fake* que urnas estavam sem lacre em escola de Uberlândia

A terceira notícia²² analisada traz informações a respeito de urnas de votação que, supostamente, estariam sem lacres em uma escola de Uberlândia. O serviço de checagem entrou em contato com o Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais – TRE/MG –, para verificar se havia acontecido algum problema em relação à denúncia desta informação, e obtiveram a resposta de que nada havia acontecido.

Esse tipo de informação também teve compartilhamentos expressivos. De acordo com o G1 (2018), e outros serviços de checagem e análises posteriores, a tentativa era causar confusão e desestabilizar o sistema eleitoral, com afirmações convictas de que as urnas eletrônicas estariam beneficiando candidatos adversários a nomes da direita política (Figura 3).

²² Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-que-urnas-estavam-sem-lacre-em-escola-de-uberlandia.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

Figura 3: Foto ilustrativa referente à segunda *fake news* analisada



Fonte: Domingos (2018, [s. p.]).

d) Contextos ligados aos eleitores

- É *fake* vídeo em que eleitor denuncia fraude nas urnas ao votar neste segundo turno

A quarta *fake news*²³ traz conteúdo informativo sobre um suposto vídeo em que o eleitor denuncia fraude nas urnas, no momento da votação, no estado do Pará. Nesse caso, o G1 consultou diretamente o TSE/PA e o TRE/PA, assim como foi analisada a veracidade do vídeo compartilhado nas redes sociais (Figura 4).

O conteúdo do material aponta para a narração da suposta fraude feita por um eleitor de Jair Bolsonaro. De acordo com o G1 (BEKER; SCHULTZ, 2018), essa *fake news* teve mais de 1.400 compartilhamentos.

O Tribunal Superior Eleitoral, em complementaridade, esclareceu que o erro ocorre quando o eleitor pede, por exemplo, para votar em um candidato a governador, e digita o número de um candidato à presidência. O Tribunal Regional Eleitoral do Pará também segue a mesma linha de exposição por meio de nota oficial, à época.

Além de tentar manipular o vídeo, o respectivo eleitor ainda desrespeitou as normas eleitorais, filmando a urna eletrônica, e agredindo os mesários, que tentaram impedir o ato,

²³ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-video-em-que-eleitor-denuncia-fraude-nas-urnas-ao-votar-neste-2-turno.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

Imagem 4: Foto ilustrativa referente à terceira *fake news* analisada



Fonte: Becker e Schultz(2018, [s. p.]).

- e) Conteúdos envolvendo posturas de outros políticos
- É *fake* que Alckmin fez aceno público com adesivo do PSB Márcio França

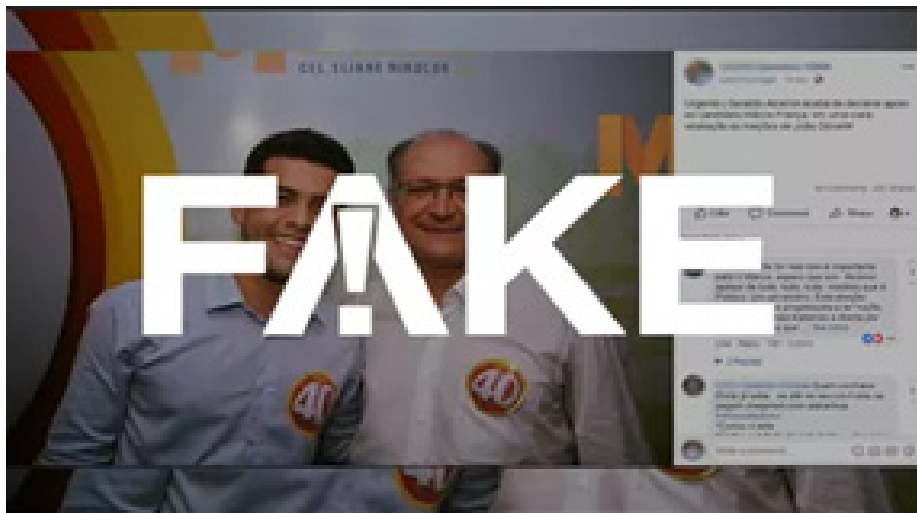
A quinta e última notícia²⁴ analisada pelo G1 traz uma foto (Figura 05) do então candidato Geraldo Alckmin à presidência acenando ao público com um adesivo de Márcio Franca, do PSB. Para desconstruir a notícia, o G1 entrou em contato direto com Alckmin, e fez uma análise detalhada a respeito da imagem divulgada.

Na suposta foto, houve fraude textual modificando o nome do candidato apoiado pelo então candidato. O texto da rede social ainda afirmava que isso teria acontecido em retaliação a João Doria, também do PSDB.

A foto original havia sido publicada em 2016, e foi tirada do contexto verdadeiro. Outras montagens também foram forjadas envolvendo o nome de candidatos do PSDB. Os conteúdos possuem o mesmo tipo de narrativa: agressivas e com ofensas aos “protagonistas” das *fake news*. Existe, ainda, um tom jocoso e ao mesmo tempo de “indignação” quanto às suposições enfatizadas no conteúdo mentiroso.

²⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/e-fake-que-alckmin-fez-aceno-publico-com-adesivo-do-psb-a-marcio-franca.ghtml>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

Figura 5: Foto ilustrativa referente à quinta *fake news* analisada



Fonte: Caesar(2018, [s. p.]).

Após a breve exposição sobre as cinco *fake news*, a seguir (Tabela 2), para melhor visualização, são compiladas as informações citadas.

Tabela 2: Informações a respeito das *fake news* analisadas pelo serviço de checagem do canal do G1 – Fato ou Fake

Categories	Título	Data	Metodologia	Fontes	Link de acesso
Presidência ou Vice					
Informações sobre candidatos	É fake que Haddad usou foto de carnaval para divulgar ato de apoio em Salvador	27.10.2018	<ul style="list-style-type: none"> >Parceria com Agência Lupa. >Análise da imagem divulgada nas redes. >Observação ao esclarecimento do candidato envolvido. 	>Agência Lupa.	https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/e-fake-que-haddad-usou-foto-de-carnaval-para-divulgar-ato-de-apoio-em-salvador.ghtml

Governo em Geral					
Adultrações nos processos eleitorais	É fake que o TRE/SP identificou urnas que adulteraram os votos digitados	29.10.2018	>Consulta junto às fontes citadas na denúncia. >Consulta junto a profissionais da área de tecnologia da informação.	>Tribunal Regional Eleitoral/SP. >Profissional da área de Tecnologia.	https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/29/e-fake-que-o-tre-sp-identificou-urnas-que-adulteraram-os-votos-digitados.ghtml
Denúncias relacionadas às votações	É fake que urnas estavam sem lacre em escola de Uberlândia	28.10.2018	>Consulta junto ao Tribunal Regional Eleitoral/MG.	>Tribunal Regional Eleitoral/MG.	https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-que-urnas-estavam-sem-lacre-em-escola-de-uberlandia.ghtml
Contextos ligados aos eleitores	É fake vídeo em que eleitor denuncia fraude nas urnas ao votar neste segundo turno	28.10.2018	>Vídeo analisado. >Consulta junto às fontes citadas.	> Tribunal Regional Eleitoral/PA. > Tribunal Superior Eleitoral/PA.	https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-video-em-que-eleitor-denuncia-fraude-nas-urnas-ao-votar-neste-2-turno.ghtml
Conteúdos envolvendo postura de outros políticos	É fake que Alckmin fez aceno público com adesivo do PSB Márcio França	27.10.2018	>Imagem analisada. >Fontes citadas na denúncia.	>Geraldo Alckmin.	https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/e-fake-que-alckmin-fez-aceno-publico-com-adesivo-do-psb-a-marcio-franca.ghtml

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Destaca-se, dessa forma, que o serviço de checagem do G1, lançado e ofertado aos públicos para auxiliar na desconstrução das *fake news*, no Brasil, em especial a partir do período de campanhas e votações eleitorais, de julho a outubro de 2018, abre novas possibilidades de enfrentar as complexidades desse desafio.

Entende-se que o chamado *fact-checking* contextualizado apresentou metodologia apropriada para verificar as denúncias feitas sobre notícias supostamente verídicas.

Além disso, o caráter descritivo e informativo do modo como a metodologia foi e vem sendo realizada, por meio de fontes citadas, e o repasse objetivo e claro das análises, entre outras técnicas utilizadas pelo grupo, nos permitiram, como pesquisadores e enquanto atores sociais, tecer interpretações importantes a respeito.

Mesmo o G1 – Fato ou Fake, não sendo oficialmente reconhecido pelo IFCN, como outros serviços de checagem no Brasil, tem se mostrado uma fonte credível aos públicos diversos, no combate à disseminação das *fake news* e na luta pela democracia participativa.

CONSIDERAÇÕES

O trabalho apresentado teve como objetivo contextualizar uma temática considerada relevante no contexto nacional e global, que é a disseminação das *fake news*, e os possíveis mecanismos de combate à sua disseminação em larga escala, a exemplo do período das eleições presidenciais de 2018, no Brasil.

Antes de compreender os mecanismos e serviços de checagem de notícias, é importante entender a complexidade dessa questão que envolve o acesso à internet e à tecnologia, nas últimas décadas; assim como a instabilidade e as consequências da má e perigosa utilização dos meios de comunicação digitais.

Discutiui-se assim, de forma sucinta, para a apresentação deste capítulo, a relação entre a disseminação das notícias falsas, a partir do recorte temporal no ano de 2018, e a atuação de veículos que vêm realizando o trabalho de desconstruir e esclarecer de maneira mais incisiva as notícias falsas.

O ramo da política tem se mostrado palco do compartilhamento das *fake news*, apresentando-se como uma situação preocupante, pois as consequências podem ser socialmente prejudiciais a partir desse contexto.

Neste sentido, o G1 Fato ou Fake, como apresentado, é um dos veículos de comunicação que tem se destacado, não apenas esclarecendo as dúvidas da população, mas trazendo informações relevantes sobre as metodologias e análises qualitativas e quantitativas nesse processo.

O sistema de checagem realizado, apesar de poder ser cada vez mais aperfeiçoado, pode ser considerado relevante no contexto enfatizado, pelos princípios que segue e pelo modo como atua na desconstrução das notícias falsas.

A metodologia construída pelo veículo em parceria com outras agências tende a potencializar o serviço oferecido, assim como aproximar este mecanismo da sociedade.

A categorização sugerida pela análise de conteúdo, por sua vez, identificou alguns pontos relevantes, como: similaridades quanto a montagem e compartilhamentos das notícias falsas; um padrão quanto às ilustrações/imagens forjadas/modificadas para tentar dar veracidade aos textos; o mesmo tom de exagero e sensacionalismo em suas construções; e a relação de atos/comportamentos de políticos considerados adversários aos da direita conservadora.

Foi possível observar que a busca por fontes confiáveis de informações é um dos primeiros passos no combate àquelas que são falsas. Além disso, não compartilhar dados inverídicos ou duvidosos também auxilia neste processo.

As *fake news* e demais dados apresentados objetivaram expor esta complexa temática, contextualizando teórica e empiricamente, quanto à instabilidade da democracia. É fundamental que exista clareza entre liberdade de expressão e criminalização de má utilização das mídias e redes sociais. Por isso, foram ponderados alguns dos aspectos explorados neste capítulo, que envolvem as movimentações de redes digitais e das culturas ativistas para dialogar com maior criticidade sobre a utilização dos meios de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, Pittsburgh: American Economic Association, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2020.

ARAGÃO, Alexandre. É fake que o TRE/SP identificou urnas que adulteraram os votos digitados. **G1**, 29 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/29/e-fake-que-o-tre-sp-identificou-urnas-que-adulteraram-os-votos-digitados.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise do Conteúdo**. São Paulo: Presses Universitaires de France, 2011.

BRANCO, Sérgio. Fake News e os Caminhos para Fora da Bolha. **Interesse Nacional**, São Paulo, v. 10, n. 38, p. 51-61, ago./out. 2017. Disponível em: http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/4758/2017_branco_fake_news%20_caminhos.pdf?sequence=1. Acesso em: 02 mar. 2021.

BECKER, Clara; SCHULTZ, Adriane Schultz. É fake vídeo em que eleitor denuncia fraude nas urnas ao votar neste segundo turno. **G1**, 28 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-video-em-que-eleitor-denuncia-fraude-nas-urnas-ao-votar-neste-2-turno.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

BEZ, Artur Sinaque. Steve Bannon e as eleições fake. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 23 out. 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/steve-bannon-e-as-eleicoes-fake/>. Acesso em: 10 out. 2021.

CAESAR, Gabriela. É fake que Alckmin fez aceno público com adesivo do PSB Márcio França. **G1**, 27 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/e-fake-que-alckmin-fez-aceno-publico-com-adesivo-do-psb-a-marcio-franca.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

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

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake News nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018. Disponível em: <http://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/5682/4561>. Acesso em: 01 nov. 2019.

DOMINGOS, Roney. É fake que urnas estavam sem lacre em escola de Uberlândia. **G1**, 28 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-que-urnas-estavam-sem-lacre-em-escola-de-uberlandia.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

DIGITAL NEWS REPORT. **Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ)**. 2016.

FATO OU Fake: quase mil checagens nas eleições. **G1**, 29 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/29/fato-ou-fake-quase-milchecagens-na-eleicao.ghtml>. Acesso em: 14 maio 2021.

FLOOD, Alison. Fake news is 'very real' word of the year for 2017. **The Guardian**, 2 nov. 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-veryreal-word-of-the-year-for-2017>. Acesso em: 4 dez. 2020.

G1. **Fato ou Fake**. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

G1 LANÇA fato ou fake novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos. **G1**, 30 set. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novoservico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>. Acesso em: 17 jun. 2021.

GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Why do journalists factcheck?: The role of demand and supply-side factors. **Hanover**, jan. 2016.

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK. **Poynter**, [s. d.]. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/>. Acesso em: 20 jul. 2021.

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK. The commitments of the code of principles. **IFCN Code Principles**, [s. d.]. Disponível em: <https://ifncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>. Acesso em: 21 jul. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MARÉS, Chico. É fake que Haddad usou foto de carnaval para divulgar ato de apoio em Salvador. **G1**, 27 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/e-fake-que-haddad-usou-foto-de-carnaval-para-divulgar-ato-de-apoio-em-salvador.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2021.

SOUZA, Tatiana Yokoy de; BRANCO, Angela Maria Cristina Uchoa de Abreu; OLIVEIRA, Maria Claudia Santos Lopes de. Pesquisa qualitativa e desenvolvimento humano: aspectos históricos e tendências atuais. **Fractal**: Revista de Psicologia, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 357-376, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/vWZ4zsHShpg58dr-z5Yt8ych/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 16 fev. 2022.

SHIMUZI, Heitor. Em busca da veracidade na era das *fake news*. **Agência Fapesp**, [s. d.]. Disponível em: <https://agencia.fapesp.br/em-busca-da-veracidade-na-era-das-fake-news/29366/>. Acesso em: 5 set. 2020.

WHATSAPP chega a 120 milhões de usuários no Brasil. **Estadão**, São Paulo, 29 maio 2017. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,app-chega-a-120-milhoes-de-usuarios-no-brasil,70001817647>. Acesso em 08 out. 2019.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

INCLUSÃO DIGITAL DE PESSOAS VULNERÁVEIS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE: PESQUISA-AÇÃO NO SUL DA ITÁLIA

Andrea Volterrani

Universidade de Roma Tor Vergata
andrea.volterrani@uniroma2.it

Isabel Alfano

Universidade de Roma Tor Vergata
alfanoisabel9@gmail.com

INTRODUÇÃO

O objetivo da pesquisa-ação era ativar um processo de desenvolvimento comunitário no distrito Pellaro de Reggio Calabria (Sul da Itália), uma área caracterizada por uma elevada percentagem de população vulnerável e uma alta densidade de crime organizado. Adotou-se, assim, uma abordagem teórica e metodológica baseada em práticas sociais e mediáticas e na construção mediada da realidade social (BLOKLAND, 2017; COULDRY, 2004; 2012; COULDRY; HEPP, 2017; STEPHANSEN; TRERÈ, 2020) para aumentar tanto a densidade relacional como a ponte de capital social (WOOLCOCK, 2001) nos processos de inclusão social e digital das pessoas (vulneráveis ou não).

QUE COMUNIDADE NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO?

As comunidades a que nos referimos são baseadas em

[...] uma ideia de comunidade como uma estrutura fundamentalmente líquida, com relações não necessariamente duradouras no tempo, em que o aspecto mais importante é a relação com o território. Por outras palavras, a dimensão espacial tornou-se prevalecente sobre a dimensão temporal. Esta mudança de perspectiva tornou possível considerar as comunidades territoriais do ponto de vista das práticas sociais e, em particular, das práticas urbanas em espaços partilhados. A este nível, tornou-se possível estudar “corpos sociais” híbridos, nos quais, no entanto, a dimensão participativa constitui um dos elementos de qualificação da relação social (SORICE, 2019, p. 121).

As comunidades que colocamos no centro de um processo de desenvolvimento comunitário são lugares onde aspiramos a construir uma alta densidade relacional (ANDORLINI; BASILE; MARMO, 2019, p. 9-16) e, acima de tudo, um capital social que pode atuar como um recurso para as pessoas (HANIFAN, 2016), apoiando o aumento das capacidades (SEN, 1985) que cria não só pontes (FIELD, 2003), mas também ligações (WOOLCOCK, 2001) para cobrir as “lacunas relacionais” (BURT, 1992) presentes nas comunidades²⁵.

Na abordagem adotada, as práticas sociais e mediáticas estão profundamente interligadas e constituem o “núcleo” dos múltiplos laços sociais que podem ser encontrados no seio das comunidades territoriais²⁶. Nem todos os laços sociais podem ser rastreados até as práticas sociais e de mediação que constroem a comunidade, mesmo no sentido fluido acima descrito, pois se referem a redes pessoais ou espaços relacionais de pertença em que, de acordo com Blokland (2017), podemos rastrear aquela familiaridade pública que:

25 O desenvolvimento da comunidade é a capacidade de aumentar o capital social e a coesão social de uma comunidade com o objetivo de alcançar uma maior densidade relacional e fazer da comunidade um recurso para os cidadãos. Indo ainda mais fundo, podemos também utilizar o termo “coletividade”, que é qualquer figuração de indivíduos que partilham alguns membros significativos e fornecem uma base para ação e orientação em comum (COULDRY; HEPP, 2017, p. 168).

26 Blokland (2017, p. 72-86) identifica uma tipologia de laços sociais baseada em quatro variáveis: a) transações; b) ligação; c) interdependências; e d) ligações.

[...] caracteriza um tecido social da cidade no qual, através de repetidos encontros fluidos e compromissos duradouros, os indivíduos são capazes de situar socialmente os outros, reconhecê-los e até esperar vê-los: o sem-abrigo que dorme debaixo da ponte, que passa todos os dias, pode um dia já não estar lá, e pode encontrar-se a perguntar para aonde foi [...] A familiaridade do público caracteriza um ambiente relacional em que compreendemos o que está a acontecer mas não temos de o achar correto, justificável, agradável ou positivo; nem nos diz como devemos nos comportar. Embora não necessariamente agradável do ponto de vista psicológico, a familiaridade do público torna o social claro, e pode fazer-nos sentir seguros por causa disso [...] pode induzir um sentimento de comunidade [...] (BLOKLAND, 2017, p. 119-120).

A familiaridade do público é extremamente relevante, mesmo em áreas de alta intensidade e presença de crime (organizado ou não), porque nos permite sentir a comunidade, mesmo onde não é agradável ou acolhedora, porque compreendemos os códigos culturais e práticas sociais que nos permitem sobreviver e construir comunidade, apesar do perigo. Blokland (2017) escreve que

[o]s bairros de alta criminalidade também podem evocar experiências de pertença, casa e comunidade. As histórias, as narrativas que são produzidas em conjunto nas comunidades podem funcionar como uma forma de criar uma consciência coletiva da necessidade de estar “atento” e “cuidar dos seus próprios assuntos”... Podemos nos sentir incluídos numa comunidade e ter algum grau de pertença a ela, pelo menos através das nossas práticas, embora possamos ser rápidos a negar qualquer forma de identificação social porque não queremos ser associados aos seus estereótipos (BLOKLAND, 2017, p. 121).

A fim de completar a delimitação da nossa ideia de comunidade, consideramos também outros conceitos. O primeiro conceito que parecia aplicável ao nosso raciocínio é o conceito de comunidade imaginada, de Anderson (1983).

Pertencer a uma comunidade é imaginado porque, muitas vezes, não estamos em condições de viver diariamente com todos aqueles que habitam um território, real ou digital, para trocar ideias, opiniões e valores, mas mais facilmente “sentimos” que pertencemos a uma comunidade precisamente porque partilhamos ideias, opiniões, valores e símbolos com aqueles que, talvez, nunca tenhamos a oportunidade de conhecer pessoalmente.

Cada tipo de comunidade territorial construiu e estratificou, ao longo do tempo, uma forma imaginária que reside permanentemente na imaginação coletiva das pessoas que a habitam e, parcialmente, naquelas que têm relações com ela. Essa forma imaginada é algo que só sofre uma mudança repentina em uma ocasião que provoca ruptura súbita (uma catástrofe natural, uma epidemia, um ataque terrorista, uma grande crise econômica e social, etc.)²⁷; caso contrário, permanece estável, ao longo do tempo, enquanto é enriquecida por elementos provenientes de mudanças sociais e culturais externas, tais como a globalização ou migrações internas e externas.

A capacidade de aspirar é enxertada na comunidade imaginada (APPADURAJ, 2004), da qual duas dimensões devem ser destacadas. A primeira refere-se às aspirações como desejos, preferências, escolhas e planos que nunca são simplesmente individuais, mas que estão incorporados nas sociedades e não podem ser compreendidos sem os colocar no quadro mais amplo das normas culturais. A segunda (que deriva da primeira, que é a capacidade de aspirar) é expressa na capacidade de construir uma narrativa do futuro e no futuro, que, utilizando os elementos da cultura em que se vive, permite definir o próprio caminho. Desenvolver essa capacidade requer a capacidade de explorar o próprio futuro de uma forma realista e de partilhar esse conhecimento. Para as pessoas menos privilegiadas, é a falta de prática na utilização dessa capacidade (devido ao fato de a sua situação não lhe permitir experimentar futuros alternativos) que conduz a um horizonte de aspirações mais frágil e precário.

Prestar atenção às desigualdades, na capacidade de aspirar dentro das comunidades, é fundamental para o seu desenvolvimento porque, como veremos, no crescimento de uma autoconsciência coletiva, os desejos e a imaginação para o futuro desempenham um papel importante. Então, torna-se crucial trabalhar neste aspecto, especialmente nas partes mais vulneráveis, frágeis e marginais da comunidade.

27 Para mais informações, ver Schwarz, Seeger, Auer (2016) e Coombs, Holladay (2012). Mudanças sociais e culturais externas, tais como a globalização ou migrações internas e externas.

O último conceito que queremos explorar é o da cultura popular, que é parte integrante do nosso raciocínio sobre as comunidades, porque não é possível “cortar” o que acontece na produção cultural. Stuart Hall escreve que

[a] cultura popular, mercantilizada e estereotipada como é frequentemente, não é de todo, como por vezes pensamos que é, uma arena onde encontramos quem realmente somos, a verdade da nossa experiência. Trata-se de uma arena profundamente mítica. É um teatro de desejos populares, um teatro de fantasias populares. É onde descobrimos e brincamos com as nossas identificações, onde somos imaginados, onde somos representados, não só para o público exterior que recebe a mensagem, mas para nós próprios pela primeira vez (HALL, 1992, p. 250).

Colocar a cultura popular no centro do desenvolvimento da comunidade significa também abandonar a ideia de que só o que apela aos poucos que têm uma visão do futuro é também bom para toda a população.

A MEDIATIZAÇÃO PROFUNDA E A TRANSFORMAÇÃO COMUNITÁRIA

A ideia contemporânea de comunidade delineada não pode ser vista isoladamente da mudança de paradigma que estamos a viver, a da mediatização profunda (HEPP; COULDRY, 2017; HEPP, 2020). Como Couldry e Hepp (2017, p. 86) escrevem,

[a] crescente complexidade e variedade de como, nas nossas sociedades modernas contemporâneas, as relações sociais e económicas são sustentadas no espaço através da comunicação e intercâmbio globalizados significa que muitas relações sociais hoje em dia não estão fortemente ancoradas em lugares ou locais específicos.

Um dos temas centrais é a translocalidade (HEPP, 2015), ou seja, as interrelações mediadas entre os diferentes lugares, porque

[a]s localidades não se dissolvem: como seres humanos encarnados, não temos outra escolha senão agir a partir de uma determinada localidade, mesmo que os recursos em que se baseia a ação *dessa localidade sejam eles próprios distribuídos. Mas estas localidades mudam* o seu significado num mundo social de conexões translocais cada vez mais complexas (COULDRY; HEPP, 2017, p. 87).

Pelo nosso raciocínio, é importante sublinhar que as comunidades

[...] não são, em primeiro lugar, algo que não é físico, mas são criados por pessoas em interações *repetidas* [...]. Os locais são, material e fisicamente, lugares sócio-culturalmente definidos que têm um espaço comum através das interações *humanas*. Em *segundo lugar*, a construção deste tipo de localidade não é algo que possa ser simplesmente oposto à utilização de meios de comunicação. É mais provável que as localidades de hoje sejam criadas por práticas relacionadas com os meios de comunicação, e assim, neste sentido, são elas próprias mediadas. Em *terceiro lugar*, ao considerar as localidades como lugares apropriados para os media, é crucial ter em mente que elas próprias são translocalizadas, não ligadas pelo ato de apropriação dos media, mas sim ligadas em redes de comunicação que vão para além do local. Para pedir emprestado um termo da antropologia cultural, precisamos adotar uma abordagem multifacetada. Ao considerarmos as localidades em relação aos meios de comunicação, temos de ter em mente as redes que transcendem o local ao qual estas localidades estão abertas, quer se trate de comunicação mútua, produzida ou virtualizada (HEPP, 2015, p. 187).

Além disso, Hepp (2015, p. 208-209) afirma que as comunidades locais continuam a ser centrais. A mediatização profunda transforma o sentido de pertença das comunidades, tornando-as comunidades mediatizadas.

Na nossa viagem dentro do desenvolvimento comunitário é interessante introduzir a relação entre as gerações mediatizadas e os horizontes mediatizados das comunidades. Hepp (2020, p. 184- 186)

identifica cinco “horizontes mediatizados de comunitarização”²⁸, ou seja o conjunto de comunidades relevantes em que uma pessoa está posicionada, que podem ser distinguidas através das três gerações de meios de comunicação social²⁹: minimalismo, localismo, centrismo, multilocalismo e pluralismo. Estes diferem em relação aos tipos de comunidades relevantes, ao *networking comunicativo* e ao domínio de temas individuais na construção de comunidades.

Tal entrelaçamento das características da comunidade, das redes de comunicação e da relacionalidade torna mais complexo o contexto das comunidades em que desenvolvemos a pesquisa-ação. Isso significa que não podemos ignorar o papel desempenhado pelos meios de comunicação social (digitais e não digitais) nos processos de desenvolvimento comunitário. Mas é igualmente claro que não podemos atribuir aos meios de comunicação social nem um papel salvífico, nem um papel transformador nas culturas territoriais. Apesar disso, podemos identificar pelo menos três papéis a considerar (COULDRY; HEPP, 2017, p. 175-176): 1) o conteúdo das mídias é um recurso importante para definir comunidades; 2) as mídias são um meio de construção de comunidades; 3) as mídias desencadeiam dinâmicas nas comunidades.

QUE VULNERABILIDADE?

Nesse complexo panorama comunitário, de que tipo de vulnerabilidade estamos tratando? Segundo o esquema conceitual de Castel (1995), o percurso de empobrecimento de um sujeito potencial pode ter lugar passando da área da integração (inserção estável nos circuitos ocupacionais e disponibilidade de apoios relacionais sólidos, sobretudo apoio familiar) para a área da desafiliação, na qual se encontram sujeitos em condição de extrema pobreza (também caracterizada por processos). Essa transição tem lugar através de mi-

28 O termo “comunitarização” foi cunhado por Max Weber, que introduziu o termo ‘comunitarização’ (Vergemeinschaftung) para descrever processos que poderiam conduzir a comunidades mais estáveis: “Uma relação social será chamada “comunitarização” (Vergemeinschaftung) se e na medida em que a orientação da ação social descansa na instância única, ou em média, ou como uma tipificação pura de um sentimento subjetivo (emocional ou tradicional) de pertença entre as pessoas envolvidas (WEBER, 1999)”.

29 Segundo Hepp, existem três gerações de meios de comunicação, as gerações de meios de comunicação de massas, as gerações de meios digitais secundários, e as gerações de meios digitais de construção de comunidades; 3) os media desencadeiam dinâmicas nas comunidades.

crofraturas na experiência dos sujeitos, tanto a nível laboral como relacional, que geram situações de precariedade e fragilidade: esta é a área da vulnerabilidade social. Assim, um número potencialmente grande de pessoas pode tornar-se vulnerável, posicionando-se de forma diferente na desconstrução tanto das capacidades (SEN, 1985; 1987), como das esferas da vida (trabalho, saúde, habitação, socialidade, família e lazer).

Na investigação-ação, decidimos classificar as pessoas principalmente no que diz respeito à socialidade, com particular referência ao isolamento relacional (físico e/ou digital) em que indivíduos ou grupos de pessoas podem viver. Esse aspecto será discutido mais adiante, sublinhando a necessidade de uma intervenção conjunta em ambos os territórios, para preencher lacunas relacionais e tentar promover a ponte do capital social em um contexto historicamente pobre em capital social e parcialmente infiltrado pelo crime organizado.

O CONTEXTO DA INVESTIGAÇÃO DE AÇÃO: O DISTRITO DE PELLARO NA CIDADE DE REGGIO CALABRIA

O distrito de Pellaro tem cerca de 10.000 habitantes e está localizado na parte sudeste da cidade de Reggio Calabria, na Calábria, uma das regiões mais pobres e vulneráveis do sul de Itália (SVIMEZ, 2019). A escolha do distrito foi feita em conjunto com o Consórcio Macramè³⁰ com base nos seguintes critérios: delimitação espacial, grau de sentimento de pertença e nível de pobreza. A delimitação do distrito de Pellaro é muito simples, porque algumas ruas delimitam-no tanto do resto da cidade como do campo e de outros subúrbios. O mar fecha o último lado do trapézio (Figura 1).

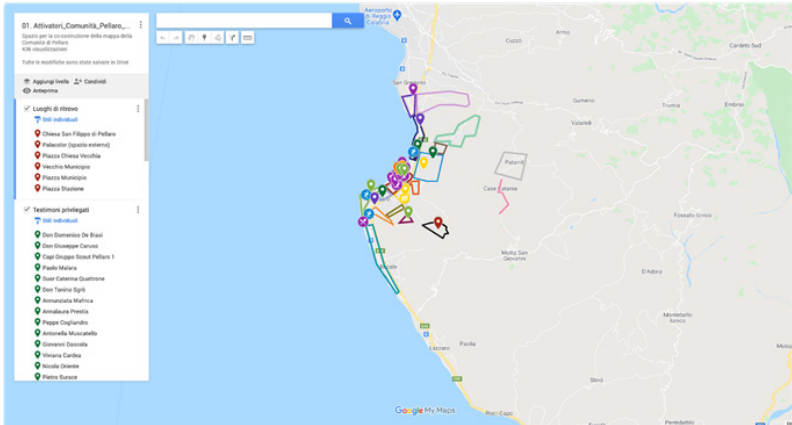
O sentimento de pertença ao Pellaro é muito forte, porque o bairro tinha sido um município separado antes de ser fundido com Reggio Calabria, em 1927. Isso significa que, na memória das gerações mais antigas, ainda existe um período histórico em que o bairro tinha autonomia política e administrativa, uma memória que foi transmitida às gerações seguintes e que é motivo de orgulho para o bairro.

O seu nível de pobreza coloca Pellaro em uma posição mediana em comparação com outros bairros da cidade de Reggio Calabria. Esse aspecto é importante, porque intervenções em situações onde a

30 O Consórcio Macramè é um consórcio de cooperativas sociais que lidera o programa de desenvolvimento comunitário no bairro de Pellaro e é financiado pela Fondazione Con il Sud.

pobreza é generalizada ou, pelo contrário, em bairros onde a pobreza é rara, não teriam permitido uma boa avaliação da dinâmica do desenvolvimento comunitário, da inclusão digital e do possível aumento do capital social³¹.

Figura 1: Mapa construído pelos ativadores de Pellarò



Fonte: Google Maps³².

Além disso, é importante sublinhar que o trabalho com pessoas vulneráveis dentro das comunidades, em uma perspectiva pesquisa-ação, torna-se ainda mais difícil em um contexto territorial como o da Calábria, por pelo menos três razões. Em primeiro lugar, a forte presença e infiltração do crime organizado ('ndrangheta') em quase todas as atividades econômicas significa que, para a maioria da população, a ilegalidade, extorsão, usura e ameaças fazem parte da vida cotidiana e assumem o caráter de familiaridade pública que vimos acima, o que pressupõe um conhecimento generalizado e uma "atenção liminar" pronta a tornar-se "atenção de perigo iminente" rápida e

31 As famílias em potenciais dificuldades econômicas representam 5,10% do número total de famílias em Reggio Calabria. Para compreender a dimensão do problema, a cidade de Florença, na região da Toscana, no centro de Itália, e a cidade de Bergamo, na região da Lombardia, no norte de Itália, têm uma percentagem de 1,20%, cinco vezes menos do que Reggio Calabria (Openpolis, 2011 <https://www.openpolis.it/esercizi/come-la-poverta-educativa-colpisce-i-minori-nei-comuni-italiani/> 21 jul. 2020).

32 O mapa está disponível em: <https://www.google.com/maps/d/edit?mid=InLe-jxX3pAA6daViY6IgtEienycFekZrz&ll=38.03356171614564%2C15.655880932396091&z=14>. Acesso em: 16 fev. 2022.

automaticamente. Em segundo lugar, o contexto territorial e caracterizado por áreas degradadas (resíduos não recolhidos, casas dilapidadas etc.) junto a áreas residenciais sem descontinuidades. No caso de Pellaro, a vulnerabilidade coexiste com áreas de inclusão social, tornando o trabalho com a comunidade mais complexo e articulado. Em terceiro lugar, a forma de pensar e viver a vida quotidiana é permeada por uma profunda desconfiança e uma forte ausência de laços sociais, que podem ser ligados em parte a fatores históricos e culturais de longo prazo que moldaram a identidade dos calabrianos de Pellaro e, mais geralmente, de todos os que vivem nas regiões do sul de Itália.

Em vez de nos referirmos ao bem conhecido conceito de familiarismo amoral (BANFIELD, 1958), consideramos mais importante frisar que os processos de desenvolvimento econômico impostos de cima, desde o fim da Segunda Guerra Mundial até ao presente, não permitiram um verdadeiro processo de modernização nem, muito menos, um processo de profunda mudança cultural e social, trabalhando no crescimento da coesão social, dos direitos e da legalidade (BORGOMEIO, 2013). Se acrescentarmos os extensos processos migratórios das regiões do Sul para as regiões não só do norte da Itália, mas também para os estados do norte da Europa, das Américas e da Austrália, as regiões do sul sofreram e continuam a sofrer um empobrecimento das energias mais jovens que decidiram abandonar as suas terras³³.

O QUE SIGNIFICA ENVOLVER AS PESSOAS MAIS VULNERÁVEIS NOS ESPAÇOS DIGITAIS?

No âmbito da abordagem que descrevemos, é necessário descrever o que significa envolver as pessoas mais vulneráveis tanto em atividades *presenciais* como em espaços digitais. Há pelo menos três tipos de envolvimento que também representam parcialmente os diferentes graus de participação das pessoas no processo de desenvolvimento comunitário.

Os primeiros são os espectadores, ou seja, aqueles que observam sem participar no que está a acontecer. Esta é, até certo ponto, a primeira fase de envolvimento, mas é também o comportamento daqueles que ainda não confiam nas propostas feitas. Para os espaços digitais, é uma situação paradoxal porque as pessoas depositam mais confiança em propostas comerciais “distantes” (por exemplo, Face-

³³ Muitos textos foram escritos sobre a questão do sul em Itália e muitas interpretações foram dadas. Para mais informações, ver Della Torre (2010).

book, Instagram), que são certamente menos transparentes nas suas políticas de privacidade (COULDRY; MEJAS, 2019) do que em propostas de “proximidade”. Para encontros presenciais, o paradoxo é que mesmo as situações ilegais são preferidas³⁴ nas relações, em vez de formar novas relações onde a confiança é necessária. Essa atitude é coerente em um contexto em que uma das expressões populares utilizadas para compreender se se deve ou não confiar é “cu apparteni”, que exprime a ideia de que cada ação que se toma tem origem num interesse (a sua família, o seu mestre, o seu cônjuge etc.)³⁵

O segundo tipo é o dos utilizadores. Ultrapassaram a sua desconfiança e aproveitam as propostas que são feitas, tanto pelos ativadores frente a frente como na plataforma. Brincam com espaços digitais e estão dispostos a envolver-se em propostas de agregação divertidas e não formais, mas ainda têm de fazer dessas atividades e propostas as suas próprias.

O terceiro e último tipo são os protagonistas. São aqueles que propõem atividades e experiências, quer presenciais quer na plataforma digital, e que se “ativaram” no contexto comunitário. As três tipologias não existem numa escala ascendente (dos espectadores aos protagonistas), mas sim os diferentes graus de envolvimento das pessoas vulneráveis em relação aos espaços digitais e não comunitários.

METODOLOGIAS DE PESQUISA-AÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Ouvir e observar a comunidade é o primeiro passo em qualquer processo de desenvolvimento comunitário, porque é o que nos permite mergulhar na comunidade e caminhar ao lado do seu povo. Na pesquisa-ação que empreendemos, tentamos utilizar um método misto que, por um lado, permitisse às pessoas da vizinhança desempenhar um papel de liderança e, por outro, nos fornecesse elementos cognitivos para serem analisados mais tarde.

34 Por exemplo, o crime organizado desempenha frequentemente uma função de substituição do “serviço social” para fazer o destinatário incorrer numa dívida que será cobrada de uma forma e num momento a especificar.

35 Essa frase, que é muito difícil de traduzir do dialeto regional para italiano, poderia significar: quem é você, a que família pertence, quais são as suas origens, de onde vem etc.? Acreditamos realmente que esta frase calabresa expressa o verdadeiro significado da palavra “pertença”, ou seja, propriedade. A questão não tende a esclarecer quem é, o que faz, de onde vem, mas apenas e simplesmente, para dar a conhecer quem é o seu mestre, quem pode gerir a sua vida e dispor dela.

Para isso, selecionamos um grupo de 6 pessoas de Reggio Calabria, incluindo uma do bairro de Pellaro, todos especialistas em trabalho social, para conduzir a investigação de ação sobre o processo de desenvolvimento comunitário. Essas pessoas, a quem chamamos “ativadores comunitários”, foram formadas tanto nos aspectos metodológicos da pesquisa-ação a realizar no território como naqueles a realizar em espaços e plataformas digitais.

O primeiro método utilizado foi o da escuta ativa, proposto por Marianella Scavi (2002). Essa metodologia anula a abordagem que tradicionalmente caracteriza um bom observador: ser passivo, neutro e desatento às emoções suscitadas pela troca; e propõe um modelo de comportamento ativo: abertura ao diálogo e vontade de questionar as suas próprias certezas.

É uma competência que se concentra nas emoções, como instrumentos de conhecimento e descoberta, que nos permitem compreender não tanto o que mas como observamos. O que é interessante sublinhar para os fins da nossa viagem é que seguir as sete regras da escuta ativa permite-nos construir relações e laços sociais baseados na confiança, respeito mútuo e diferença; e que são, portanto, pelo menos em teoria, mais sólidos e duradouros.

Estreitamente relacionado com a escuta ativa está a observação participante, um método nascido da antropologia³⁶ que nos permite observar, participando diretamente na vida cotidiana das comunidades. Mas o que temos observado?³⁷

A nossa atenção centra-se nas práticas sociais e mediáticas das pessoas que vivem nas comunidades reais e digitais de Pellaro, a fim de compreender em pormenor os comportamentos, atitudes, línguas e culturas partilhadas em bairros, ruas, blocos de apartamentos, espaços reais e digitais; os conflitos entre pessoas e entre pessoas e instituições em espaços reais e digitais; os lugares de familiaridade do público; a presença de lugares colonizados pelo crime comum e/ou organizado; a presença de elementos visuais e/ou rituais recorrentes com significados particulares partilhados na comunidade; expressões públicas de religiosidade.

As competências de observação antropológica são adquiridas através da experiência de campo e do trabalho psicossocial sobre a própria forma de observação³⁸, que também é útil na utilização de al-

36 Para uma discussão mais detalhada, ver Balsiger, Lambelet (2014, p. 144-172).

37 Para uma discussão mais detalhada, ver De Blasio et al. (2017, p. 118-127).

38 A capacidade de ir além da mera observação do que é mostrado, a fim de compreender significados mais profundos, requer uma vasta experiência de campo ao lado daqueles que já possuem competências antropológicas básicas. Por exemplo, trabalhar

guns instrumentos de investigação qualitativa, tais como as entrevistas que utilizamos na investigação-ação. Na sequência do trabalho coletivo de De Blasio *et al.* (2017, p. 74-89), podemos identificar 7 tipos de entrevistas: a entrevista informal ou situacional, a entrevista com testemunhas, a entrevista individual semiestruturada, a entrevista aprofundada, a entrevista biográfica, a entrevista em grupo (ou discussão), o grupo focal.

Durante a investigação-ação, após um breve curso de formação, os ativistas comunitários utilizaram entrevistas informais, entrevistas em profundidade e entrevistas biográficas, bem como grupos focais em ocasiões particulares para explorar aspectos específicos de forma mais profunda. Os ativadores foram também formados em processos de facilitação participativa, tais como a tecnologia do espaço aberto,³⁹ para poderem intervir em apoio ao empoderamento das pessoas dentro do bairro de Pellaro. Finalmente, outro momento-chave de formação e co-construção referia-se às plataformas digitais comerciais e proprietárias.

No que diz respeito às plataformas comerciais, decidimos considerar como pertencentes ao território da comunidade Pellaro todos os espaços digitais construídos pelos habitantes das principais redes sociais (Facebook e Instagram). Nesses espaços, os ativadores comunitários utilizaram o método da observação participativa. Além disso, decidimos utilizar o Google Maps para mapear as testemunhas privilegiadas, incluindo as entrevistas realizadas, as organizações sem fins lucrativos ativas no bairro com as suas atividades, a percepção dos habitantes sobre a divisão das áreas relevantes do bairro, as áreas degradadas e/ou abandonadas e, finalmente e acima de tudo, as relações entre as pessoas. Este último mapeamento levou à co-construção, juntamente com os ativadores e alguns dos habitantes do bairro, de um espaço digital proprietário⁴⁰, Ekei.it,⁴¹ que permitiria uma dupla utilização: a primeira como local de recolha dos dados recolhidos

o próprio ponto de vista e a própria forma de ver o mundo com biografia social (VOLTERRANI; ALFANO, 2020) é uma prática que permite desenvolver uma maior consciência da própria observação.

39 Para mais informações, ver Owen (2008).

40 Embora o espaço digital se pareça com um Sistema de Informação Geográfica (SI), graças à utilização de inteligência artificial, tenta ligar diferentes funções, tais como a gestão do espaço pessoal e redes relacionais.

41 Disponível em: https://webapp.ekei.it/app/tor/timeline?filter=%5B%7B%22id%22:%22sort_creationDateza%22,%22t%22:%22sort%22,%22n%22:%22creationDate%22,%22gn%22:%22ordinamento%22,%22p%22:%22onlyOne%22,%22v%22:%22%7B%22t%22:%22decescente%22%7D%7D%5D. Acesso em: 16 fev. 2022.

através do trabalho dos ativadores de forma inovadora⁴² e, a segunda, como local de envolvimento dos habitantes de Pellaro na sua utilização e protagonismo, com especial atenção para os que se encontram em situações mais vulneráveis.

Graças à simplicidade da interface gráfica, de fato, os cidadãos podem criar a sua própria conta pessoal e navegar dentro da plataforma, explorando o conteúdo criado pelos “amigos do bairro”, respondendo aos questionários e vendo o trabalho e o apelo à ação dos ativistas comunitários. Um espaço inteiramente dedicado à comunidade/comunidade de Pellaro para gerar proximidade. Uma ferramenta concebida para dar aos habitantes de Pellaro a oportunidade de conhecer, partilhar, relacionar-se e redescobrir um sentido de comunidade.

VULNERABILIDADE E INCLUSÃO DIGITAL NO PELLARO: AS ETAPAS DE UMA VIAGEM

O processo de envolvimento de pessoas vulneráveis no bairro de Pellaro seguiu uma série de passos que iremos revisitare. O primeiro passo foi a seleção e formação de ativadores comunitários. Eram um recurso fundamental para proporcionar um caminho de fácil acesso ao bairro, tanto do ponto de vista do conhecimento prévio dos habitantes como do ponto de vista linguístico⁴³, e para uma capacidade de “camuflagem” dentro do bairro e dos espaços digitais que estavam inicialmente ativos. O trabalho preliminar de ouvir e observar os participantes durou cerca de 4 meses. Durante esse período, foi possível identificar os indivíduos mais vulneráveis dentro da comunidade, reconstruindo tanto a sua história pessoal como a rede de relações em que estavam inseridos ou, como foi frequentemente o caso, a ausência quase total de relações.

Não é fácil reconstruir um tecido relacional em torno de pessoas perdidas (DEVASTATO, 2016; ALLEGRI 2015). Para além dos espaços presenciais, as propostas espaço digitais contribuíram decisivamente para “engatar” os vulneráveis isolados.

42 Por exemplo, capturando a diferente densidade relacional das várias partes do bairro de Pellaro em termos de número e qualidade, idade e posição social.

43 Como em todas as regiões italianas exceto a Toscana, o dialeto local (que muitas vezes não é um dialeto, mas uma língua completamente diferente) é falado juntamente com a língua italiana. Em Reggio Calabria, o dialeto calabriano da região é basicamente incompreensível para os estranhos, mesmo para aqueles que conhecem muito bem a língua italiana, porque contém termos e expressões derivadas do árabe, do grego e, em parte, do albanês.

As atividades propostas nos espaços digitais foram inicialmente muito simples: apoio na compreensão dos espaços digitais (acessibilidade, funcionamento), atualização dos dados de um indivíduo, adição de uma foto antiga ao seu perfil, um jogo cara a cara a ser jogado nos espaços digitais para dar uma sensação de continuidade nas relações, contato, em momentos pouco habituais (por exemplo, ao fim da noite após o jantar), para fazer sentir a presença dos ativadores. Embora lento, o foco na construção e manutenção de relações presenciais foi útil para o envolvimento em espaços digitais e, inversamente, a presença ativa em espaços digitais reforçou relações reais, criando um circuito virtuoso, o que amplificou a densidade de relações positivas em torno das pessoas mais vulneráveis.

PRIMEIROS RESULTADOS DA PESQUISA-AÇÃO

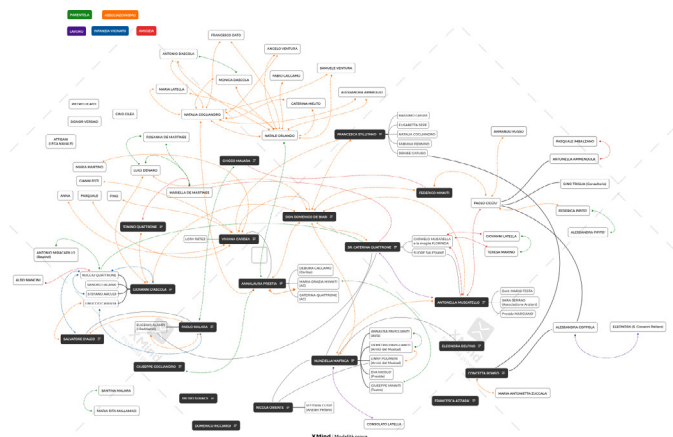
Os primeiros resultados da investigação podem ser resumidos em três etapas. O primeiro é o grau de envolvimento dos habitantes de Pellaró nos espaços reais e digitais em termos quantitativos. Foram construídas relações no bairro com 2.000 pessoas (20% do total), entre as quais cerca de 200 são não residentes, mas que ainda frequentam os espaços do bairro. Até agora⁴⁴, tem sido possível colocar cerca de 600 pessoas na plataforma digital, pouco mais de 5% do total. Destes, 120 são considerados vulneráveis (1%). O resultado é, particularmente, relevante porque conseguimos construir uma relação significativa com muitas pessoas que foram contactadas pelos ativadores comunitários durante um longo período (cerca de 8 meses de trabalho). A segunda é a qualidade das relações.

A Figura 2 é um exemplo da rede inicial de relações (tanto presenciais como digitais) de uma rua localizada dentro do bairro de Pellaró. Através dos ativadores, foi possível tanto reconstruir a situação das relações como começar a promover uma maior densidade de relações, e construir relações onde antes não existiam. No entanto, o resultado mais importante⁴⁵ é que a qualidade das relações que foram construídas tem, para as pessoas envolvidas, características de maior intensidade, significado, emocionalidade e proximidade do que antes. Ser colocado em relações que são qualitativamente vistas como positivas e satisfatórias ajuda a criar as condições para escapar a circunstâncias de isolamento ou de vazio relacional.

44 Momento de escrita deste trabalho.

45 Estes aspectos emergem da análise das entrevistas aprofundadas realizadas após a construção das redes relacionais.

Figura 2: Reconstrução inicial das relações numa rua do distrito de Pellaro



Fonte: Imagem produzida pelos autores com o software xmind.

A terceira é a utilização integrada do trabalho comunitário no terreno e em espaços digitais para a inclusão de pessoas marginalizadas e vulneráveis. Os dois primeiros resultados não teriam sido possíveis se não tivéssemos construído um processo de trabalho de desenvolvimento comunitário que integrasse o contacto tanto no espaço territorial como no digital (contacto qualificado, contínuo, solidário e próximo para construir a confiança que, como vimos, é parte integrante da ponte social do capital). Foi por meio dessa atividade generalizada que as pessoas puderam aceder aos espaços digitais, superando assim, para alguns, a forte clivagem digital e, sobretudo, as dificuldades cognitivas e deficiências culturais que não lhes permitiam perceber previamente as oportunidades oferecidas pela “digitalização” (TSATSOU, 2011; CHOUDRIE, TSATSOU, KURNIA 2018; ZAMANI, 2018).

Um outro resultado parcialmente inesperado diz respeito à ativação dos dois primeiros círculos mutualistas⁴⁶ entre pessoas marginais e vulneráveis no distrito que encontraram espaços (reais e digitais) nos quais puderam se exprimir com igual dignidade com os

⁴⁶ A história da mutualidade começou na segunda metade do século XIX com o estabelecimento pelos trabalhadores de sociedades de ajuda mútua que apoiavam os trabalhadores individuais e as suas famílias em tempos de dificuldade. As sociedades caracterizavam-se por igual dignidade e direitos entre os seus membros. Na Itália e noutros países europeus, como França e Bélgica, estiveram na origem dos sindicatos, do movimento laboral e dos primeiros partidos socialistas (TOMASSINI, 1999).

outros componentes. O objeto da constituição dos círculos estava ligado a ruas individuais no distrito onde os habitantes têm problemas e necessidades semelhantes. Um espaço ad hoc para esse tipo de iniciativa foi construído sobre a plataforma digital, que não só permite uma troca adicional de relações, mas também cria um espaço para depositar fotografias e documentos oficiais relativos a problemas comuns de rua. O trabalho dos círculos começou há três meses; embora seja ainda demasiado cedo para avaliar o seu impacto, o seu nascimento é, no entanto, um sinal de uma mudança importante no seio da comunidade.

Em um processo experimental como o descrito, é também importante sublinhar os obstáculos que foram encontrados. O maior, e o que mais precisava de ser refletido, eram os objetivos finais que as pessoas da comunidade estavam a pedir. Não parecia possível ou credível que o objetivo fosse “apenas” construir relações e laços sociais no bairro. A cultura generalizada da desconfiança muito provavelmente retardou o processo de abertura e envolvimento em relações. Neste, contudo, os espaços digitais ativados (comerciais e outros) desempenharam um papel facilitador.

Um segundo obstáculo, que na realidade se transformou numa oportunidade, foi a Covid-19. Assim que o encerramento nacional começou, as atividades que tinham sido realizadas pararam; depois, porém, os espaços digitais foram o ponto de viragem, porque permitiram continuar o trabalho de tecelagem relacional e, além disso, dar um apoio real ao bairro de Pellaro. Finalmente, o crime organizado ainda não interveio, porque o trabalho comunitário que estamos fazendo ainda está demasiado sob o radar. Esperamos, infelizmente, que este obstáculo surja quando algumas pessoas saírem da dívida social com o crime organizado, porque terão encontrado recursos relacionais dentro da comunidade em vez de a verem apenas como um lugar para viver.

CONCLUSÕES

Há quatro aspectos do trabalho realizado no distrito de Pellaro que gostaríamos de destacar. O primeiro é a capacidade de desenvolver relações duplas (sociais e digitais) dentro de um contexto comunitário periférico, marginal e vulnerável, como o do sul de Itália. Com base também na literatura sobre continuidade e, especialmente, sobre o entrelaçamento do real e do digital na mediatização profun-

da⁴⁷, nos primeiros resultados da pesquisa-ação, pudemos identificar uma forte interrelação que, no caso de pessoas vulneráveis, ajuda a construir (ou reconstruir) um tecido de relações que, para além de aumentar a densidade das próprias relações, faz crescer o capital social de ponte, misturando o local com o translocal (HEPP; BERG; ROITSCH, 2014. p. 175-180).

Colocar as relações com as pessoas no centro, sob qualquer forma, permite lançar as bases da sua ativação para fins mutualistas e solidários, tais como a constituição de círculos de mutualidade sub-territorial ou de grupos informais de base (SQUILLACI; VOLTERRANI, 2020). Consequentemente e coerente com tudo isso, é o segundo aspecto, o potencial dos meios digitais para satisfazer às 7 necessidades (reconhecimento, política, participação, econômica, de pertença, simbólica e social) delineadas por Couldry (2012) só garante a sua realização na parte mais vulnerável da população se esta se tornar protagonista das suas próprias ações através de processos de voz (COULDRY, 2010), *empowerment* (empoderamento) a partir de baixo, e educação (FREIRE, 1970; BARBAS, 2020).

Tornar as pessoas vulneráveis protagonistas, não apenas através de apoio como o fornecido por ativadores comunitários, é fundamental para ativar processos de inclusão real. Promover o crescimento da consciência através de um processo contínuo de relações, processos educativos não formais e apoio na vida quotidiana é uma das pedras angulares do nosso trabalho de pesquisa-ação. É provável que o processo de desenvolvimento comunitário em Pellaro não esteja indo na direção inicialmente imaginada, mas esse, ao invés de ser um problema, é um dos sinais de que as pessoas aceitaram o desejo de imaginar o seu futuro.

De fato, no terceiro aspecto vemos uma capacidade sem precedentes de cultivar e aumentar a capacidade de aspiração (APPADURAI, 2004), por intermédio de plataformas de participação comunitária. Em particular, nos processos formais e informais de agregação que foram estabelecidos no bairro, surgiram sugestões, ideias e propostas sobre o que poderia ser implementado para o seu desenvolvimento social e econômico: a valorização da orla marítima, a criação de pontos de encontro públicos, o conceito de autonomia de decisão do bairro em relação à cidade, para citar apenas alguns.

Em todos esses casos, as plataformas digitais facilitaram discussões e debates iniciados através de metodologias participativas tra-

47 Couldry e Hepp (2017: 34-35) argumentam que a mediatização profunda é uma fase avançada do processo, na qual todos os elementos do nosso mundo social estão intrinsecamente ligados aos meios digitais e às suas infraestruturas subjacentes.

dicionais (espaço aberto e grupos focais abertos), acrescentando um verdadeiro protagonismo ao digital num círculo virtuoso. É claro que muitos passos têm ainda de ser dados para imaginar uma forte consciencialização (FREIRE, 1970) da comunidade, mas tanto os espaços reais como os digitais contribuíram inegavelmente para um crescimento da consciência dentro de uma parte considerável da comunidade num espaço de tempo relativamente curto (8 meses).

Finalmente, o último aspecto que queremos destacar é a profunda interligação entre comunidades tradicionais e mediadas (HEPP, 2016; 2020), ainda que estas sejam, maioritariamente, compostas por pessoas vulneráveis. Como Hepp (2020, p.186) assinala, mesmo na geração mais jovem a profunda mediatização no que diz respeito às formas de pertença e de construção comunitária deve ser verificada.

No nosso caso, é possível apontar que, no início da pesquisa-ação, a comunidade “tradicional” desempenhou um papel importante no desenvolvimento digital, mas, uma vez que as pessoas se apropriaram do digital, as partes foram invertidas, porque foi através do digital que foi possível alargar e envolver outras partes da comunidade. Nesse sentido, a variedade de repertórios mediáticos (HEPP, 2020, p. 152-155) tornou possível envolver algumas pessoas-chave (não apenas a geração mais jovem) na vizinhança, o que serviu como função adicional de inclusão e agregação digital. A experiência de investigação-ação Pellaró ainda está em curso. A esperança é que continue a fornecer orientações úteis a todos aqueles que desejam empreender um processo de desenvolvimento comunitário duplo, tanto real como digital, para garantir que as pessoas já não se sintam sós.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFANO, I.; VOLTERRANI, A. **La biografia sociale**. Un metodo per l'esplorazione delle relazioni sociali. Roma: Università di Roma Tor Vergata, 2020.

ALLEGRI, E. **Il servizio sociale di comunità**. Roma: Carocci, 2015.

ANDERSON, B. **Imagined communities**. New York: Verso, 1983.

ANDORLINI, C.; BASILE, N.; MARMO, M. Luoghi ad alta intensità relazionale. **Welfare Oggi**, v. 4-5, p. 5-10, 2019.

APPADURAI, A. The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition. In: WALTON, M.; RAO, V. (Eds.). **Culture and Public Action: A Cross-Disciplinary Dialogue on Development Policy**. Palo Alto: Stanford University Press, 2004. p. 59-84.

BALSIGER, P.; LAMBELET, A. Participant observation. In: DELLA PORTA, D. (Eds.). **Methodological practices in social movement research**. Oxford: Oxford University Press, 2014. p. 144-172.

BANFIELD, E. C. **The moral basis of a backward society**. Glencoe: Free Press, 1958.

BARBAS, A. Educommunication for social change. Contributions to the construction of a theory of activist media practices. In: STEPHANSEN, H. C.; TRERÈ, E. (Eds.). **Citizen media and practice**. Currents, Connections, Challenges. London: Routledge, 2020. p. 73-87.

BLOKLAND, T. **Community as urban practice**. Cambridge: Polity Press, 2017.

BORGOMEIO, C. **L'equivoco del Sud. Sviluppo e coesione sociale**. Roma-Bari: Laterza, 2013.

BURT, R. S. **Structural holes**. Cambridge: Harvard University Press, 1992.

CASTEL, R. **Les Métamorphoses de la question sociale, une chronique du salariat**. Paris: Fayard, 1995.

CHOUDRIE, J.; TSATSOU, P.; KURNIA, S. (Eds.). **Social Inclusion and Usability of ICT-Enabled Services**. New York: Routledge, 2018.

COOMBS, T.; HOLLADAY, S. J. **The Handbook of Crisis Communication**. Chichester: Wiley & Sons, 2012.

COULDRY, N. Theorising media as practice. **Social Semiotics**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 115-132, 2004.

COULDRY, N. **Why Voice Matters**. Culture and Politics After Neoliberalism. London: Sage Publications, 2010.

COULDRY, N. **Media, Society, World**: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge: Polity, 2012.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The mediated construction of reality**. Cambridge: Polity, 2017.

COULDRY, N.; MEJIAS, U. **The cost of connections**. How data is colonizing human life appropriating it for capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.

DE BLASIO, E.; QUARANTA, M.; SANTANIELLO, M.; SORICE, M. **Media, politica e società**: le tecniche di ricerca. Roma: Carocci, 2017.

DELLA TORRE, G. **La Questione Meridionale**: Social capital as a tool to understand the development disparity between the North and the South of Italy. Riga: Vdm, 2010.

DEVASTATO, G. **Lavoro sociale e azioni di comunità**. Rimini: Maggoli, 2016.

FIELD, J. **Social capital**. New York: Routledge, 2003.

FREIRE, P. **Pedagogia del oprimido**. Montevideo: Tierra Nueva, 1970.

HANIFAN, L. J. **The rural school community center**. Annals of the American academy of Political and Social Sciences, 67, 1916.

HEPP, A.; BERG, M.; ROITSCH, C. Mediatized worlds of communitization: young people as localist, centrists, multi-localists and pluralists. In: HEPP, A.; KROTZ, F. (Eds.). **Mediatized worlds**. Culture and society in a media age. Hampshire: Palgrave MacMillan, 2014. p. 174-203.

HEPP, A. **Transcultural communication**. Malden, MA: Wiley-Balckwell, 2015.

HEPP, A.; HITZLER, R. Collectivities in change. The mediatization and individualization of community building from a subjective and figurational perspective. In: KRAMP, L. et al. (Eds.). **Politics, civil society and participation**: Media and Communications in a transforming environment. Bremen: Edition Lumiere, 2016. p.133-150.

HEPP, A. **Deep Mediatization**. London: Routledge, 2020.

OWEN, H. **Open space technology: a user's guide**. Berrett-Koehler Publishers: San Francisco, 2008.

RECKWITZ, A. Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 243-263, 2002.

SCHATZKI, T. **Social practices**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

SCHATZKI, T.; KNORR CETINA, K.; VON SAVIGNY, E. (Eds.). **The practice turn in contemporary theory**. London: Routledge, 2001.

SCHWARZ, A.; SEEGER, M. W.; AUER, C. **The Handbook of International Crisis Communication Research**. Chichester: Wiley & Sons, 2016.

SCLAVI, M. **Avventure Urbane**. Milano: Elèuthera, 2002.

SEN, A. **Commodities and capabilities**. Amsterdam: Elsevier Science & Technology Books, 1985.

SEN, A. **The Standard of Living**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

SORICE, M. **Partecipazione democratica**. Milano: Mondadori Università, 2019.

SPAARGAREN, G.; WEENINK, D.; LAMERS, M. **Practice theory and research**. Exploring the dynamics of social life. Abingdon: Taylor & Francis, 2016.

SQUILLACI, L.; VOLTERRANI, A. **Lo sviluppo sociale delle comunità**. Milano: Fausto Lupetti Editore, 2020.

STEPHANSEN, H. C.; TRERÈ, E. **Citizen media and practice**. Currents, Connections, Challenges. London: Routledge, 2020.

SVIMEZ. **Rapporto Svimez 2019**. L'economia e la società del Mezzogiorno. Bologna: Il Mulino, 2019.

TANTE Italie dove crescere. Come la povertà educativa colpisce I minori nei comuni italiani. **Openpolis**, 2011. Disponibile em: <https://www.openpolis.it/esercizi/come-la-poverta-educativa-colpisce-i-minori-nei-comuni-italiani/>. Accesso em: 4 ago. 2020.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society**: Public values in a connective world. New York: Oxford University Press, 2018.

TOMASSINI, L. L'associazionismo operaio: aspetti e problemi della diffusione del mutualismo nell'Italia liberale. In: MUSSO, S. (Eds.). **Tra fabbrica e società**. Mondi operai nell'Italia del Novecento. Feltrinelli: Milano, 1999.

TSATSOU, P. **Digital Divides in Europe**: Culture, Politics and the Western-Southern Divide. New York: Peter Lang Pub Inc, 2011.

VOLTERRANI, A. Participation and communication in the time of social media. A chimera or an opportunity. **Sociology Study**, [S. l.], v. 8, n. 5, p. 213-219, 2018.

WEBER, M. **Economia e società** (Vol. 1): Teoria delle categorie sociologiche. Torino: Einaudi, 1999.

WOOLCOCK, M. The place of social capital in understanding social and economic outcomes. **Canadian Journal of Policy Research**, [S. l.], v. 2, n. 1, p.1-17, 2001.

ZAMANI, E. D. Social inclusion and ICTs. A literature review through the lens of capability approach. In: CHOUDRIE, J.; TSATSOU, P.; KURNIA, S. (Eds.). **Social Inclusion and Usability of ICT-Enabled Services**. New York: Routledge, 2018. p.11-29.

DESIGN E CIDADANIA DIGITAL: LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE PLATAFORMAS DIGITAIS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA⁴⁸

Bruno Madureira Ferreira
Universidade de São Paulo
brunomadureira@protonmail.com

INTRODUÇÃO

Desde 2005, o Centro Internacional de Pesquisa Atopos (Atopos)⁴⁹ se debruça sobre os possíveis impactos que as tecnologias digitais causam nos diversos âmbitos da sociedade. Apesar das ramificações desenvolvidas, o grupo se debruça, fundamentalmente, sobre as transformações qualitativas que as tecnologias de informação e comunicação (TIC) produzem no nosso modo de ser; as novas formas do habitar que elas propiciam, com suas específicas condições habitativas (distintas daquelas das experiências urbanas) e expõe a consequente necessidade de uma reformulação das dimensões sociopolíticas e arquitetônico-administrativas de cidades e metrópoles (DI FELICE, 2009). As TICs e suas específicas arquiteturas informati-

48 Esta pesquisa foi realizada com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Processo 133818/2019-5 de junho de 2019 a dezembro de 2021.

49 Grupo de pesquisa ligado à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

vas transformam nossa relação com o território e, na era da informação, a transição de uma estrutura comunicativa analógica frontal, na qual existe uma separação entre emissor e receptor, para um modelo reticular interativo, próprio das redes digitais, torna insuficiente o modelo de sociedade baseado no contrato social, fazendo-se necessária a busca por uma contratualidade ecológico-comunicativa (DI FELICE; TORRES; YANAZE, 2012).

Segundo Di Felice, Pereira e Roza (2017), essas novas condições habitativas e a conseqüente dinâmica estabelecida com o território são expressas em uma inédita forma de ação e participação social, não apenas virtual nem somente presencial, denominada net-ativismo. Este emerge online, nos mais diversos espaços como blogs, sites, redes sociais, fóruns de discussão e plataformas digitais, por meio dos quais essas ações se organizam, de forma autônoma, agregando e disseminando reivindicações e protestos, extrapolando as fronteiras territoriais. Saindo do *online* para o espaço físico das ruas, praças e demais locais públicos, mantém-se a conexão constante por meio de dispositivos móveis usados para o compartilhamento de informações e o monitoramento contínuo dos acontecimentos e do debate coletivo, estabelecendo um ecossistema de atuação que rompe com a contraposição entre físico e virtual, offline e online, criando uma espacialidade atópica⁵⁰. Ainda segundo Di Felice, Pereira e Roza (2017), a forma reticular e descentralizada dessa ecologia da ação favorece uma atuação sem hierarquia formal, espontânea, ausente de lideranças, autônoma, independente e, até mesmo, contrária aos mediadores políticos tradicionais (como partidos políticos, sindicatos e movimentos sociais organizados), lideranças e ideologias políticas modernas.

Na perspectiva net-ativista, a ação se desloca da vontade do sujeito para as redes que o circunscreve, caracterizando o net-ativismo não apenas como um conjunto de interações colaborativas resultantes da sinergia entre entidades diversas (humanas e não humanas), mas também como uma nova condição habitativa, digital, que as antecede, formando fluxos informativos compostos por dados, algoritmos, circuitos, dispositivos e territórios que conformam um novo tipo de ecologia, não mais separatista e opositiva, mas reticular e conectiva (DI FELICE, 2017; DI FELICE; PEREIRA; ROZA, 2017).

50 Da palavra grega *átomos*, que significa não lugar ou fora do lugar e remete a uma localidade não definida ou definível.

PARTIDOS DIGITAIS OU PARTIDOS REDE

O desenvolvimento de arquiteturas informativas e comunicativas como as plataformas digitais (BRATTON, 2016), de tecnologias como o *blockchain* e a *Internet of Things* (IoT) e o processo de plataformação (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018) possibilitaram a emergência e expansão dos chamados partidos digitais (GERBAUDO, 2019) ou partidos rede (KLIMOWICZ, 2018): formações políticas inéditas oriundas de movimentos sociais, coletivos e protestos (que poderiam ser compreendidos como net-ativistas), surgidos graças às duradouras e coexistentes crises econômicas, políticas, sociais e ecológicas que atravessam as últimas duas décadas. Esses partidos buscam desafiar o processo de tomada de decisão e as formas tradicionais de participação cívica, propondo modelos alternativos de governança no qual o cidadão assume uma postura mais ativa nas deliberações da administração pública (KLIMOWICZ, 2018).

De acordo com Klimowicz (2018), em contraposição às tendências neoliberais do século XX (como economia de livre mercado, lógica de contínuo crescimento do PIB – Produto Interno Bruto –, individualismo pujante e estruturas sociais hierárquicas), esses movimentos propõem alternativas baseadas na cooperação, transparência, novas formas de participação democrática (direta ou líquida) (DESERIIS, 2020), economia colaborativa e sustentável. Fortemente influenciados pela lógica das redes, essas organizações apresentam modelos organizacionais planejados e híbridos, comunicação horizontal formada por uma base ativa e influente de ativistas, com suas atividades baseadas na participação online, na deliberação pública, no financiamento e colaboração coletivos, na autossuficiência e auto-organização em níveis local, regional e mesmo nacional.

O objetivo, que comumente se expressa no discurso apartidário e antissistema, é o enfrentamento da exclusão social e das crescentes desigualdades por meio da construção de uma democracia aberta e acessível a todos, fazendo uso das plataformas e tecnologias digitais para a elaboração de uma esfera pública ampla, não restrita a uma “casta” de políticos profissionais e às corporações de mídia, mas produzida pelas e para as pessoas. Dessa forma, esses movimentos se colocam em oposição às “elites políticas” e corporativas, idealizando o empoderamento dos cidadãos, decodificando e respondendo às suas necessidades e, assim, colocando-se como os legítimos “representantes” do povo, a serviço do bem comum e na defesa dos direitos das pessoas “comuns” (KLIMOWICZ, 2018).

DESIGN, PLATAFORMAS E CIDADANIA DIGITAL

O design que, a princípio, possuía um *ethos* objetivo-mecânico, ligado à racionalização da produção industrial, linear e instrumental, na presente era da informação adquire um *ethos* de sistemas orgânicos, muito mais próximo da complexidade biológica (DUBBERLY, 2008). Com isso, o design sofreu transformações na sua compreensão e extensão, sendo aplicado a estruturas cada vez mais complexas, “[...] dos detalhes de objetos cotidianos para cidades, paisagens, nações, culturas, corpos, genes e, [...] para a própria natureza” (LATOURETTE, 2014, p. 2-3). Assim, design e designers tornaram-se críticos não tanto pela adequação de produtos industrializados e qualidade da transmissão de mensagens, quanto pela fabricação dos espaços nos quais as mensagens são criadas (VIHNER, 2016). Ou seja, os espaços atópicos das redes e plataformas digitais.

De acordo com Benjamin Bratton (2016), tanto na arquitetura como na computação e na política, o conceito de “programa” é central (na medida em que designa um problema de design e uma técnica de governança) e se mescla ao de plataforma (*platform*, *plateau* e *plot*⁵¹), estabelecendo a relação de um espaço elaborado para o exercício de um conjunto de ações projetadas de acordo com regras igualmente projetadas. Nesse sentido, podemos inferir que as plataformas digitais (em especial as que abordaremos aqui) oferecem, por meio do seu design, uma armação, uma arquitetura organizacional do fluxo informativo reticular e descentralizado das redes, de modo a favorecer e conformar as complexas e diversas interações denominadas net-ativistas. Dito de outra forma, as plataformas digitais oferecem uma “[...] organização programática da conexão e desconexão social de populações no espaço e no tempo” (BRATTON, 2016, p. 43).

Essa interrelação entre arquitetura, computação e política pode ser estabelecida nos trabalhos de Di Felice sobre cidadania digital (DI FELICE *et al.*, 2018; DI FELICE, 2020), nos quais o autor aponta para os limites do modelo de democracia representativa atrelados à ar-

51 Com o intuito de compreender o conceito de plataforma, especialmente em relação ao desenvolvimento das tecnologias modernas, Bratton (2016) busca desdobrar as relações etimológicas da palavra, primeiro significando um “plano de ação, um esquema, um design” (BRATTON, 2016, p. 43) e segundo buscando no francês *plateau* o sentido de uma superfície elevada. Em conjunção com o termo *plot*, que originalmente designa um terreno/lote (*plot of land*), faz-se a analogia com o palco. Portanto, na plataforma enquanto palco *plot* passa a significar a estrutura abstrata do enredo, a trama que envolve as personagens mesmo involuntariamente. Nas plataformas digitais, existe um *plot*, o diagrama de agenciamento que enreda os usuários em seu design.

quietura⁵² política da *polis* grega, enfatizando a perspectiva opositiva entre homem e natureza, circunscrita pelos limites da *urbes*, naturalizada e aprofundada ao longo do tempo, especialmente, como nos mostra Latour (2013), com a revolução industrial e o desenvolvimento do capitalismo. Esse modelo começa a se defrontar com os seus limites com o desenvolvimento da computação e, principalmente, a computação de escala planetária, em que as mais diversas entidades, humanas e não humanas, ganham voz pela linguagem comum dos bits. Essa linguagem possibilita o reconhecimento, por campos como as ciências sociais e a comunicação, de teorias como a de Gaia (LOVELOCK; MARGULIS, 1974; LOVELOCK, 2020), que consideram a Terra como um organismo vivo, composto por camadas heterogêneas de entidades biogeoquímicas em constante interação.

Dessa forma, o conceito de cidadania digital não deve ser compreendido somente como um processo de informatização ou digitalização das estruturas administrativas e burocráticas do estado, mas circunscribe, sobretudo, a busca por um novo entendimento capaz de descrever a complexidade de relações que se estabelecem entre todas as entidades heterogêneas que compõem o ecossistema de Gaia. Posto de outro modo, não se trata somente de uma transição das arquiteturas políticas parlamentares tradicionais para as arquiteturas atópicas das plataformas digitais, mas também da qualidade ecossistêmica das interações que nelas se formam e todo o *corpus* de novos cidadãos (humanos e não humanos) que nelas podem integrar (DI FELICE, 2020).

Segundo Di Felice (2020), a crise das democracias representativas ocidentais é consequência de uma descentralização do poder político proporcionada pelas tecnologias digitais e do enfraquecimento do poder centralizador do Estado em favor de um sistema político multiagente. Gerir essas ecologias complexas dependerá, cada vez mais, da interação e diálogo entre múltiplas inteligências (não apenas a humana), formando uma rede de redes de fluxos de informação.

52 Arquitetura aqui é compreendida não apenas no sentido dos planos e projetos políticos, mas também, literalmente, com os espaços e edificações projetadas nos quais esses planos são construídos. Di Felice trabalha com o conceito de forma formante, de Luigi Pareyson (1984), que se refere à inseparabilidade entre forma e conteúdo e nos permite reforçar a relevância de pensar o design no contexto da política.

LEVANTAMENTO DAS PLATAFORMAS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

Segundo Santini e Carvalho (2019b), as pesquisas sobre plataformas digitais voltadas para a participação política ainda são poucas e tímidas, tanto em quantidade quanto em qualidade (talvez por sua história ainda recente). Mais escassas ainda são as que abordam plataformas nas quais existe, ao menos em tese, uma busca pela transferência efetiva de poder ou uma tendência à coprodução e colaboração; a saber, aquelas que ocupam o topo dos degraus na escada de participação cívica elaborada por Arnstein (1969) e atualizada por Santini e Carvalho (2019a).

À vista disso, este trabalho busca oferecer duas contribuições: a primeira, para as já mencionadas escassas pesquisas sobre plataformas digitais de participação política, elaborando um levantamento, que parte de mapeamentos precedentes realizados por autores como Desouza e Bhagwatwar (2014), Falco e Kleinhans (2018), Solonion Democracy Institute (2020; 2021) e Paulin (2020), mas focando naquelas iniciativas que se aproximam de uma relação mais cocriativa entre cidadãos, as instituições e as esferas de poder e o território, ou seja, que oferecem participação deliberativa e colaborativa (SANTINI; CARVALHO, 2019a) ou se encontram nos degraus mais elevados na escada de participação cívica (ARNSTEIN, 1969). A segunda contribuição é apresentar uma breve reflexão sobre os diferentes modelos dessas plataformas e as distintas formas de participação e ação social em rede que elas engendram, bem como o papel que o design desempenha na elaboração dessas arquiteturas informativas, partindo da perspectiva net-ativista desenvolvida pelo grupo Atopos.

As plataformas foram subdivididas em três grupos (Ecossistemas Informativos Sociotécnico, Multiagente e Ecológico) que indicam a complexidade de suas arquiteturas informativas e comunicativas, no sentido da já mencionada organização programática das conexões e desconexões entre as múltiplas entidades humanas e não humanas (dados, dispositivos, territórios, atmosfera etc.) que elas oferecem, ou seja, as relações e interações que nelas são estabelecidas ou por elas possibilitadas. Especificamente, observamos o potencial participativo que as plataformas parecem engendrar: os mecanismos de participação disponibilizados, as entidades que são mobilizadas nessas ações, a capacidade cocriativa das entidades não somente nos processos de tomada de decisão, como também nos de reelaboração e aperfeiçoamento desses mecanismos e da própria plataforma e,

portanto, transparência sobre o funcionamento e acesso aos códigos e algoritmos, entre outras especificidades características de determinadas plataformas.

É importante ressaltarmos que essa divisão não deve ser tomada de modo inflexível, constituída por fronteiras claramente estipuladas e que estabelecem uma explícita distinção entre as arquiteturas apresentadas. Pelo contrário, a complexidade dessas plataformas é mais bem compreendida de modo espectral, com fronteiras difusas e que, não poucas vezes, confundem-se e se sobrepõem. A divisão em agrupamentos é apenas uma tentativa de marcar onde determinadas características, seja em nível macro (as funcionalidades da plataforma, o tipo de participação conferida ao usuário, a relação com o território); ou em nível micro (os códigos e algoritmos que norteiam a plataforma, a transparência com relação ao seu funcionamento, formas e possibilidades de acessá-los e alterá-los, bem como mecanismos de criação colaborativa da própria plataforma), tornam-se mais presentes do que outras e das quais podemos fazer determinadas inferências a respeito destas arquiteturas. Portanto, não raras vezes, ao longo do processo de segmentação, encontramos plataformas que nos pareciam ora enquadrar-se em um grupo, ora em outro.

A subdivisão dos grupos em diferentes tipos de ecossistemas informativos é tomada emprestada de Di Felice (2020) (Quadro 1), segundo o qual a comparação entre plataformas e ecossistemas vivos não se trata apenas de uma metáfora, mas do reconhecimento da morfologia reticular complexa composta de entidades heterogêneas e dependentes entre si; da alta capacidade adaptativa e mutante resultante da contínua troca de informações entre essas entidades; e, por fim, da “biogeocenose”⁵³, que, conforme o autor, nas plataformas se refere às trocas informativas entre os dados, conteúdos, membros e as diversas partes constitutivas dessas arquiteturas.

Buscamos, assim, inferir como distintas concepções e lógicas projetivas podem resultar em modelos variados de arquiteturas informativas e comunicativas, tanto entre aquelas pertencentes a um mesmo grupo quanto a plataformas de grupos distintos, resultando em diferentes propostas de participação e relação entre cidadãos, governos e seus territórios.

53 De acordo com Di Felice (2021), V. N. Sukachev indica com o termo biogeocenose a combinação em determinada área territorial de um conjunto de fenômenos naturais (atmosfera, estratos minerais, animais, vegetais, solo, vida microscópica etc.) que possuem o seu próprio tipo específico de interação por meio da troca de matéria e energia entre essas entidades, formando uma unidade dialética internamente contraditória por estar em constante movimento e desenvolvimento.

Essa proposição nos permite contribuir e dar continuidade para as reflexões acerca das transformações qualitativas que o desenvolvimento tecnológico tem exercido na sociedade. Especificamente, no entendimento do design e o seu campo de atuação, o papel que ele desempenha na elaboração dos novos espaços que habitamos, em especial, aqueles de participação política.

Quadro 1 – Tipos de ecossistemas e grau de complexidade

Ecossistemas Informativos	
Sociotécnico	Todas as formas de participação só são possíveis através da interação com dispositivos, dados, softwares, algoritmos e interfaces tecnológicas. Neste grupo ainda opera a lógica da instrumentalidade, ou seja, a plataforma funciona e é percebida como uma ferramenta.
Multiagente	A complexidade multifacetada e multifuncional dessas arquiteturas suprime a contraposição entre o real e o virtual, online e offline, se expressando em uma interação <i>onlife</i> ⁵⁴ (DI FELICE, 2020), que supera a lógica instrumental. No entanto, o fluxo informativo e os modelos de participação permanecem atrelados a uma ideia de participação e ação social centrada exclusivamente no humano.
Ecológico	Ainda em fase de experimentação e maturação, esses ecossistemas superam a dimensão parlamentar e antropocêntrica, estabelecendo uma lógica comunicativa e projetiva transespecífica, integrando humanos, não humanos, biodiversidade, territórios, etc.
Grau de complexidade	
Baixa	A complexidade se refere aos módulos ou funcionalidades disponíveis e a dimensão participativa que eles possibilitam. A baixa complexidade se refere a plataformas que abordam uma única dimensão participativa (consulta, voto, debate, legislação, etc.), oferecendo uma única funcionalidade que incrementa ou inova esse modelo participativo ou em que, mesmo oferecendo outras funcionalidades, apenas uma se destaca.

54 Para uma discussão mais aprofundada sobre o conceito de *onlife*, ver também Floridi (2014).

Média	As plataformas de média complexidade oferecem mais de uma funcionalidade, mas a interação entre elas ainda mantém uma dimensão participativa limitada e unidirecional. São ferramentas de coordenação e engajamento, oferecendo um modelo de participação condicional à vontade das lideranças.
Média/Alta	As plataformas consideradas de média/alta complexidade oferecem múltiplas funcionalidades, apresentam uma dimensão menos unilateral de participação, mas ainda estão no limiar de superação da contraposição entre real e virtual, estando condicionadas à forma de aplicação mais do que à plataforma em si.
Alta	As plataformas de alta complexidade não apenas apresentam uma dimensão participativa <i>onlife</i> , oferecendo uma miríade de funcionalidades, como essas funcionalidades e as formas participativas que elas possibilitam vão de processos decisórios, consultivos, deliberativos, deliberativos à própria co-criação da plataforma em si. Permitindo um modelo participativo que cria as suas próprias formas de participação.
Hypercomplexas	As plataformas hypercomplexas se distanciam amplamente das demais, pois as suas funcionalidades e modularidade extrapolam a participação antropocêntrica-parlamentar, permitindo a constituição de um ecossistema comunicativo que engloba também a atmosfera, a biodiversidade, o território, dados e algoritmos, entre outros.

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

ECOSSISTEMAS INFORMATIVOS SOCIOTÉCNICOS

Neste primeiro grupo, vamos alocar plataformas que consideramos de baixa e média complexidade (Quadro 2). Elas são caracterizadas por ainda operarem na lógica da instrumentalidade, ou seja, em uma pretensa separação entre o social e o técnico que assume essas arquiteturas como ferramentas a serviço da estrutura político-participativa vigente, aperfeiçoando mecanismos já existentes: um processo de proposição legislativa (Mudamos+, ManaBlass, Rahvaalgatus, e democracy.space); um sistema de votação alternativo, mais seguro e/ou eficiente (Civocracy, NewVote, Zupa, Voatz, Votorola, VoxVote e Polys); um híbrido das duas modalidades anteriores, enfatizando a colaboração na construção de projetos legislativos (Loomio, Discuto,

Ethelo, Liquid Feedback, Slido, Your Priorities); ou oferecendo recursos de engajamento comunitário, auxiliando no relacionamento partido/governo e militante/eleitor (Civic Plus, Delib, Granicus, Polco, Bang The Table e NationBuilder). Como resultado, apesar do caráter deliberativo participativo, no qual a população é convidada a fazer parte do processo decisório, essa participação frequentemente não possui caráter vinculante, mantendo ainda uma dinâmica *top-down*, em que o poder de decisão é centralizado na figura de um líder, um representante ou de lideranças políticas, característica das estruturas políticas tradicionais.

Outra característica importante desse grupo é que todas as formas possíveis de diálogo, debate ou ação são possíveis somente através da interação com os dispositivos, design, dados, softwares, algoritmos e interfaces tecnológicas que compõem o ecossistema dessas plataformas (DI FELICE, 2021), ou seja, reforça-se a lógica da instrumentalidade e da separação entre o técnico e o social que restringe essas arquiteturas a uma unidimensionalidade tecnológica que parece deixar escapar o potencial onipresente e percuciente (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018) que elas engendram.

Por fim, oriundas majoritariamente da iniciativa privada, seus códigos são proprietários e acessíveis apenas para os administradores das plataformas. Dessa forma, podemos constatar mecanismos de transparência oferecidos pelas arquiteturas na relação entre governos, candidatos e seus eleitores e militantes, mas não necessariamente na relação destes com a plataforma em si, seus códigos e o processo de elaboração deles.

Quadro 2 – Ecossistemas informativos sociotécnicos

Nome	Origem	Site	Complexidade
Adhocracy+	Alemanha	https://adhocracy.plus/	Baixa
Airesis	Itália	https://www.airesis.eu/edemocracy?!=pt-BR	Média
Aula	Alemanha	https://aula-blog.website/	Baixa
Bang the Table	Austrália	https://www.bangthetable.com/	Média
Civicracy	Áustria	http://civicracy.org/index.php/en/	Baixa

CivicPlus	EUA	https://www.civicplus.com/	Média
Delib	Reino Unido	https://www.delib.net/	Média
Democracy.space	EUA	https://democracy.space/	Baixa
Discuto	Áustria	https://www.discuto.io/en	Baixa
Ethelo	Canadá	https://ethelo.com/	Média
Granicus	EUA	https://granicus.com/	Média
Liquid Feedback	Alemanha	https://liquidfeedback.com	Baixa
Loomio	Nova Zelândia	https://www.loomio.com/	Baixa
ManaBlass	Letônia	https://manabalss.lv/	Baixa
Mudamos+	Brasil	https://www.mudamos.org/	Baixa
NationBuilder	EUA	https://nationbuilder.com/	Média
NewVote	Austrália	https://newvote.org/	Baixa
NovoVille	Grécia/Inglaterra	https://novoville.com/	Média
Place Speak	Canadá	https://www.placespeak.com/	Baixa
Polco	EUA	https://info.polco.us/	Média
Polys	Rússia	https://www.polys.me/	Baixa
Rahvaalgatus	Estônia	https://rahvaalgatus.ee/	Baixa
Slido	EUA	https://sli.do	Baixa
Voatz	EUA	https://voatz.com/	Baixa
Votorola	Alemanha/Canadá	http://webkompetenz.wikidot.com/blog:64	Baixa
VoxVote	Holanda	https://www.voxvote.com/	Baixa
Your Priorities	Islândia	https://www.yrpri.org/	Baixa

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

ECOSSISTEMAS INFORMATIVOS MULTIAGENTE

Constituído por arquiteturas de média/alta e alta complexidade, esse grupo é caracterizado por aquilo que Di Felice (2020) denomina “ecossistemas informativos multiagente”, visto que essas arquiteturas apresentam um caráter multifuncional que possibilita o escape da lógica de separação e oposição entre o real e o virtual, entre o online e o offline, expressando-se em formas de interação *onlife*. Esta forma indivisível da dimensão digital e presencial constitui-se em uma rede de redes composta por agentes humanos e não humanos (dispositivos, códigos, algoritmos, territórios, circuitos etc.), característicos das ações net-ativistas e que indicam uma perspectiva ampliada não apenas da ideia de participação e dos seus mecanismos, como também de quem são os seus agentes.

Conforme nos indica os *White Papers* da plataforma espanhola Decidim:

[c]omo já enfatizamos várias vezes, Decidim é mais do que uma plataforma tecnológica. Ela exigiu a reunião de uma variedade de códigos, realidades e dimensões que vão além do código de programação. Nós o definimos como um “projeto tecnopolítico” em que se fundem os códigos legais, políticos, institucionais, práticos, sociais, educacionais, comunicativos, econômicos e epistêmicos. Em última análise, Decidim é em si uma espécie de encruzilhada das várias dimensões da democracia e da sociedade em rede, um mapa prático detalhado de suas complexidades e conflitos⁵⁵ (BARANDIARAN; CALLEJA-LÓPEZ; MONTERDE, 2019, p. 11, tradução nossa).

Dessa forma, encontramos alocado neste grupo (Quadro 3) um conjunto de plataformas que, em uma única arquitetura, buscam a convergência de uma multiplicidade de funcionalidades: legislação participativa e colaborativa, orçamento participativo, processos ele-

55 Do original: “As we have repeatedly stressed, Decidim is more than a technological platform. It has required to assemble a variety of codes, realities and dimensions that go beyond programming code. We define it as a “technopolitical project” where legal, political, institutional, practical, social, educational, communicative, economic and epistemic codes merge together. Ultimately, Decidim is in itself a sort of crossroad of the various dimensions of networked democracy and society, a detailed practical map of their complexities and conflicts”. Disponível em: <https://docs.decidim.org/en/whitepaper/decidim-a-brief-overview/>. Acesso em: 26 ago. 2021.

tivos, consultas públicas, formação política e cidadã, espaços para debates, mecanismos para compartilhamento de informações e iniciativas, *call to action*⁵⁶, *crowdfunding*⁵⁷, *crowdsourcing*⁵⁸, mapeamento de território, análise e gerenciamento de dados, entre outras.

As suas arquiteturas parecem refletir uma compreensão ampliada, em relação às plataformas sociotécnicas, de participação e ação política, não restringindo-se apenas ao aperfeiçoamento de uma face desta (como um sistema de votação ou a proposição de uma lei de iniciativa popular) ou da aproximação entre candidato/liderança do seu eleitor/militante. Elas oferecem um arcabouço de funcionalidades que propiciam uma participação mais ativa e abrangente por parte dos cidadãos em diferentes dimensões e não restrita à sazonalidade eleitoral. Ademais, talvez por possuírem origem maior na sociedade civil (ONGs, associações e movimentos sociais), suas arquiteturas apresentam iniciativas de transparência em relação aos seus algoritmos e códigos, seja por meio de *White Papers* que explicitam estas entidades, seja pela utilização de códigos *open source* ou mesmo pela possibilidade de cocriação das funcionalidades das plataformas.

No entanto, em contraposição com a arquitetura que veremos a seguir, essas plataformas ainda mantêm uma abordagem antropocêntrica de cidadania, considerando majoritariamente os entes humanos como detentores da capacidade de ação social, nos termos de Di Felice (2009).

56 Termo que significa “chamado para ação” e, no âmbito das plataformas digitais de participação política, refere-se à função que possibilita aos cidadãos e membros de uma determinada plataforma colaborarem entre si na realização de atividades no território em que se encontram.

57 *Crowdfunding* significa financiamento coletivo e aqui se refere a mecanismos dessa natureza existentes em plataformas de participação política a fim de permitir que partidos digitais e movimentos usem o poder das redes para financiar suas atividades.

58 Conforme a página do verbete no Wikipédia sugere, *crowdsourcing* significa a terceirização de demandas de trabalho para um grupo grande e indefinido de pessoas, uma rede. Em outras palavras, dentro do âmbito das plataformas de participação política, refere-se à utilização da própria rede de membros e militantes de um movimento ou partido para a execução das demandas internas deles (sejam elas a obtenção de ideias, serviços, conteúdos etc.). Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>. Acesso em: 18 out. 2021.

Quadro 3 – Ecossistemas informativos multiagente

Nome	Origem	Site	Complexidade
CitizenLab	Bélgica	https://www.citizenlab.co/	Média/Alta
Civil Space	Canadá	https://civilspace.io/	Média/Alta
Civocracy	França/ Alemanha	https://www.civocracy.org/	Média/Alta
Cônsul Open Participation	Espanha	https://consulproject.org/en/	Média/Alta
Debatomap	França	https://debatomap.reperageurbain.com/	Média/Alta
Decidim	Espanha	https://decidim.org/	Alta
DemocraciaOS	Argentina	https://democraciaos.org	Alta
Rousseau	Itália	https://www.ilblogdellestelle.it/ https://sostienirousseau.ilblogdellestelle.it/	Alta

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

ECOSSISTEMAS INFORMATIVOS ECOLÓGICOS

Os Ecossistemas Informativos Ecológicos, por fim, referem-se a iniciativas ainda pouco comuns e em fase experimental de desenvolvimento. Essas arquiteturas hipercomplexas estendem as interações para além daquelas entre humanos, dados, softwares e algoritmos dos exemplos previamente apresentados, para conectar também a própria biodiversidade, o clima, a água e as florestas (DI FELICE, 2020). Segundo nos apresenta Catlett *et al.* (2017), por meio das tecnologias sensórias da *Internet of Things* (IoT), o que se busca construir é uma arquitetura com funcionamento similar ao de uma matriz de telescópios, em que várias unidades espalhadas pelo território funcionam como uma única entidade, criando um tecido neuronal sobre o território, interligando diversos ecossistemas. Posto de outra forma, esse modelo é capaz de produzir um tipo de inteligência coletiva que não é somente humana, mas transespecífica, ou seja, capaz de conectar uma miríade de entidades heterogêneas e monitorar toda a complexidade dinâmica do nosso habitar, de modo sustentável e integrando toda a ecologia de uma região ou de um território específico, e não somente o social, da comunidade humana (DI FELICE, 2020).

Uma primeira iniciativa nesse sentido parece ter sido a *Planetary Skin*⁵⁹, lançada em 2009 no Fórum Econômico Mundial, por iniciativa de uma parceria entre NASA e a empresa de tecnologia Cisco. O propósito era o de oferecer um mecanismo confiável de mensuração, comunicação e verificação para auxiliar na coordenação e colaboração globais para o enfrentamento das crises econômica e ambiental e as suas consequências. De acordo com Castillo-Rubio e Willis (2009), a plataforma funcionaria como um sistema de monitoramento global massivo capaz de agregar informações oriundas de diversas fontes: espacial, aérea, marítima, terrestre e redes de sensores pessoais. A partir daí, analisá-las, verificá-las e distribuí-las aos setores público e privado para a tomada de decisão.

A composição da arquitetura seria constituída por três subsistemas: (1) um tecido sensório, responsável por assimilar conjuntos de dados díspares e isolados mantidos por sistemas de Planejamento de Recursos Empresariais⁶⁰, tanto públicos como privados, e analisar dados oriundos de redes sensórias terrestres a atmosféricas; (2) um espaço para análise desses dados e para a tomada de decisões, usando ferramentas da web 2.0 próprias para o gerenciamento de recursos, riscos e análise de novos mercados ambientais; e (3) um espaço público conectando essas informações com o setor privado, com as agências reguladoras da próxima geração e com os empreendedores sociais, visando possibilitar a inovação (CASTILLO-RUBIO; WILLIS, 2009). No entanto, o projeto parece haver sido descontinuado e, por isso, não foi incluído no mapeamento apresentado.

As plataformas irmãs *Array of Things* (AoT – projeto mais local) e *Software-Defined Sensor Network* (Sage – projeto de âmbito nacional), por sua vez, utilizam uma tecnologia chamada Waggle, desenvolvida pelo laboratório Argonne (BECKMAN *et al.*, 2016), plataforma aberta para computação de borda e que utiliza sensores *wireless* inteligentes. Explicando melhor, o Waggle consiste em uma cápsula modular equipada com câmeras e sensores capazes de coletar diversas informações do ambiente (meteorológicas, químicas, de luz, tráfego, entre outras) e com capacidade computacional para analisar esses dados *in loco*.

59 Um breve resumo sobre ainda pode ser lido no site do Fórum Econômico Mundial. Disponível em: <https://www.weforum.org/organizations/planetary-skin-institute>. Acesso em: 28 ago. 2021.

60 Sistemas de ERP (do inglês, *Enterprise Resource Planning*) integram os processos centrais necessários para o funcionamento de uma empresa (financeiro, RH, produção, logística, cadeia de suprimentos, serviços, entre outros) em um único sistema, usando tecnologias como *machine learning* e inteligência artificial para oferecer eficiência, inteligência e visibilidade na tomada de decisões nas empresas.

Dessa forma, tanto a AoT quanto a Sage oferecem um novo modelo de cyber infraestrutura. Trata-se de um sistema de nódulos distribuídos e programáveis capazes de coletar e analisar dados ambientais, de infraestrutura e das atividades urbanas, oferecendo informações sobre a “habitabilidade” do espaço urbano: a exposição da população a gases tóxicos ou contaminantes do ar; identificação de zonas de calor; medição do fluxo de pedestres e automóveis; poluição sonora, entre outras; oferecendo aos pesquisadores, legisladores, empresários, desenvolvedores e à comunidade como um todo uma base de informações necessárias para pensar e produzir um espaço urbano mais simpoiético⁶¹.

A AoT é uma iniciativa encabeçada pelo *Urban Center for Computation and Data*, que é uma parceria entre o Laboratório Nacional Argonne (ligado ao Departamento de Energia dos Estados Unidos) e a Universidade de Chicago, que conta, ainda, com o apoio da prefeitura de Chicago, da *School of the Art Institute of Chicago* (SAIC), da Universidade Northwestern, além de vários parceiros da iniciativa privada, como AT&T, Cisco, Microsoft, Intel, Motorola, entre outros. Ou seja, a hipercomplexidade característica dessas arquiteturas mobiliza diversas entidades através de suas estruturas e, também, demanda a mobilização e a colaboração entre cientistas, pesquisadores, universidades, governos federal e local, parceiros da indústria e a sociedade civil para que sejam concretizadas.

Para melhor atender às possíveis demandas que poderia ter a AoT foi construída contando com o auxílio de mais de 50 cientistas e pesquisadores de uma dúzia de universidades, laboratórios e corporações, pertencentes aos mais diversos campos do conhecimento. Sua arquitetura foi concebida para ser aberta e acessível ao maior número possível de usuários; os softwares suportam bibliotecas e pacotes de códigos padronizados, baseados em linguagem Linux, usando bibliotecas como OpenCV⁶² e OpenCL⁶³ e *frameworks* como

61 De acordo com Haraway (2016), *simpoesis* significa fazer-com, no sentido de que nada ou ninguém é realmente autopoiético ou auto-organizado. Nós nunca estamos sozinhos e, portanto, *simpoiseses* é uma palavra própria para os sistemas complexos, dinâmicos, responsivos, situados e históricos. É uma palavra para “mudar-com”, na companhia.

62 Uma biblioteca de algoritmos em código aberto voltada para software de *computer vision* e *machine learning*. Mais informações disponíveis em: <https://opencv.org/about/>. Acesso em: 31 ago. 2021.

63 *Open Computer Language* (OpenCL) é uma arquitetura utilizada para construir programas em plataformas heterogêneas. Mais informações disponíveis em: <https://www.khronos.org/opencl/>. Acesso em: 31 ago. 2021.

TensorFlow⁶⁴ e Caffe⁶⁵; no hardware, por seu turno, podem ser integrados sensores com processamento integrado sofisticado, usando tecnologias de rede padrão (WiFi e Ethernet); sensores com interfaces de controle simples, utilizando USB, I²C, SPI ou um serial simples; e sensores analógicos simples, por meio de uma placa MetSense, que inclui um microcontrolador Arduino para interrogar os sensores (CARTLLET *et al.*, 2017).

Além disso, a AoT inclui também uma plataforma educacional voltada para a instrução sobre *data science* e tecnologia sensória, no qual os alunos podem aprender sobre tecnologia, programação, análise de dados e métodos científicos por meio de experiências práticas com dados extraídos da AoT.

Os ecossistemas informativos ecológicos constituem experiências que se distanciam significativamente das arquiteturas anteriores. Isso porque, de certo modo, não representam plataformas de participação política em sentido estrito, uma vez que, aqui, a própria ideia de política amplia-se para além das restrições arquitetônicas parlamentares. O parlamento perde a sua centralidade e é colocado em uma relação horizontal com outras dimensões na quais poderíamos repensar o político, como o espaço urbano, a relação com as florestas, a atmosfera etc.

O que essas arquiteturas possibilitam é pensar um modelo político para além do humano, numa escala que não apenas supera como absorve as arquiteturas políticas das quais falamos anteriormente. Uma plataforma das plataformas de participação política, pois lida não apenas com as relações humanas, mas insere neste novo “parlamento” as entidades não humanas da biogeoquímica de Gaia.

Quadro 4 – Ecossistemas informativos ecológicos

Nome	Origem	Site	Complexidade
Array of Things	EUA	https://arrayofthings.github.io/	hipercomplexa
Sage	EUA	https://sagecontinuum.org/	hipercomplexa

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

64 Biblioteca de código aberto para *machine learning*. Mais informações disponíveis em: <https://www.tensorflow.org/>. Acesso em: 31 ago. 2021.

65 *Framework* de código aberto voltada para *deep learning*. Mais informações disponíveis em: <http://caffe.berkeleyvision.org/>. Acesso em: 31 ago. 2021.

CONCLUSÃO

Seja partindo de aspectos particulares e localizados, buscando encontrar soluções pontuais para o aperfeiçoamento de instrumentos de participação já existentes; seja partindo de abordagens mais abrangentes que, direta ou indiretamente, oferecem uma participação mais ampliada e contínua; ou, em última instância, a possibilidade de estender a categoria de cidadãos a entidades que outrora seriam consideradas como apenas constitutivas de uma paisagem passiva, as arquiteturas mapeadas representam uma pluralidade de perspectivas sobre as ideias de democracia e participação política e, em certa medida, expressas por meio do percurso projetivo (o design) de suas plataformas e, simultaneamente, por elas modificadas. Em outros termos, a já referida dinâmica entre arquitetura, computação e política, responsável pela organização programática das conexões e desconexões das entidades no espaço e no tempo é, por um lado, condicionada pela proposição participativa da qual se parte e, simultaneamente, é responsável pela conformação dos novos modelos de participação que se desenvolvem no próprio ato participativo.

Se, arranhada a superfície do social, nós desvelamos a rede heterogênea de materiais que o compõem (LAW, 1990) e se a reflexão sobre cidadania digital propõe-se a repensar esse ecossistema, as entidades que o compõe e a qualidade das relações que estabelecem entre si, pensar o design a partir do contexto da cidadania digital parece-nos ser compreendê-lo não somente dentro de um *ethos* de sistemas orgânicos, como propõe Dubberly (2008), concebendo estruturas mutantes constituídas de dados, circuitos, pessoas, rios, florestas, cidades, atmosfera, subsolo etc. com uma alta capacidade de adaptação e resiliência, mas seria, além disso, buscar construí-las de modo descentralizado da própria inteligência humana, ou seja, em colaboração com outras formas de inteligência, sejam elas algorítmicas, a das plantas ou da própria biosfera de Gaia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMSTRONG, Helen (Org.). **Digital design theory: readings from the field**. Nova York: Princeton Architectural Press, 2016.

ARNSTEIN, Sherry R. A Ladder Of Citizen Participation. **Journal of the American Institute of Planners**, [S. l.], v. 35, ed. 4, p. 216-224, 1969.

BARANDIARAN, Xabier E.; CALLEJA-LÓPEZ, Antonio; MONTERDE, A. **Decidim: political and technopolitical networks for participatory democracy**. White Paper. 2019. Disponível em: http://ajbcn-meta-decidim.s3.amazonaws.com/uploads/decidim/attachment/file/2005/White_Paper.pdf. Acesso em: 31 ago. 2021.

BECKMAN, Peter; SANKARAN, Rajesh; CATLETT, Charlie; FERRIER, Nicola; JACOB, Robert; PAPKA, Michael. Waggle: An open sensor platform for edge computing. In: **2016 IEEE SENSORS**. IEEE, 2016. p. 1-3.

BRATTON, Benjamin H. **The stack: on software and sovereignty**. MA: MIT Press, 2016.

CARTLETT, Charles E.; BECKMAN, Peter H.; SANKARAN, Rajesh; GALVIN, Kate K. Array of Things: a scientific research instrument in the public way. **SCOPE'17**, Pittsburgh, PA, USA, p. 26-33, abr. 2017.

CASTILLA-RUBIO, Juan Carlos; WILLIS, Simon. Planetary Skin: A global platform for a new era of collaboration. **Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG)**, p. 1-7, 2009.

DESOUZA, Kevin C.; BHAGWATWAR, Akshay. Technology-enabled participatory platforms for civic engagement: the case of U.S. cities. **Journal of Urban Technology**, [S. l.], v. 21, ed. 4, p. 25-50, 22 dez. 2014.

DESERIIS, Marco. Two variants of the digital party: The Platform Party and The Networked Party. **Partecipazione e Conflito: The Open Journal of Sociopolitical Studies**, Itália, n. 1, ed. 13, p. 896-917, 15 mar. 2020.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-modernas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. Coleção ATOPOS. São Paulo: Annablume, 2009.

DI FELICE, Massimo. **Net-Ativismo: da ação social para o ato conectivo**. São Paulo: Editora Paulus, 2017.

DI FELICE, Massimo. **A cidadania digital: a crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2020.

DI FELICE, Massimo; TORRES, Juliana C.; YANAZE, Leandro K.H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. São Paulo: Annablume, 2012.

DI FELICE, Massimo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (Orgs.). **Net-Ativismo: redes digitais e novas práticas de participação**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2017.

DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mário; DE KERCKHOVE, Derrick; BRAGANÇA DE MIRANDA, José; SANCHEZ MARTINEZ, J. Alberto; ACCOTO, Cosimo. Manifesto pela Cidadania Digital. **Lumina**, [S. l.], v. 12, n. 3, p. 3-7, 2018. DOI: 10.34019/1981-4070.2018.v12.21565. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21565>. Acesso em: 31 ago. 2021.

DUBBERLY, Hugh. Design in the age of biology: shifting from a mechanical-object ethos to an organic-system ethos. **Interactions**, [S. l.], v. 15, n. 5, p. 35-41, 2008. Disponível em: <http://www.dubberly.com/articles/design-in-the-age-of-biology.html>. Acesso em: 28 ago. 2021.

FALCO, Enzo; KLEINHAUS, Reinout. Digital Participatory Platforms for co-production in urban development: a systematic review. **International Journal of E-Planning Research**, [S. l.], v. 7, ed. 3, Julho/Setembro 2018.

FLORIDI, Luciano. **The 4th revolution: how the infosphere is reshaping human reality**. United Kingdom, Oxford: Oxford University Press, 2014.

GERBAUDO, Paolo. **The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy**. UK: Pluto Press, 2019.

HARAWAY, Donna. **Staying with the trouble: making kin in the Chthulucene**. Durham: Duke University Press, 2016.

KLIMOWICZ, Katarzyna Anna. Network parties and their impact on traditional party politics. **Das Progressive Zentrum**, Berlim, Alemanha, 6 ago. 2018. Disponível em: <https://www.progressives-zentrum.org/network-parties-and-their-impact-on-traditional-party-politics-new-discussion-paper-available/?lang=en>. Acesso em: 3 dez. 2020.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2013.

LATOURE, Bruno. Um Prometeu cauteloso?: alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Sloterdijk). Tradução Daniel B. Portugal e Isabela Fraga. **Agitprop**: Revista Brasileira de Design, São Paulo, v. 6, n. 58, jul/ago. 2014.

LAW, John. Introduction: monsters, machines and sociotechnical relations. **The Sociological Review**, [S. l.], v. 8, ed. S1, p. 1-23, maio 1990.

LOVELOCK, James E.; MARGULIS, Lynn. Atmospheric homeostasis by and for the biosphere: the gaia hypothesis. **Tellus**, [S. l.], v. 26, n. 1, ed. 1-2, p. 2-10, 20 ago. 1974.

LOVELOCK, James. **Gaia**: um novo olhar sobre a vida na terra. Portugal: Edições 70, 2020.

PAULIN, Alois. An Overview of Ten Years of Liquid Democracy Research. In: THE ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE ON DIGITAL GOVERNMENT RESEARCH (DG.O '20), 21., 2020, Seoul, República da Coréia. **Proceedings** [...]. [S. l.]: ICPS Proceedings, 2020. p. 116-121.

SANTINI, Rose Marie; CARVALHO, Hanna. Plataformas online de participação cidadã: meta-síntese e avaliação crítica de seus impactos sociais e políticos. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 36, p. 163-182, 2019a.

SANTINI, Rose Marie; CARVALHO, Hanna. The rise of participatory despotism: a systematic review of online platforms for political engagement. **Journal of Information, Communication and Ethics in Society**, [S. l.], v. 17, ed. 4, p. 163-182, 11 nov. 2019b.

SOLOMON DEMOCRACY INSTITUTE. **2020 Digital Democracy Report**. Dublin, Irlanda, 2020.

SOLOMON DEMOCRACY INSTITUTE. **2021 Digital Democracy Report**. Dublin, Irlanda, 2021.

VINH, Khoi. Conversations with the Network. In: **Digital design theory**: readings from the field, org. Helen Armstrong. Nova York: Princeton Architectural Press, 2016. p. 126-131.

PRODUÇÃO E CONSUMO DE CONTEÚDO SOBRE GAMES NA PANDEMIA

Missila Loures Cardozo

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)

missila.cardozo@gmail.com

INTRODUÇÃO

Este capítulo busca fazer uma fotografia das mudanças ocorridas com o advento da pandemia de Covid-19 no mercado gamer, mais especificamente na produção de conteúdo gamer, durante este período. A análise se dará com base em dados do mercado gamer e de institutos de pesquisa que observaram as oscilações nesse segmento da indústria do entretenimento. Vale ressaltar que, como ainda, até o momento de escrita deste material, a pandemia não acabou, os dados levantados são parciais, mas passado mais de 1 ano da declaração de pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e das iniciativas de isolamento, em suas diversas ondas, já é possível compreender como o segmento foi afetado e prospectar como será o futuro.

A questão central deste trabalho foi observar, através dos dados de pesquisa, como o isolamento social impactou no consumo de conteúdo gamer, durante o primeiro ano da pandemia, e quais oscilações já podem ser observadas até o presente momento. A principal constatação é de que houve um incremento no consumo de conteúdos

sobre jogo, ao longo dos primeiros meses da pandemia e que, com o passar dos meses, houve uma acomodação natural, com o retorno gradual das atividades rotineiras, e uma volta a parâmetros semelhantes ao período pré-pandemia, com um ligeiro aumento. Para fundamentar essas constatações, foram utilizados dados publicados pela Comscore, Newzoo, TwitchTracker, pela imprensa especializada e a observação das plataformas Youtube e Twitch.

A indústria do entretenimento está amplamente afetada pela realidade que emergiu com o confinamento decorrente da pandemia de Covid-19. Porém, a indústria dos games parece tomar um caminho um pouco distinto nesse panorama.

Em consequência das medidas sanitárias adotadas, principalmente no primeiro semestre de 2020, milhões de pessoas pelo mundo se viram confinadas em suas residências, tendo que adaptar suas rotinas de trabalho e lazer ao confinamento e ao isolamento social. Ainda que tais medidas tenham variado de país para país, e, no Brasil, de estado para a estado, milhões de pessoas estiveram ou estão em algum grau de isolamento, desde de meados de março de 2020. Com escolas, comércio e indústrias fechados ou parcialmente fechados, a população teve que encontrar alternativas para quase tudo, desde formas remotas de trabalho e estudo até novas formas de lazer e compras.

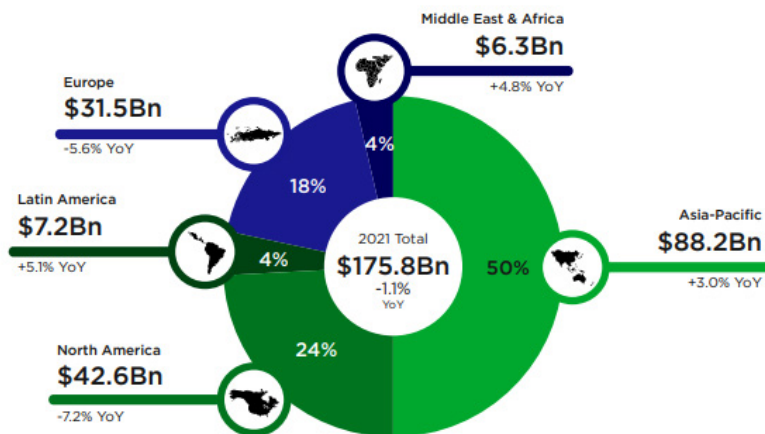
De certa maneira, os jogos, assim como outros produtos de entretenimento que podem ser consumidos dentro de casa, são considerados itens de sobrevivência nesses tempos de isolamento e de um futuro ainda incerto. Com mais jovens e adolescentes em casa, que têm suas atividades de lazer drasticamente alteradas pelo distanciamento social, os jogos acabam sendo um ponto de fuga e alívio do stress decorrente do isolamento.

Diferentemente de outros segmentos dentro da indústria do entretenimento, o segmento dos jogos teve menor impacto em sua produção, em comparação com indústrias como a de filmes e séries (GINAK, 2020). Muitos estúdios já trabalhavam descentralizados, com profissionais produzindo em várias partes do mundo remotamente. Dessa maneira, a produção não foi totalmente interrompida, como no caso do cinema. E na retomada do setor será, possivelmente, a que se reestruture primeiro.

MERCADO GAMER

Segundo dados de pesquisa da Newzoo (2020), Super Data Research (SDR, 2020) e Pesquisa Game Brasil (PGB, 2020), o mercado de jogos é o que mais cresce no entretenimento online. O mercado global de mídia e entretenimento deve faturar US\$ 2,6 trilhões até 2023, com um crescimento médio de 4,3% ao ano, entre os anos de 2019 e 2023, segundo dados da pesquisa *Global entertainment and media outlook 2019-2023*, da consultoria PwC (2020). Já o mercado nacional deve saltar de US\$ 36 bilhões, em 2018, para US\$ 47 bilhões em 2023. Projeções feitas pela Newzoo consideram que o faturamento do segmento gamer pode movimentar globalmente US\$ 196 bilhões até 2022, com uma taxa de crescimento de cerca de 9% ao ano, atingindo mais de 2,5 bilhões de jogadores pelo mundo.

Gráfico 1 – Mercado Global de Games por região 2021



Fonte: Newzoo (2021).

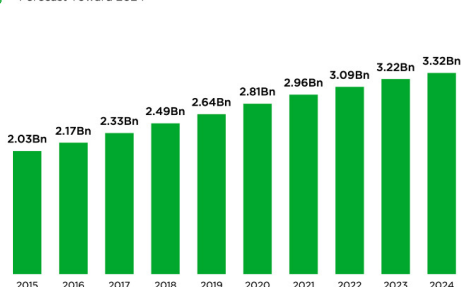
O mercado de jogos digitais é um grande negócio em países como China, Estados Unidos e Japão. A América Latina é regionalmente o mercado de jogos que mais cresce hoje, com uma taxa de crescimento na ordem de 10,4%. Apesar disso, ainda é o quarto mercado global, ficando atrás do mercado Asiático, Norte Americano e Europeu.

Gráfico 2 – Mercado Global de jogadores



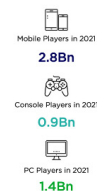
2015-2024 Global Players

Forecast Toward 2024



+5.6%

Total Players CAGR
2015-2024

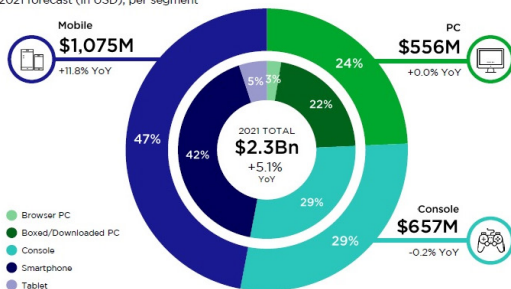


Fonte: Newzoo (2021).

No Brasil, o faturamento do setor pode chegar a US\$ 43,7 bilhões até 2021. Com 81,2 milhões de jogadores e receita de US\$ 1,6 bilhão em 2019, a indústria de games no Brasil tem consistentemente crescido. Dados recentes do Global Games Market Report 2020, apontam que o Brasil figura, atualmente, como 13º lugar no *ranking* de países que mais geraram receita no setor de games, sendo o maior na América Latina. De acordo com o Newzoo, o Brasil é hoje o 3º maior público de eSports do mundo, com cerca de 7,6 milhões de espectadores mensais, ficando atrás somente da China e dos Estados Unidos.

Gráfico 3 – Mercado Brasileiro de Games 2021

Brazilian Games Market Breakdown
2021 forecast (in USD), per segment



#1 Largest market by
games revenues in LATAM
and #12 in the world, in 2021

Global Ranking



160.1M
Online Population #5



94.7M
Total Players #5



54.9M
Total Payers #5

Fonte: Newzoo (2021).

Segundo dados da Pesquisa Game Brasil (PGB, 2020), 73,4% dos brasileiros jogam games digitais, independentemente da plataforma, com as mulheres sendo a maioria entre os jogadores (53,8%), muito em função dos jogos chamados casuais. Entre os jogadores, a maioria tem entre 25 e 34 anos de idade (34,7%), mas quem tem entre 35 e 54 anos de idade também ocupa uma grande parcela (24,7%). Os jogadores mais jovens, entre 16 e 24 anos cresceram no último ano e foram de 19,9% para 34,6%. Os jogadores com mais de 54 anos somaram 6%. Seguindo a tendência de anos anteriores, o *smartphone* continua o mais popular para jogar (86,7%), seguido de consoles (43%), computadores (40,7%) e notebooks (38,2%). A pesquisa ainda aponta que 33,5% dos jogadores consideram Hardcore e 66,5% jogadores casuais, e que, para 64,1%, o jogo digital está entre suas principais formas de diversão hoje em dia, sendo que para 57,1% é a principal forma de entretenimento.

Os jogadores online jogam, em média, 13 horas por semana – mais do que as pessoas gastam lendo jornais, revistas ou assistindo à televisão. Para 64% dos jogadores no Youtube, jogar é um passatempo e 58% consideram um momento de prazer e diversão, segundo dados do Google.

IMPACTOS DA PANDEMIA NO MERCADO GAMER

No final do 2019, o mundo foi alertado do surgimento de um novo vírus, com alto potencial de contaminação, para o qual ainda não existiam nem tratamentos nem formas de imunização. O vírus, da família dos coronavírus, foi batizada de SarsCov 2, cuja doença é a Covid-19, devido a sua variante ter sido registrada no ano de 2019. OMS declarou, no final de janeiro de 2020, Emergência Internacional e, em março de 2020, reclassifica a Covid-19 para pandemia, uma vez que os casos já espalhavam por mais de um continente de forma rápida. Para tentar controlar a transmissão do vírus, muitos países adotaram, com endosso da OMS, o distanciamento social e mesmo o chamado *lockdown*, com restrições severas de circulação. Fato é que, ao final de 2020, o mundo contabiliza quase 2 milhões de mortes e mais de 86 milhões de casos registrados⁶⁶.

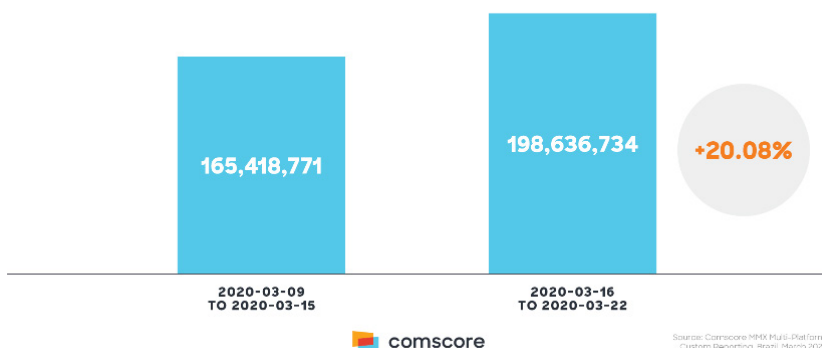
Compreendendo que a pandemia havia impactado a indústria do entretenimento, a Comscore (2020) iniciou um estudo focado na

66 Dados referentes a 31 dez. 2020. Disponível em: <https://news.google.com/covid19/map?hl=pt-BR&mid=%2Fm%2F02j71&gl=BR&ceid=BR%3Apt-419>. Acesso em: 17 fev. 2022.

realidade brasileira, para investigar como a Covid-19 pode estar alterando e promovendo mudanças na audiência, assim como no comportamento do consumo em plataformas digitais. Como um todo, a pesquisa aponta crescimento no consumo de conteúdo nas plataformas digitais, com aumento da visualização de páginas e do tempo total de navegação. Especificamente na categoria games, foi possível detectar um aumento de 20% nas consultas a sites relacionados a jogos e um incremento de 15% no tempo de navegação.

Gráfico 4 – Visitantes da Categoria Games

Visits to Games Category



Fonte: Comscore (2020).

Os jogos digitais, da mesma maneira que outros produtos de entretenimento, foram considerados quase como itens de sobrevivência para os momentos de isolamento da pandemia. Com as atividades de lazer duramente alteradas e restritas pela necessidade do distanciamento social, jovens e adolescentes isolados em casa encontraram nos jogos um ponto de fuga e alívio desse stress causado pelo isolamento involuntário.

Dados de mercado apontam esse aquecimento da indústria dos games. Segundo a Superdata (GINAK, 2020), o setor movimentou só em março de 2021 um montante de US\$ 10 bilhões, maior valor mensal de todos os tempos, o que reflete o impacto do isolamento social em grande parte do mundo. Dados da Nielsen Brasil (VELOSO, 2020)

apontam que, no Brasil, a tendência de crescimento se mantém, uma vez que a venda de jogos e periféricos cresceu 102,09% e a de consoles 137,3%. Contudo, a Newzoo (TOMAZ, 2020) projeta um faturamento da ordem de US\$ 159,1 bilhões em 2020 para o setor de games. O CEO da Level Up afirma:

[a]credito que, nesse período de isolamento, teremos tanto novos jogadores quanto quem já jogava permanecendo mais tempo em seus títulos favoritos. Creio que todos os setores terão algum impacto, principalmente pensando no trabalho remoto que será fortemente impulsionado (TOMAZ, 2020, [s. p.]).

O ano de 2020 prometia ser intenso com a perspectiva dos lançamentos, mas o futuro, ainda duvidoso em decorrência da pandemia, deixou o cenário incerto (SCHREIER, 2020). Ainda que a produção de títulos se mantenha em algum ritmo, escritórios e fábricas estão fechados neste momento, o que causa impacto nas produções, e os profissionais em *home office* dividem seu tempo entre trabalho e família, o que vem sendo relatado como uma situação complexa. Na visão de Yves Guillemot, da Ubisoft:

Mudamos parte de nosso trabalho de garantia de qualidade e testes da Índia para a China, enquanto nosso estúdio em Pune estava passando a trabalhar em casa', disse Yves Guillemot, presidente executivo da francesa. 'Também aprendemos muito com nossos estúdios na China, que tiveram que lidar com isso primeiro e compartilharam suas experiências conosco (SCHREIER, 2020, [s. p.]).

O grande impacto já sofrido na indústria fica por conta dos eventos cancelados ou adaptados. Há um grande esforço, por parte dos desenvolvedores, para descobrir como substituir a E3, convenção que aconteceria em junho de 2020 e que é responsável pelo anúncio da maioria dos lançamentos do setor (SCHREIER, 2020). Eventos cancelados ou atrasados também são obstáculos no caminho dos lançamentos. Dowling havia planejado revelar Drake Hollow à imprensa na GDC, evento anual que aconteceria em março de 2020, em São Francisco, mas foi cancelado.

No Brasil, a CCXP teve sua versão totalmente online, em dezembro de 2020, mesclando atividades pagas e gratuitas. O balanço é de que o evento não deixou a data passar em branco, mas acabou por

frustrar os usuários devido a lentidão, falhas técnicas e de transmissão (CAMILLO, 2020). Apesar de o evento ter ocorrido apenas no final do ano, teve que se reinventar, como muitos outros, mas parece que não tirou proveito dos aprendizados e do já sabido gargalo da rede. Ainda assim, a edição brasileira do evento reuniu cerca de 1,5 milhões de pessoas, de 113 países (EDIÇÃO..., 2020). Vale ressaltar que números assim jamais seriam obtidos em versões presenciais do evento.

Algumas iniciativas que vêm chamando a atenção é a junção das *lives* de música com de grandes jogos. O modelo não é novidade dentro do segmento, que já vinha crescendo, e que viu na pandemia uma oportunidade de ganhar mais força. Em fevereiro de 2019, a performance do DJ Marshmello foi acompanhada por 10,7 milhões de jogadores logados na plataforma do jogo Fortnite.

Já em novembro de 2019, foi a vez do DJ Alok fazer sua estreia em palcos virtuais na final do campeonato mundial de Free Fire, o “Free Fire World Series 2019”, realizado no Brasil pela primeira vez (PACETE, 2020). Após o evento *ingame*, o avatar do DJ passou a ficar disponível no jogo. Segundo o próprio DJ Alok “[f]azer uma transmissão para todos os jogadores de Free Fire no mundo foi algo realmente novo. Utilizamos uma tecnologia que sincroniza a música com os lasers, fogos e realidade aumentada para materializar um sentimento muito forte” (PACETE, 2020, [s. p.]).

Para Bernardo Mendes, *game specialist* na Cheil, os shows virtuais dentro dos games criam uma faceta:

[s]e antes os games já eram sólidas redes sociais, de convívio, lugar de fazer novas amizades e compartilhar experiências, agora caminham para se tornarem grandes ‘Parques Temáticos’, onde a experiência por si só já é recompensadora, mas compartilhando-a se cria memórias afetivas ainda mais fortes. Tudo ‘covid-safe’, imune às leis e intempéries do mundo físico, acessível a qualquer momento e na maioria das vezes gratuito. A diferença inicial entre o Travis Scott e a Marília Mendonça não são somente as 13 milhões contra os 3 milhões de pessoas assistindo simultaneamente ao show ao vivo, mas eram 13 milhões de pessoas vivendo e compartilhando aquela experiência dentro do Fortnite. (PACETE, 2020, [s. p.]).

Agora, durante a pandemia, foi a vez do rapper Travis Scott fazer história. Sua apresentação, no dia 23 de abril de 2020, no jogo Fortnite,

reuniu mais de 14 milhões de jogadores em *real time*, representando novo recorde da plataforma.

A mais recente performance contou com o grupo de rap brasileiro Haikaiss, da Som Livre, que, em parceria com a inglesa Lockwood Publishing, transmitiu o show virtual no game Avakin Life. O game tem mais de 8 milhões de jogadores, sendo que 2,1 milhões estão no Brasil e a apresentação contabilizou mais de 2,5 milhões de visitas. Além disso, foram disponibilizados itens virtuais exclusivos, como roupas, acessórios e tênis.

A propaganda dentro dos jogos, com o aparecimento de marcas nos eventos online, vestindo avatares e packs exclusivos, entre outras formas, é outra forma que vem crescendo e tomando seu espaço. Uma vez que os anunciantes buscam novos espaços de mídia, estar nos jogos que são um mercado crescente e significante é outra saída certa. As empresas do setor já registram o crescimento das chamadas compras in game de itens dentro do jogo. Julio Vieitez, da Level Up revelou um incremento de 30% a 50% nas vendas de créditos e assinaturas da empresa, apenas no mês de abril de 2020, além de um crescimento de 20% de novos usuários (TOMAZ, 2020).

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO GAMER

Uma vez que os jogos são importante fonte de renda e configuram um importante mercado dentro da indústria do entretenimento, é esperado que isso também se reflita na produção de conteúdo. Pode-se afirmar que a produção de conteúdo é a organização de informações, em forma de narrativas escritas, audiovisuais e outros, com o objetivo de abastecer com informação um determinado grupo. Para Jenkins, Green e Ford (2014, p. 26), a ideia é a de que “[...] essas formas cada vez mais penetrantes de circulação da mídia” recebem o termo “propagabilidade”. Ainda conforme os autores, “[a] ‘propagabilidade’ se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilhar conteúdos por motivos próprios, às vezes com a permissão dos detentores dos direitos autorais, às vezes contra o desejo deles.” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 26).

Durante muito tempo, por questões de escala e abrangência, esta produção de conteúdo estava associada à própria produção jornalística, visto que a principal característica do jornalismo é entregar conteúdo de relevância à sua audiência. Nesse contexto, a produção de conteúdo esteve, por muito tempo, associada a interesses econômicos dentro da indústria do entretenimento. A escolha de quais

produtos culturais iriam pautar a mídia especializada passava por critérios mercadológicos e de interesse das publicações. Não havia espaço (físico) para tudo; então, o critério era mesmo mercantil. Com o advento da Internet e da popularização dos meios de produção e divulgação de informação, cada vez mais o público passou a tomar para si a possibilidade de produzir conteúdo de seu interesse, em maior escala e abrangência. Grupos de fãs, organizados ou não, começaram a municiar a rede com blogs dos mais variados assuntos, e isso também ocorreu, posteriormente, com as plataformas de vídeo.

Quando se olha mais detidamente para o mercado de games, que movimenta cifras impressionantes, ativar a paixão de seus usuários é a fórmula perfeita para a demanda da produção conteúdo nas redes, agora em larga escala. A mídia especializada, ainda que abra espaço em suas publicações impressas ou mesmo audiovisuais para atender às demandas de informação do mercado gamer, esbarra em questões de espaço e tempo dentro dos grandes veículos, ainda que o público gamer seja hoje significativo.

Montar um programa de TV para uma audiência tão específica, ou manter a circulação de uma revista impressa para um grupo de usuários mais afeito a conteúdos multimídia, não é uma tarefa simples ou mercadologicamente viável. Por esse motivo, os blogs e hoje os canais do Youtube e Twitch atendem, de maneira mais adequada, aos anseios dos fãs e dos interessados pelos jogos. E é nesse espaço que não vem sendo ocupado ou não completamente ocupado pelas produtoras de jogos que a produção fã ganha espaço.

O conceito de propagabilidade também confere a esses grupos novas maneiras de mobilizar e reagir diante de decisões tomadas por empresas e governos, por meios que desafiem as decisões que os afetem de maneira adversa e com a possibilidade de explorar lacunas no sistema, permitindo-lhes atender às suas próprias necessidades (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 48).

Além das questões de propagabilidade apresentadas, vale também apresentar outro potencial desta produção de conteúdo, conforme o conceito cunhado por Mittel (2009) sobre a “perfurabilidade” (*drillability*), que é convidado por Jenkins, Green e Ford (2014) para discutir a complexidade do espalhamento de obras e sua complexidade. O conceito se refere a como narrativas complexas têm o potencial de aprofundá-las e é exatamente isso que a produção de conteúdo gerada por gamers acaba por fazer.

Complexidade narrativa e engajamento perfurável não são um fenômeno inteiramente novo, mas sim uma aceleração de grau. Gêneros altamente serializados, como novelas, sempre criaram fãs arquivistas e especialistas textuais, enquanto os fãs de esportes têm uma longa história de perfurar estatisticamente e colecionar itens a fim de se envolver mais profundamente com uma equipe ou jogador. Exemplos contemporâneos são notáveis tanto para as ferramentas digitais que permitiram que os fãs aplicassem coletivamente seus esforços forenses quanto para as demandas que os programas da rede de televisão convencional fazem a seus espectadores para prestarem atenção e conectarem os pontos narrativos (MITTELL, 2009, [s. p.]

Segundo dados de uma pesquisa feita pelo Pew Research Center (GARATTONI; SZKLARZ, 2020), nos Estados Unidos da América (EUA), que avaliou cerca de 250 mil canais, determinou-se que a duração média dos vídeos no Youtube é de 13 a 14 minutos. Essa média não é aleatória ou mera coincidência. Os algoritmos da plataforma se alteram constantemente e mudam as formas com que a monetização dos canais é feita. Atualmente, o algoritmo vem privilegiando o tempo em que o vídeo é visto, isto é, a retenção da atenção na plataforma. Vídeos com esse tempo médio proporcionam para os produtores de conteúdo mais chances de monetização, pois aumentam a possibilidade de anúncios serem inseridos e, conseqüentemente, da monetização oriunda deles.

O conceito de atenção nos canais do Youtube é uma questão central. Esse é um dos motivos para que os produtores de conteúdo usem mais tempo com banalidades em seus vídeos, para atingir o tempo necessário para que os vídeos tenham mais chances de monetizar e performar melhor nessa monetização. Isso, por outro lado, exige que a prolongação da atenção da audiência seja trabalhada para que o usuário não abandone o vídeo antes do fim.

Nesse contexto, é quando técnicas de narrativa entram em ação, de maneira a envolver o expectador de tal forma que ele, voluntariamente ou inconscientemente, queira aguardar até o final do vídeo para saber o desfecho do que está sendo apresentado. Por outro lado, dada a natureza de controle que o usuário tem de avançar o vídeo, não é a melhor medida deixar tudo para o final. Dessa forma, o produtor de conteúdo vai dividindo os pontos de atenção durante

o vídeo, de forma que o usuário, para obter a informação completa, precise assistir ao produto completo, e não somente o final.

A denominada “economia da atenção”, defendida pelo economista americano Herbert Simon da Universidade de Chicago (GARATTONI; SZKLARZ, 2020, [s. p.]), determina que “a informação consome atenção”. E a atenção é uma variável muito volátil, que se perde com muita facilidade, e as formas de retê-la mudam rapidamente, conforme o indivíduo se acostuma e que seus interesses mudem. Segundo o economista, o excesso de estímulos acaba por dispersar a atenção, ao invés de atraí-la (GARATTONI; SZKLARZ, 2020).

A participação dos fãs na produção de conteúdo gamer sempre foi muito ativa. Além disso, trouxe ao segmento maior variedade e qualidade de informação. Não que os veículos especializados da década de 1990 não tivessem qualidade, mas tinham muitas amarras, como a liberação das produtoras, ainda pouco acostumadas em dividir suas produções de forma colaborativa, e os espaços físicos das publicações, que não eram nem vastos nem propícios para a divulgação de *gameplays*. Mas deve-se a essas publicações a consolidação de um caminho para os jogadores e a abertura de um espaço para o que depois da Internet possibilitaria em maior escala. Compartilhar experiência de jogo e a descoberta de itens escondidos é hoje tão comum quanto jogar o próprio jogo.

A metáfora viral não descreve bem aquelas situações em que a pessoa avalia ativamente um texto na mídia, decidindo com quem irá compartilhá-lo e como irá difundi-lo. As pessoas tomam decisões ativas quando propagam mídia, quer simplesmente passando um conteúdo a diante para suas redes sociais, com recomendações no boca a boca, quer postando um vídeo digita no youtube. (JENKINS, GREEN, FORD, 2014 p. 45)

Devido ao aumento da variedade de oferta de produções nesse segmento, da facilidade de acesso e mesmo da própria disponibilidade dos usuários, surge uma nova modalidade de audiência, aquela que assiste aos vídeos de *gameplay* sem a intenção de jogar posteriormente. É apenas o prazer de acompanhar o jogo e a narrativa gerada pelo *influencer*. O que pode parecer estranho, ou mesmo descabido, encontra normalidade se compararmos assistir a uma partida de um jogo digital com uma partida de futebol ou de qualquer outro esporte. Não é preciso ser jogador de basquete para

acompanhar uma partida ou mesmo ser um lutador para acompanhar os eventos do UFC.

A produção de conteúdo gamer no Youtube encontrou seu melhor caminho, visto que ver como se joga em vídeo é infinitamente melhor do que apenas ler como se faz. Caminho este que agora divide espaço com a plataforma Twitch. Ainda que, no início, imagens ilustrassem as matérias de revistas e blogs, nada se compara a assistir como se faz algo no jogo. E a grande e principal diferença entre o início e a atual produção de conteúdo gamer é que, hoje, ela está, em sua maioria, nas mãos de fãs, que acabam, muitas vezes, por se profissionalizar. É um processo inverso que sai das mãos da imprensa especializada e vai para as mãos do jogador comum. Nesse processo, há o ganho em proximidade com os demais jogadores que vêm no produtor de conteúdo um seu igual. E esses, apesar da crescente profissionalização, entendem que estão falando com todo tipo de jogador, desde os novatos aos *hard-core*, e contemplam essas características em suas produções.

De maneira geral, o que se pode afirmar sobre essas plataformas é a forma com que conteúdos produzidos por amadores, de maneira doméstica ou semiprofissional, e produzida por profissionais, de maneira despreziosa ou com ares de superprodução, convivem de maneira pacífica e integrada. Não há, nessas plataformas, uma prioridade para evidenciar conteúdos produzidos de forma profissional ou mesmo institucional. Jenkins (2009) já observava esse fenômeno.

No YouTube, torna-se cada vez mais difícil distinguir entre vídeos produzidos por fãs como um tributo divertido ao seu produto de mídia preferido, como Harry Potter, os produzidos por cidadãos médios procurando moldar a pauta das campanhas, os produzidos por organizações ativistas para promover um objetivo político específico e os produzidos por pequenos grupos de comédia tentando entrar na mídia comercial. Tais distinções talvez não sejam necessariamente produtivas, dadas as formas com que diversos intermediários alternativos se apropriam de conteúdos de todos os tipos e os circulam por meio de blogs, fóruns de discussão e redes sociais, muitas vezes sem considerar as circunstâncias de sua origem. (JENKINS, 2009, p. 360)

O consumo de conteúdo gamer vem sendo mapeado por institutos de pesquisa, como a Newzoo. Em estudo recente, intitulado “The

new breed of Game Enthusiasts” (NEWZOO, 2019), a empresa estabeleceu 8 personas de gamers, o que determina um panorama interessante. Em linhas gerais, as personas são: Definitivo (13%), Completo Aficionado (9%), Nuvem (19%), Convencional (4%), Aficionado por Hardware (9%), Espectador de Games (13%), Espectador da Fila de Trás (6%), Passatempo (27%). Os dois perfis que mais chamam a atenção, no contexto desta abordagem, são os Espectadores, que juntos somam 19% dos jogadores. Ambos perfis consomem mais tempo assistindo a conteúdos de jogos, como gameplays e campeonatos, do que efetivamente jogando. A persona Espectador de Games tem idade média de 29 anos e é formada assim: 46% mulheres e 54% homens. Já o Espectador da Fila de Trás tem em média 31 anos e é formado por 43% mulheres e 57% homens. Joga, ligeiramente, menos que a persona anterior, porém consome mais conteúdo.

Vale frisar um dado importante. A figura do Espectador da Fila de Trás, que em inglês é apresentado na pesquisa como *The Backseat Viewer*, é um jargão pejorativo dentro do universo gamer, chamado de *Backseat Gaming*, uma vez que é conhecido da comunidade como sendo jogadores chatos, que gostam de explicar o jogo, mas, na verdade, sem sempre jogar ou realmente contribuir para o jogo. Esse tipo de audiência é muito comum na Twitch e tais jogadores são, frequentemente, banidos das comunidades por atrapalhar a experiência dos demais e mesmo atrapalhar o jogador do canal.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO GAMER NA PANDEMIA

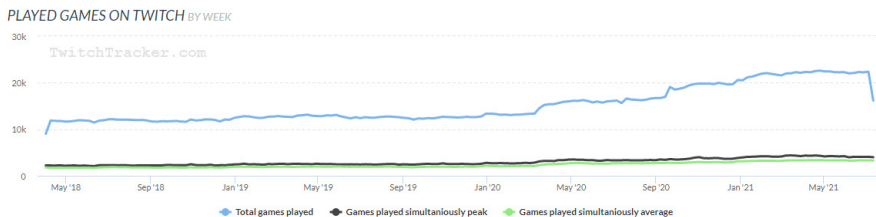
É em meio à crise que o mundo passa que iniciativas surpreendem mercado e consumidores de maneira positiva. Muitas publicadoras de jogos online como Epic, Steam, Ubisoft, Playstation, Xbox, entre outras, decidiram disponibilizar gratuitamente grandes títulos em suas plataformas, durante a pandemia (SZAFRAN, 2020). Já foram oferecidos títulos como GTA V, Watch Dogs, Lara Croft, Uncharted, Lego Ninjago, entre outros. Esse tipo de estratégia está em consonância com o movimento de empresas que, em meio à pandemia, estão liberando acesso a entretenimento, uma vez que as pessoas devem ficar isoladas em casa. Por outro lado, tais iniciativas acabam por divulgar as lojas de jogos e dar mais visibilidade aos seus portfólios.

Outra iniciativa quem vem movimentando o mercado é a distribuição de chaves de acesso a jogos, como o lançamento Valorant, novo jogo de FPS da Riot Games (mesma desenvolvedora do aclamado League of Legends) que foi feito exclusivamente em *lives* na Twitch.

Durante as *lives* do jogo, no canal oficial da Riot Games e de alguns *streamers* selecionados, foram liberados os “*drops*” das chaves (REIS, 2020). Essa era a única forma de obter acesso ao jogo no momento inicial. Com isso, o game bateu o recorde de transmissão em um dia, com 34 milhões de horas vistas (SILVA, 2020), e, na média, passou a ter mais de meio milhão de espectadores por dia, tornando-se a franquia mais popular da plataforma na ocasião (WOLFE, 2020).

Se forem acompanhados os dados da Twitch Tracker de abril de 2018 a dezembro de 2020, é possível notar que o volume de pessoas jogando pela Twitch começa a crescer mais acentuadamente a partir de março de 2020. Pode-se observar também que esse volume não cai, mesmo passados 6 meses, e atinge seu pico em junho de 2020.

Gráfico 5 – Jogou na Twitch por semana



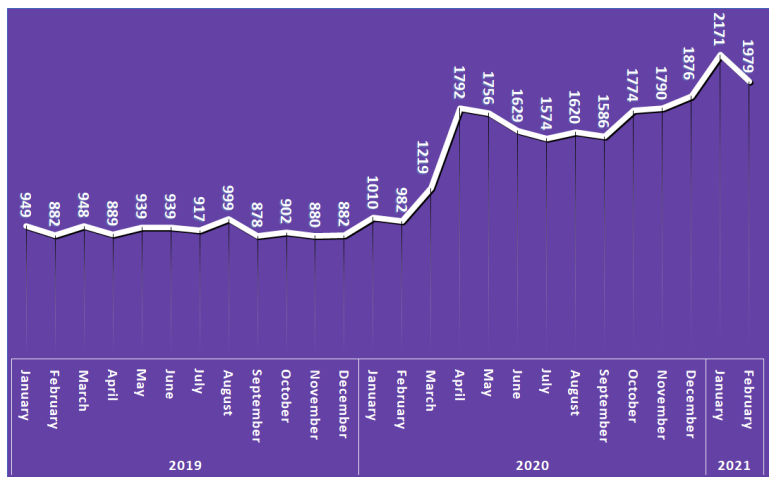
Fonte: Twitch Track⁶⁷.

No geral, segundo dados do Twitch Tracker, usuários já transmitiram mais de 2 bilhões de horas de jogo pela Twitch, durante a pandemia (WOLFE, 2020).

A produção de conteúdo gamer, durante o período da pandemia, manteve-se forte e foi turbinada por uma audiência ávida por conteúdo. Os lançamentos de títulos e principalmente dos consoles da nova geração aqueceram tal produção. Tanto o lançamento do Xbox Series S e X quanto do Playstation 5 aconteceram em novembro de 2020. Diversos produtores de conteúdo pelo mundo fizeram seus *reviews* em vídeo, tanto dos consoles quanto de seus periféricos, além dos comparativos entre as duas marcas. Apenas este fato já seria suficiente para o aumento de *views* nas plataformas de vídeo. Mas somou-se a isso a ausência de eventos consistentes durante o ano de 2020, que teriam municiado os usuários com informação.

⁶⁷ Disponível em: <https://twitchtracker.com/statistics/games>. Acesso em: 16 jul. 2021.

Gráfico 6 – Total de horas visualizadas no Twitch, 2019–2021, milhões



Fonte: Twitch Track⁶⁸.

Outra rica fonte de possibilidades para os produtores de conteúdo surge da infinidade de eventos in-game de jogos mobile e jogos online. Com alguns títulos aquecidos em novidades, os produtores de conteúdo tiveram vasta quantidade de informação para gerar conteúdo para sua audiência. Isso se reflete diretamente nos dados de consumo nas plataformas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas essas iniciativas, surgidas em meio a uma situação crítica e nunca vivenciada pelas gerações atuais, demonstram o potencial da produção de conteúdo que o segmento dos games pode ter. A pandemia não criou um novo cenário, mas evidenciou as potencialidades do segmento. Trouxe à tona que a produção de conteúdo gamer pode se dar tanto pelas desenvolvedoras, com ações dentro e fora dos jogos, quanto pelos aficionados, que, produzindo de forma independente ou patrocinada, ampliam ainda mais a oferta de conteúdo para uma crescente legião de jogadores.

Os limites dessa nova realidade de produção de conteúdo não estão completamente claros. Por um lado, uma legião de fãs produz

⁶⁸ Disponível em: <https://twitchtracker.com/statistics/games>. Acesso em: 16 jul. 2021.

conteúdo em grande escala e publica vorazmente nas plataformas de distribuição e vídeo, tanto que o Youtube considera o segmento gamer um dos 3 mais importantes da plataforma. Por outro lado, os novos hábitos adquiridos em um período de exceção tendem a arrefecer com a volta das atividades normais e com a volta de outras opções de lazer. Mas, certamente, a indústria permanecerá herdando os frutos do terreno e dos novos hábitos conquistados, uma vez que os dados da indústria dos games já vinha apontando consistente crescimento nos últimos anos.

Toda essa produção demonstra o alto grau de perfurabilidade e propagabilidade salientados por Mitte (2009), Jenkins, Green e Ford (2014), uma vez que os conteúdos produzidos pelos influenciadores, que são em certa medida também fãs, têm alta demanda e aderência por parte da audiência e atendem aos anseios por uma informação especializada, rica e na linguagem deste público.

A nova onda da produção de conteúdo gamer parece não ter mais volta. Caberá à indústria compreender seus movimentos e tirar o melhor proveito deles. Voltar não parece mais uma opção.

O ano de 2020 foi marcado por este evento atípico. Com a longa duração (que ainda não terminou e sem prazo para que termine), o mundo assistiu a momentos muito diversos. Desde os primeiros momentos, em que ainda não se tinha noção da magnitude que a pandemia poderia chegar, até o final do ano, no qual recordes de mortes e infectados voltaram a assombrar o mundo, pudemos várias ondas diferentes, em momentos diferentes mundo a fora. Isso provocou atitudes diferentes nas populações.

Como exposto anteriormente, o mundo passou 2020 em graus diferentes de isolamento e afastamento social. As fontes de lazer e distração ainda estão afetadas e a dita normalidade ainda deve demorar a voltar. Com isso, formas de lazer mais domésticos permanecem como alternativa mais segura. Os jogos digitais sempre foram consumidos em tais bases. Então, é fácil compreender como se tornaram uma saída lógica nestes tempos difíceis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRO, Victor. DJ Marshmello faz show ao vivo gratuito em Fortnite. **GKPB**, 4 fev. 2019. Disponível em: <https://geekpublicitario.com.br/34243/dj-marshmello-show-fortnite/>. Acesso em: 20 dez. 2020.

ALEXANDRO, Victor. Curta Nite: Fortnite promove festival de curtas animados dentro do game. **GKPB**, 19 fev. 2021. Disponível em: <https://gkpb.com.br/59568/fortnite-curta-nite/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

ALVES, Soraia. Fusion Energy Drink lança edição especial de latas que armazenam jogadas do game “Rainbow6 Siege”. **B9**, 2 ago. 2019. Disponível em: <https://www.b9.com.br/112121/fusion-energy-drink-lanca-edicao-especial-de-latas-que-armazenam-jogadas-do-game-rainbow6-siege/>. Acesso em: 09 jun. 2021.

CAMILLO, Livia. A experiência da CCXP Worlds pelo olhar de uma fã. **Terra**, 7 dez. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/a-experiencia-da-ccxp-worlds-pelo-olhar-de-uma-fa,cfbe89be18c0619b96ab6e966be61c910o20zk8o.html>. Acesso em: 10 dez 2020.

EDIÇÃO virtual da CCXP é vista por 1,5 milhão de pessoas. **Terra**, 14 dez. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/edicao-virtual-da-ccxp-e-vista-por-15-milhao-de-pessoas,66ea55445eb4051063475e92360046ceel3x8ta8.html>. Acesso em: 17 dez. 2020.

FERREIRA, Matheus. Parada Virtual do Orgulho LGBT de SP é transmitida por 13 canais no YouTube. **GKPB**, 6 jun. 2021. Disponível em: <https://gkpb.com.br/67044/doritos-rainbow-fortnite/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

FESTA junina gamer: São João vai rolar em plataforma para GTA RP. **Clube de Criação**, [s. d.]. Disponível em: <https://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/festa-junina-gamer/>. Acesso em: 10 mai. 2021.

GARATTONI, Bruno; SZKLARZ, Eduardo. Smartphone: O novo cigarro. **Revista Super Interessante**, [s. d.]. Disponível em: <https://super.abril.com.br/especiais/smartphone-o-novo-cigarro/>. Acesso em: 01 fev. 2020.

GINAK, Leticia. Mercado de games é superaquecido com isolamento social. **O Estado de S. Paulo**, 9 de maio 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/economia,mercado-de-games-e-superaquecido-com-isolamento-social,1093479>. Acesso em: 9 maio 2020.

INTERESSE por games saltou na pandemia e faltam profissionais para o setor. **Exame**, 17 ago. 2020. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/interesse-por-games-saltou-na-pandemia-e-faltam-profissionais-para-o-setor/>. Acesso em: 17 set. 2020.

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

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio de mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LIDA, Kelly. Pringles anuncia edição limitada de Halo Infinite. **GKPB**, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://gkpb.com.br/68757/pringles-halo-infinite/>. Acesso em: 10 jul. 2021.

MACIEL, Rui. Oito perguntas sobre: o mercado de games mobile na pandemia. **Canal Tech**, 2 ago. 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/jogos-mobile/oito-perguntas-sobre-o-mercado-de-games-mobile-na-pandemia-169195/>. Acesso em: 27 ago. 2020.

MATSU, Carla. Pandemia impulsiona mercado de games e abre oportunidades para desenvolvimento. **Computer World**, 3 jun. 2020. Disponível em: <https://computerworld.com.br/2020/06/03/pandemia-impulsiona-mercado-de-games-e-abre-oportunidades-para-desenvolvimento/>. Acesso em: 23 ago. 2020.

MITTEL, Jason. Forensic Fandom and The Drillable Text. **Spreadable Media**, 2009. Disponível em: <http://spreadablemedia.org/essays/mittell/#.WLdSk28rIpt>. Acesso em: 01 out. 2021.

MITTEL, Jason. To Spread or to Drill? **Just TV**, 2009. Disponível em: <https://justtv.wordpress.com/2009/02/25/to-spread-or-to-drill/>. Acesso em: 01 out. 2021.

MITTEL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012. Disponível em: <http://www.journals.usp.br/matrizes/article/viewFile/38326/41181>. Acesso em: 01 out. 2021.

NEWZOO. The new breed of Game Enthusiasts. Disponível em: <https://newzoo.com/news/introducing-newzoos-gamer-segmenta->

tion-the-key-to-understanding-quantifying-and-reaching-game-enthusiasts-across-the-world/. Acesso em: 12 dez 2019.

NEWZOO, [s. d.]. The global standard for games data. Disponível em: <https://newzoo.com/>. Acesso em: 01 maio 2020.

OROFINO, Isabel. Recepção e resposta: as webséries como índice para se pensar a emergência do “prossumidor”. In: CARRASCOZA, J.A & ROCHA, R.M. (orgs). **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011, p. 169-183.

O BOTICÁRIO registra nove milhões de visitas no game Avakin Life. **Propmark**, 16 mar. 2021. Disponível em: <https://propmark.com.br/digital/o-boticario-registra-nove-milhoes-de-visitas-em-loja-no-game-avakin-life/>. Acesso em: 10 mai. 2021.

PACETE, Luiz Gustavo. Games e música revivem combinação histórica. **Meio e Mensagem**, 18 maio 2020. Disponível: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/18/games-e-musica-revivem-combinacao-historica.html#:~:text=Durante%20o%20isolamento%20social%2C%20alguns,ascens%C3%A3o%2C%20ganhou%20ainda%20mais%20for%C3%A7a..> Acesso em: 20 maio 2020.

PGB. **Pesquisa Games Brasil**. Disponível em: <https://www.pesquisa-gamebrasil.com.br/>. Acesso em: 01 maio 2020.

PWC. PricewaterhouseCoopers Brasil. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/outlook-18.html>. Acesso em: 01 maio 2020.

REIS, Gabriel. Valorant: como conseguir key para o beta fechado do FPS da Riot Games. **E-Sportv**. 4 maio 2020. Disponível: <https://globoesporte.globo.com/e-sportv/valorant/noticia/valorant-como-obter-chave-para-o-beta-fechado-do-fps-da-riot-games.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2020.

SCHREIER, Jason. Venda de games sobe, mas produção sofre com atrasos. **Estadão**, 10 de maio de 2020. Disponível em: <https://bityli.com/JsxGb> . Acesso em: 20 de maio de 2020.

SDR. **Super Data Research**. Disponível em: <https://www.superdata-research.com/>. Acesso em: 01 maio 2020.

SILVA, Bernardo. Riot distribui chaves de acesso ao beta de Valorant a partir de hoje na Twitch. **Oficina da Net**, 14 abr. 2020. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/games/30622-a-riot-esta-expandindo-o-acesso-ao-beta-do-valorant-a-partir-de-hoje>. Acesso em: 20 maio 2020.

SZAFRAN, Vinicius. Steam e Epic Games oferecem jogos gratuitos durante quarentena. **Olhar Digital**, 20 mar. 2020. Disponível: <https://olhardigital.com.br/games-e-consoles/noticia/steam-e-epic-games-oferecem-jogos-gratuitos-durante-quarentena/98351>. Acesso em: 29 mar. 2020.

TOMAZ, Reginaldo. Consumo de games “explode” na pandemia; mercado deve lucrar R\$ 851 bi em 2020. **Tecnologia IG**, 4 jun. 2020. Disponível em: <https://tecnologia.ig.com.br/2020-06-04/aumento-do-consumo-de-games-pandemia-setor-vai-lucrar-em-2020.html>. Acesso em: 23 ago. 2020.

UCKUS, Fabiana. Consumo de mídia durante a pandemia de coronavírus no Brasil. **ComScore**, 14 abr. 2020. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Blog/Consumo-de-midia-durante-a-pandemia-de-coronavirus-no-Brasil>. Acesso em: 20 abr. 2020.

VELOSO, Ana Clara. Com mais gente em casa, faturamento do varejo mais que dobra com venda de games. **O Globo**, 17 abr. 2020. Disponível: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/com-mais-gente-em-casa-faturamento-do-varejo-mais-que-dobra-com-venda-de-games-2437736>. Acesso em: 20 maio 2020.

WOLFE, Daniel. Twitch users have streamed 2 billion hours of video-game play during the pandemic. **Quartz**, 19 abr. 2020. Disponível em: <https://qz.com/1841063/twitch-users-stream-2-billion-hours-of-video-game-play-during-pandemic/>. Acesso em: 20 maio 2020.

SLEEPING GIANTS BRASIL E O ATIVISMO CONTRA A DESINFORMAÇÃO E A EXTREMA-DIREITA

Rosemary Segurado

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
roseseg@uol.com.br

Tathiana Senne Chicarino

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP)
tschicarino@gmail.com

Cláudia Pereira Ferraz

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
claudiapferraz7@gmail.com

Carlos Raíces

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
craices12@gmail.com

INTRODUÇÃO

O presente capítulo trata das ações civis digitais no enfrentamento à desinformação, ao discurso de ódio e à extrema-direita a partir do estudo de caso do ativismo-boicote empregado pela iniciativa Sleeping Giants Brasil (SGB) na desmonetização das redes de

Olavo de Carvalho⁶⁹. A partir de tal iniciativa é possível compreender o funcionamento do ecossistema de notícias e da publicidade programática⁷⁰ nas redes digitais (BRAUN; COAKLEY; WEST, 2021), trazendo à tona a relação entre tecnologia, ética e marketing.

Considerando que a desinformação é um fenômeno complexo e multifacetado, observamos que um conjunto de pesquisadores, tais como Allcott e Gentzkow (2017); Bounegru, Gray, Venturini, e Mauri (2017); Darnton (2017); Tancod Jr., Lim e Lind (2017); Wardle (2017) vêm se debruçando sobre a temática e contribuindo para a ampliação da compreensão das dimensões que abarcam essa nova realidade que se configura como um divisor de águas nas democracias contemporâneas, principalmente quando verificamos o crescimento de práticas nocivas à constituição de uma sociedade democrática.

Trata-se de um fenômeno de amplitude global, em que grupos ideologicamente identificados com a extrema-direita compartilham estratégias e técnicas democraticamente corrosivas. E, assim, atuam de forma orquestrada nas redes digitais que, na atualidade, vêm se constituindo como um espaço propício à produção e à disseminação de desinformação, conforme podemos observar no estudo realizado por Vosoughi, Roy e Aral (2018). Os autores afirmam que as mídias sociais facilitam o rápido compartilhamento de informações em grande escala, o que acontece também com notícias falsas e desinformação. Na mesma perspectiva, Bounegru, Gray, Venturini e Mauri (2017) acreditam que as notícias falsas e a desinformação devem ser analisadas para além da forma e do conteúdo, tendo em vista o papel que as plataformas, infraestruturas mediadoras, ocupam na circulação dessas informações.

Como é notável o amplo uso das tecnologias digitais para o compartilhamento de notícias falsas e desinformação, é fundamental também refletir sobre o papel central dos algoritmos (PASQUALE, 2015), nesse contexto. Os mecanismos automatizados possibilitados pela crescente presença da inteligência artificial são cada vez mais importantes e alteram a percepção do que é recebido e compartilhado nas diferentes plataformas.

69 Criador da página de notícias Brasil Sem Medo (que se autointitula “o maior jornal conservador do país”). Após a realização da presente pesquisa, Olavo de Carvalho, nosso objeto de análise, morreu aos 74 anos, em janeiro de 2022, com um diagnóstico de Covid-19, embora a causa exata da morte do reconhecido antivacina não tenha sido divulgada. Para saber mais, visite: <https://www.poder360.com.br/brasil/olavo-de-carvalho-morre-aos-74-anos/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

70 O modelo de publicidade programática define, por meio de leilão automático, a alocação de publicidade digital em sites, blogs e canais da internet de acordo com parâmetros previamente definidos pelas empresas ou suas agências de publicidade.

Nos debates sobre as tecnologias digitais, os algoritmos vêm assumindo protagonismo, pois encarnam mecanismos automatizados avançados de inteligência artificial que tornam visíveis, inteligíveis e operacionalizáveis processos e fenômenos sociais inscritos nesses imensos volumes de dados.

Os modelos de previsibilidade e os sistemas de recomendação algorítmicos têm um papel central na lógica da indústria da influência e uma relação direta com a publicidade programada, uma vez que operacionalizam a promessa de previsão dos comportamentos futuros e direcionam formas de intervenção em tempo real sobre tais comportamentos.

Nesse sentido, buscamos compreender, a partir de um estudo de caso do SGB, como a publicidade programada e o uso de mecanismos de pagamento online podem viabilizar, e até estimular, a produção de conteúdos desinformativos e ancorados em um discurso de ódio nas redes digitais.

Criado em maio de 2020, o SGB se destacou pela rápida adesão de seguidores no Twitter. Estes passaram não somente a acompanhar as ações do perfil, mas apoiar e, até mesmo, contribuir financeiramente para a sua manutenção. Mas a ação civil digital também chamou a atenção pela reação governamental⁷¹ estrategicamente organizada e centralizada. Entre as ações de boicote mais exitosas, destacamos para análise a realizada em relação ao escritor Olavo de Carvalho.

Para tanto, na primeira parte, empreendemos um breve histórico do ativismo baseado no “boicote-indireto” nas redes digitais, fundamentalmente contra pautas e ações da extrema direita. Na segunda parte, apresentamos a iniciativa SGB e a concepção de seus dois criadores sobre suas principais características e estratégias. Para, na sequência, sistematizarmos os dados da campanha de desmonetização empreendida contra Olavo de Carvalho.

71 Dois fatos chamaram a atenção quanto às reações ao SGB. O Banco do Brasil (BB) veiculava publicidade programática em páginas de desinformação. Ao ser alertado, o banco cogitou retirar a publicidade e foi fortemente repreendido pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal. Um dos filhos o presidente e vereador pelo Rio de Janeiro, Carlos Bolsonaro, também reagiu contra o BB por ter respondido positivamente à denúncia do SGB sobre anúncios Jornal da Cidade Online (JCO), claramente identificado aos ideais dos extremistas de direita. Após protestos dentro do governo e das redes de extrema direita o banco manteve a publicidade. Em 25 de maio, 5 dias após a postagem do SGB, o delegado da Polícia Federal de Londrina (PR), Ricardo Fillipi Pecoraro, abriu inquérito policial e solicitando “Informação Policial que indique, conforme seja possível, os dados e endereço do responsável legal pelo perfil Sleeping Giants” como revelado pelo site The Intercept Brasil em 18 ago. 2020.

O ATIVISMO-BOICOTE DOS SLEEPING GIANTS

A atuação do Sleeping Giants se inicia nos Estados Unidos, em 2016, logo após as eleições em que Donald Trump se elegeu presidente dos Estados Unidos. O foco das ações consistia em alertar, através do Twitter e de forma anônima, as grandes empresas quanto à presença de seus anúncios em plataformas que disseminavam a desinformação, discurso de ódio, misoginia, xenofobia e teorias da conspiração, publicados pelo sistema Google Ad.Sense⁷² de publicidade. Com essas ações, conseguiram desmonetizar o portal *Breitbart*⁷³, na época editado por Steve Bannon⁷⁴, uma referência da extrema-direita global.

A ação foi exitosa e impactou nas verbas publicitárias da plataforma. Um dos idealizadores dessa ação civil digital, o publicitário Matt Rivitz, começou a receber junto com sua família mensagens com ameaça de morte, assim como a cocriadora do SG Estados Unidos, Nandine Jammi. Ambos decidiram sair do anonimato, o que fez ampliar a exposição dessas modalidades de ativismos digitais nas mídias jornalísticas internacionais, o que acabou por inspirar a emergência de outras iniciativas do SG ao redor do mundo.

Cabe apontarmos que esse tipo de ativismo, conceitualmente tratado como “boicote indireto” (BRAUN; COAKLEY; WEST, 2019), não foi originalmente criado pelo Sleeping Giants (SG) nos Estados Unidos. Antes do SG, a campanha *StopFundingHate*⁷⁵ já usava a mesma tática, mas tendo como alvo específico a xenofobia presente nos tabloides ingleses. Questionavam a publicidade que dava suporte a mídias que veiculam matérias misóginas e xenofóbicas.

O sucesso do SG nos Estados Unidos acabou por promover a criação de perfis em várias partes do mundo. Na França, surgiu um dos mais ativos perfis fora dos Estados Unidos, tendo retirado a publicidade de mais de 1.000 marcas do site de ódio extremista francês “Boulevard Voltaire” (*bvoltaire.fr*) e ajudado a suspender a publicidade francesa da plataforma *Breitbart*, de modo a intensificar sua desmonetização. De acordo com os administradores do SG França, também

72 Serviço de publicidade oferecido pelo Google Inc. No programa é possível exibir anúncios e a empresa calcula os lucros baseado na quantidade cliques ou visualizações.

73 Site de notícias, opiniões e comentários de grupos de extrema direita, criado em 2007 nos Estados Unidos. Dedicar-se a publicar notícias falsas, desinformação e teorias da conspiração.

74 Assessor político estadunidense, foi estrategista de Donald Trump e é conhecido como um dos mentores da extrema direita global. Possui relações próximas com a família Bolsonaro.

75 Ver mais em: *StopFundHate* website: <https://stopfundinghate.info/>. Acesso em: 21 jul. 2021.

empreenderam campanha contra os sites extremistas breizatao.com, valeursactuelles.com e o canal CNews que exibe o programa de Éric Zemmour, um conhecido extremista condenado na França por provocação ao ódio racial e religioso.

Na Holanda, as ações mais significativas ocorreram em 2017, e inspiraram o questionamento da publicidade que financiava mídias que reproduziam material do *Breitbart* nos Países Baixos, como os sites *GeenStijle* e o *Dumpert*. Tais plataformas também reproduzem o *Breitbart*.

No caso da Austrália, a iniciativa SG começou em 2017 e, até o presente momento desta escrita, continua a desempenhar um papel significativo contra o esquema de publicidade programática, principalmente em relação às postagens da plataforma *Sky News Austrália*, reconhecida por posições racistas e eurocêntricas, contra a cultura aborígene, de desdém ao aquecimento global e de ceticismo em relação à pandemia da COVID-19.

O SG Austrália se apresenta como uma ação comunitária para fazer o racismo, a intolerância, a misoginia e os danos do aquecimento global, menos rentáveis. Suas ações vão para além de seu território. No dia 20 de julho de 2021, fez uma campanha de contestação via *Twitter*, a qual lembrava que enquanto *Jeff Bezos* se empolgava por sua ida ao espaço existem trabalhadores em campos de trabalho escravo nos armazéns da *Amazon*.

Observa-se também em países como Canadá, Nova Zelândia, Suíça, Itália, Dinamarca e Canadá a articulação dessas ações civis digitais em conscientizar empresas sobre publicidade programática via *Twitter*. Esse tipo de ação civil digital se espalhou rapidamente pela Europa, em especial com a vitória de *Donald Trump* nos Estados Unidos, quando a extrema-direita começou a conquistar cadeiras em alguns parlamentos de países europeus, como Itália, Suécia e Holanda.

Na busca de continuar a conscientizar as empresas da presença de suas marcas em mídias controversas, *Nadine Jammi* se afasta de *Matt Rivitz* e se junta a *Clair Atkin* para criarem a consultoria publicitária *Check My Adds*⁷⁶, a fim de orientar sobre os perigos das marcas em banners de plataformas disseminadoras de desinformação e elucidar sobre o quanto isso pode refletir negativamente nas eleições e na saúde das democracias no século XXI (KELLY, 2021, [s. p.]):

76 KELLY, M. J. How two women are taking on the digital ad industry one brand at a time. *Nandine Jammi and Claire Atkin Interew. Blog Mozilla*, 24 mar. 2021. Disponível em: <https://blog.mozilla.org/en/internet-culture/interviews/nandini-jammi-claire-atkin-check-my-adds/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

Esta é uma indústria de 300 bilhões de dólares. E neste momento, em que a democracia está em crise e a desinformação mais alta do que nunca, precisamos prestar a atenção para onde este dinheiro vai, quem se responsabiliza pelo que é monetizado e como conseguir desmonetizar - Nandine Jammi⁷⁷

As ações civis digitais dos SGs caminham no sentido de combate à economia política da desinformação nas plataformas digitais (BEZERRA; BORGES, 2021). Tal feito será discutido a seguir.

O SLEEPING GIANTS BRASIL E O ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO

Considerando que a disseminação de desinformação se organiza em torno de padrões estruturados de funcionamento e tem logrado mobilizar a economia da atenção (CALIMAN, 2006), observamos que produtores de desinformação se beneficiam do desejo de empresas de diferentes portes em vender sua imagem e seus produtos.

Para tanto, financia-se um modelo de negócio calcado na captura da atenção dos seguidores/consumidores de informação por meio da “compra” dessa atenção. Captar, reter e capitalizar a audiência é a estratégia de operação de “comerciantes da atenção” (WU, 2016), fenômeno que não é recente, mas ganhou nova dimensão com o desenvolvimento das mídias sociais e sua lógica algorítmica em busca de cliques (DALMAZO; VALENTE, 2018). Há uma relação direta entre engajamento nas redes sociais e o valor financeiro obtido pelas páginas/produtos, fazendo da desinformação um gerador de receitas importante nesse mercado.

Nesse contexto em que a desinformação está associada a discursos que introduzem ideias falsas ou manipuladas (RECUERO, 2018) e retornam em ganhos financeiros movendo uma indústria da “comercialização da atenção”, a criação do perfil do SGB na plataforma social Twitter causou impacto imediato ao alertar as empresas para o fato de sua publicidade digital estar sendo direcionada para sites e páginas que propagavam mentiras e desinformação e, como consequência, desmonetizar essas páginas e sites, como visto acima.

⁷⁷ No original: This is a \$300 billion industry. At a time when democracy is in crisis, and when disinformation is louder than ever, we need to be paying attention to where the money is flowing and who is in charge of what gets monetized, and what gets defunded. - Nandine Jammi.

Outro elemento que parece ter contribuído para o sucesso do perfil foi ter oferecido às pessoas uma ferramenta que auxiliava no combate à desinformação na medida em que estabelecem uma rede com seus seguidores.

São raros os perfis de ação civil digital SGBs no mundo em que se conhece a identidade dos administradores⁷⁸. No caso brasileiro, surgido três anos após a iniciativa dos EUA, trata-se de um casal de estudantes de direito Mayara Stelle e Leonardo de Carvalho Leal, de Ponta Grossa, Paraná.

Em entrevista à *Revista Aurora* (CHICARINO *et al.*, 2021), do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (NEAMP) da PUC-SP, os articuladores do SGB recordam ter encerrado a primeira semana de atividade do perfil do Twitter com 300 mil seguidores. O perfil estadunidense precisou de quatro anos para conquistar 250 mil seguidores, demonstrando o êxito da iniciativa brasileira. “Em duas semanas a gente conseguiu desmontar o primeiro site que foi o Jornal Cidade Online. Conseguimos retirar 250 empresas em duas semanas”, relata Leonardo Leal (CHICARINO *et al.*, 2021, p. 9). O perfil iniciou suas atividades no dia 18 de maio e conquistou 80 milhões de menções nas redes sociais em doze dias.

O sucesso da ação civil digital, acreditam os criadores do perfil, explica-se porque o SGB conseguiu respostas rápidas de suspensão de publicidade ao confrontar as empresas à realidade das páginas nas quais estavam anunciando. O objetivo, ao confrontar as companhias, não é fazer do perfil um instrumento de ataque a elas, e sim torná-las aliadas no combate à desinformação, o que foi percebido por empresas e consumidores, reforçando a credibilidade do trabalho. Nas palavras de Mayara Stelle:

[...] as empresas felizmente pararam de considerar as fake news como uma coisa polarizada nas redes, e passaram a enxergar como um problema. E isso foi muito positivo. Então, a gente sempre tenta definir a fake news como um problema da sociedade. [...] Então, eu sempre procuro aproximar a empresa do movimento, fazer com que ela entenda que ali são consumidores cobrando. Porque são mesmo (CHICARINO *et al.*, 2021, p. 10).

Outro elemento que podemos observar como fator impulsor da resposta das companhias é a tendência contemporânea de

78 Os outros administradores conhecidos são Matt Rivitz e Nandini Jammi.

engajamento em campanhas de marketing e publicidade de causas, operações que expressam um real (ou suposto) alinhamento às empresas e determinada causa social.

Ações em torno de causas no mundo físico ou digital, segundo Laymert Garcia dos Santos (2013), têm garantido a coletivos não ligados a instituições sociais (sindicatos, ONGs, movimentos sociais) articulação e respostas ao politizar o debate em torno das tecnologias e de suas relações com o capital. Para o autor, as novas tecnologias digitais “[...] colocam a luta política em outro patamar, e esse outro patamar [a tecnologia] não pode mais deixar de ser levado em conta porque a luta vai se passar lá” (SANTOS, 2013, [s. p.]). A ação, portanto, é sociopolítica, mas não partidária. E é esse caráter não partidário do SG, argumenta a pesquisadora Francesca Colli (2020), um elemento definidor da estratégia de sucesso de movimentos digitais em tempos de radicalismo e desprezo pelo social.

Esse ativismo digital se apresenta como um modelo de ação “de baixo para cima”, sem organização institucional ou forte estrutura. É um movimento em rede que percorre distintos caminhos e remete à ideia do sistema como rizoma, conforme descrito por Deleuze e Guatarri (1995). O sucesso, aponta Colli (2020), está em ser uma combinação de campanha pública e privada. O consumidor move individualmente a empresa, no privado, e publicamente, ao retuitar a mensagem na plataforma do Twitter expondo a cobrança.

Essa combinação de ações no privado e no público, no caso dos SGs e seus seguidores, trilha um lema bastante difundido desde a década de 1970: “siga o dinheiro”. É por meio da identificação dos financiadores que a ação civil digital pressiona pela desmonetização das páginas de desinformação. Se as primeiras campanhas desenvolvidas pelo SGB buscavam seguir o uso das verbas de publicidade programática das empresas, na sustentação de páginas de desinformação, como ocorreu com o Jornal da Cidade Online, a estratégia foi reformulada com a identificação de Olavo de Carvalho como um dos principais protagonistas na criação e disseminação de desinformação, teorias da conspiração e mentiras nas redes. Assim, os criadores da iniciativa brasileira afirmam que “[o]s alvos do Sleeping são escolhidos com base em dois parâmetros: o primeiro é um histórico desinformativo desse site, que é o que a gente sempre busca. [...] O segundo parâmetro é, logicamente, o alcance. Porque quanto mais acesso, mais dinheiro eles têm” (CHICARINO *et al.*, 2021, p. 13). Com foco em páginas com histórico de desinformação e largo alcance, Chicarino e Ronderos (2019) analisaram os efeitos dos cursos desse intelectual

orgânico de grande presença junto a grupos ligados ao governo atual (AVRITZER, 2020; PINTO, 2019). Olavo de Carvalho tem em seus cursos transmitidos pela plataforma YouTube, com grande audiência e repercussão. Se, antes, o SGB mirava na publicidade veiculada nas páginas de redes sociais, agora, a estratégia se voltava para desmonetizar um canal de vídeo que não recebia publicidade programática, mas sim financiamento direto processado pelas operadoras de meios digitais de pagamento Paypal e PagSeguros.

Nesse sentido, foi possível identificar uma discrepância entre os termos contratuais de uso das processadoras de pagamento e o conteúdo oferecido pelos cursos de Olavo de Carvalho que disseminavam ódio e a desinformação.

E o Sleeping (Giants) sempre foca no dinheiro, então o que a gente queria era que o Olavo parasse de ganhar dinheiro com a desinformação. [...] A gente não tá aqui pra responsabilizar as pessoas, nem temos legitimidade pra isso. Quem tem legitimidade pra isso é o Poder Judiciário. Mas, em relação ao lucro, é o nosso foco (CHICARINO *et al.*, 2021, p. 16).

Em duas semanas de campanha, o Paypal decidiu suspender o pagamento aos cursos de Olavo de Carvalho por seu intermédio. O mesmo não ocorreu com o PagSeguro, empresa de propriedade do UOL, o que levou o movimento a partir para uma nova frente estratégica ao acionar um fundo de pensão canadense, acionista do PagSeguros, e signatário dos princípios Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) que, entre outras definições, compromete-se com a ética nos negócios. Uniram a essa ação um abaixo-assinado virtual que reuniu mais de 250 mil assinaturas como forma de pressão.

O caso PagSeguros é considerado um dos mais emblemáticos pelo casal em suas campanhas: O UOL e a Folha de S. Paulo tinham jornalistas sendo atacados diariamente por Olavo de Carvalho e seguidores do “guru”, ao mesmo tempo em que auxiliavam no financiamento de Carvalho e se negavam a abrir mão dessa operação financeira. Contra a pressão do SGB o UOL, chegou a publicar matéria criticando a decisão do PayPal e entrevistando especialistas que defendiam a “liberdade de expressão” de Carvalho e o direito do consumidor⁷⁹, embora admitisse que Carvalho disseminasse o ódio. Em

79 Mais informações em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/08/06/paypal-olavo-de-carvalho.htm>. Acesso em: 8 de jul. 2021.

janeiro de 2021, a conta de Carvalho foi suspensa do PagSeguros sem deixar claro se a empresa havia suspenso ou o escritor/palestrante havia cancelado a conta.

O poder de influência e vigilância que as plataformas digitais têm sobre os usuários e seus hábitos de consumo de informação passou a ser também foco de atenção do SG. As plataformas conectam indivíduos, empresas e instituições com grande capacidade tecnológica para promover uma mediação ativa e uma vigilância na articulação dessas práticas (VALENTE, 2019, ZUBBOFF, 2019). A capacidade de plataformas como Facebook, Twitter, Google, Instagram, Apple e TikTok de minerar grandes bases de dados com modelos que maquinam a gestão algorítmica da atenção, ampliam seu domínio político de econômico sobre o que Zuboff (2016; 2019) define como “capitalismo de vigilância”.

Diante disso, para Stelle, “fica difícil entender qual é a ação das plataformas frente à desinformação. Porque parece que elas estão lá dando plaquinha de um milhão de inscritos pra quem produz desinformação” (CHICARINO *et al.*, 2021, p. 21).

Dentro da estratégia da atual economia política da desinformação, ações civis digitais, como SGB, têm se mostrado eficientes no combate à desinformação e desmonetização de páginas e plataformas, recolocando debates como da liberdade de expressão e como operam interesses difusos de empresas e governos. “O Sleeping jogou luz num problema que ninguém nunca tinha se atentado no Brasil, que era a monetização de um conteúdo nocivo ou fraudulento”, diz Leonardo Leal (CHICARINO *et al.*, 2021, p. 24).

BOICOTE INDIRETO CONTRA A EXTREMA-DIREITA NO BRASIL

Identificado como grande produtor e disseminador de notícias falsas, duvidosas e fraudulentas, Olavo de Carvalho pode ser compreendido como um intelectual orgânico (em sentido gramsciano, 1968) no ecossistema comunicacional bolsonarista, atuando “[...] na organização dos sentidos discursivos, [instrumentalizando] o engajamento de uma militância virtual [e estruturando] como os indivíduos podem (e devem) compreender o que está em jogo em uma determinada conjuntura” (CHICARINO; RONDEROS, 2019, p. 92).

Rocha (2021) aponta que esse sistema de crenças olavista é mobilizador do bolsonarismo e está amparado em uma técnica discursiva, “a retórica do ódio”, isso porque “[...] pretende reduzir o outro ao papel

de inimigo a ser eliminado” (ROCHA, 2021, p. 159, grifo do autor) e, para tanto, faz uso estratégico e deliberado de desinformação e de teorias da conspiração.

Esse inimigo se materializa em um outro que passa por uma “desqualificação nulificadora”, quando o adversário ideológico é reduzido a um “[...] outro tão absoluto que ele passa a se confundir com um puro nada, um ninguém de lugar nenhum” (ROCHA, 2021, p. 163). Como é possível observar na “ameaça comunista” da Figura 1 (abaixo).

O resultado dessa técnica, transmitida por Olavo de Carvalho para dezenas, talvez centenas de milhares de pessoas, sobretudo jovens, por meio de cursos online ou simplesmente pelo consumo de uma miríade de vídeos disponíveis na Internet, é o ensurdecimento deliberado em relação a tudo que não espelhe as próprias convicções, em geral radicais e, por isso mesmo, favoráveis à resolução violenta de conflitos (ROCHA, 2021, p. 44).

O levantamento aqui realizado buscou compreender melhor a implementação dessa técnica. À vista disso, estabelecemos um recorte temporal que segue o período estrito de campanha de desmonetização de Olavo de Carvalho empreendido pelo SGB no Twitter⁸⁰, de 5 de junho de 2020 até 18 de maio de 2021 – data comemorada com o tweet da Figura 1⁸¹. O perfil marca essa temporalidade através de *hashtags* como #1MesDesmonetizando e assim sucessivamente.

Utilizamos a plataforma Netlytic para coletar os dados da campanha de desmonetização, contabilizando 176 tweets distribuídos em 10 meses com os totais de 15.775 comentários, 74.961 retweets e 359.093 curtidas⁸².

No Gráfico 1, observamos que a campanha teve uma concentração maior de tweets entre julho e outubro de 2020, com uma estabilização nos demais meses. O mesmo padrão foi verificado no engajamento dos usuários do Twitter que reagiram com mais intensidade, diante de um número maior de conteúdo postado (Gráfico 2). Quando selecionamos os dez tweets com maior engajamento em cada um dos tipos de interação temos: dos mais comentados, seis deles estão entre os meses de julho e outubro; dos mais retweetados, oito estão entre esses meses; também oito estão entre os mais curtidos.

80 @slpng_giants_pt

81 Disponível em: <https://istoe.com.br/olavo-de-carvalho-e-excluido-do-pay-pal-e-culpa-comunistas-pela-punicao/> Acesso em: 19 fev. 2022.

82 A coleta de dados foi feita no dia 28 de julho de 2021.

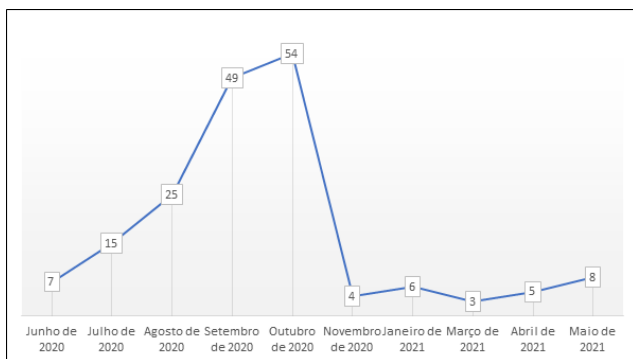
Figura 1: 1 ano de campanha de desmonetização



Fonte: Reprodução Twitter SBG (2021).

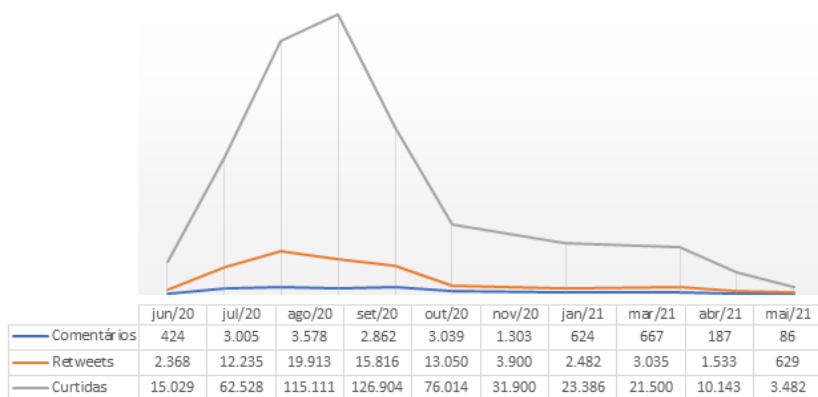
Apresentamos, aqui, um tipo específico de ativismo digital que: (1) deriva de uma campanha de desmonetização no ecossistema digital de notícias e de publicidade programática nas redes (BRAUN; COAKLEY; WEST, 2021); (2) coloca-se no combate à desinformação e ao discurso de ódio nas redes.

Gráfico 1: Tweets SGB – Olavo de Carvalho



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Gráfico 2: Engajamento tweets SGB – Olavo de Carvalho



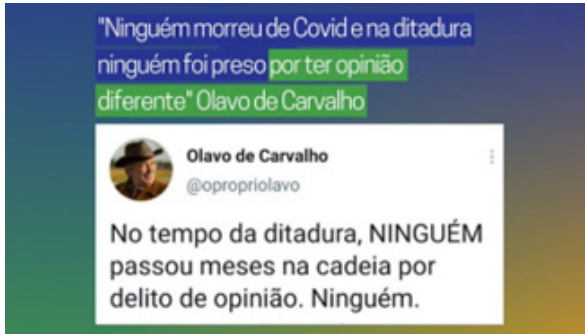
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Empreendemos um segundo tratamento metodológico ao corpus, a partir da análise de conteúdo categorial (BARDIN, 2011), a fim de sistematizar os discursos por meio do estabelecimento de padrões e frequências. Não adotamos categorias preestabelecidas, elas emergiram da própria empiria, como disposto abaixo. Assim, apresentamos no Quadro 1 as seguintes categorias discursivas⁸³ (em ordem decrescente de frequência):

1. Chamamento de empresas – quando o SGB cita, nominalmente, empresas para desmonetizar Olavo de Carvalho.
2. Agradecimento às empresas – quando elas aderem aos pedidos de desmonetização feitos pelo perfil.
3. Desinformação sobre a pandemia – partindo da exposição de mentiras sobre vacinação e sobre o uso de máscaras, passando por tweets que o relacionam com a má gestão da crise sanitária.
4. Outros – com assuntos diversos. Como quando o SGB expõe a desinformação característica da retórica de Olavo de Carvalho, que diz que “Avô de Moro é fundador do PSDB. Aécio Neves é cunhado de Moro. Com a prisão de Lula, a intenção era eleger Alckmin” (5 jun. 2020), ou quando apoia a ditadura civil-militar.

⁸³ Vale ressaltarmos que os tweets possuem múltiplas categorizações, ou seja, não são auto excludentes, assim, um mesmo tweet pode tratar de desinformação na pandemia e se estar agradecendo uma marca pela desmonetização.

Figura 2: Categoria 4



Fonte: Reprodução Twitter SBG (2021).

Nessa categoria também estão os tweets que tratam de reverses experimentados por Olavo, como a retirada de acusações contra o ex-deputado federal Jean Wyllys (então do Psol) sobre a facada em Bolsonaro em 2018; quando a justiça o condena a indenizar o cantor Caetano Veloso (2020, [s. p.])⁸⁴; e sobre sua vida financeira: “Olavo de Carvalho mentiu à Receita Federal para movimentar dinheiro que recebe no Brasil. Oii @itau, tudo bem? Vocês sabiam que o Olavo não mora no Brasil há 15 anos e por isso devia pagar uma taxa de manutenção de aproximadamente R\$1.000,00/mês?”.

5. Chamamento de celebridades – quando o perfil cita expressamente aqueles que estão fazendo propaganda para a empresa que está sendo pressionada (especificamente o caso do PagSeguro).

Quadro 1: Análise de conteúdo tweets SGB – Olavo de Carvalho

Categorias	Frequência
Chamamento de empresas	90
Agradecimento às empresas	50
Desinformação sobre a pandemia	18
Outros	15
Chamamento de celebridades	2

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

84 Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2021/05/olavo-de-carvalho-perde-contra-caetano-tem-que-pagar-r-29-mi-de-multa.shtml>. Acesso em: 21 fev. 2022.

Como é possível observar pela sistematização dos tweets, a estratégia discursiva do SGB se caracteriza por citar empresas, pressioná-las e agradecer-las quando a desmonetização é concluída – um ciclo que está contido em um curto espaço de tempo e que demanda e estimula o engajamento de seus seguidores. Como o feito nesse tweet: “Agora é com vocês: entrem no canal, printem as propagandas, informem as empresas e nos ajudem a desmonetizar Olavo de Carvalho! #EuSouSleepingGiantsBrasil” (CARVALHO, 2020, [s. p.]).

Tal estratégia discursiva cíclica se manifestou em três táticas distintas, sendo as duas primeiras as mais empregadas nos tweets:

Quadro 2: Táticas discursivas SGB – Olavo de Carvalho

Categories	Frequência
Desmonetização de cursos	72
Desmonetização no YouTube	69
Infração termos de uso Twitter ou Facebook	4

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Olavo de Carvalho possui um site⁸⁵ com sua produção desde o final dos anos 1990, no qual oferece um “Curso Online de Filosofia (COF)” e venda de livros, sendo esse um dos principais alvos de desmonetização do SGB. Nesse sentido a pressão e o “bombardeio” de tweets teve como alvo as duas plataformas de meio de pagamento eletrônico, o Pagueseguro (pertencente ao grupo UOL) e o PayPal:

Oii @PayPal_BR e @pagseguro, tudo bem? E essa fala? Está de acordo com os termos de uso das suas plataformas? Vão continuar ganhando dinheiro junto com o Olavo de Carvalho e prestando serviços mesmo após clara violação das políticas? (14/07/2020)

90.188 brasileiros mortos, 29 dias de silêncio, @PayPal_BR e @pagseguro continuam lucrando com o Olavo de Carvalho (29/07/2020).

Demorou um pouco mais de um mês mas o @PayPal_BR assumiu a responsabilidade social e bloqueou o Olavo de Carvalho porque ele está claramente em desacordo com os termos de uso da plataforma! Agradecemos muito ao @PayPal_BR pelo apoio! (06/08/2020).

85 <https://olavodecarvalho.org/o-seminario-de-filosofia/> Acesso em: jul. 2021.

Estão fazendo uma live na @UOL falando sobre o Sleeping Giants Brasil, o que acham de perguntar para eles por que continuam ganhando dinheiro com o Olavo de Carvalho, sendo que ele infringe os termos da @pagseguro? (27/08/2020)

Considerando o recorte temporal aqui analisado, o SGB citou mais de 60 empresas quando estava empregando a tática de desmonetização de Carvalho no Youtube:

Olá, @tiktokbrasil, tudo bem? Sabemos que uma rede social responsável, como vocês, está preocupada em evitar o ódio online, no entanto há 19 dias aguardamos resposta ao pedido para que removam seus anúncios do canal de Olavo de Carvalho. Pfvr BLOQUEIEM (29/09/2020). A @TikTokBrasil sabe o quão perigoso é espalhar fake news e discurso de ódio, por isso a empresa bloqueou os seus anúncios no canal do Olavo de Carvalho no @YouTubeBrasil. Agradecemos o apoio! (02/10/2020).

Nas palavras de Rocha (2021, p. 52), “[...] a ascensão da direita não é compreensível sem a ação positiva de Olavo de Carvalho na década de 1990” e que se estende na formação de alunos que irão replicar a técnica discursiva da “retórica do ódio” em inúmeros canais de YouTube e plataformas de produção de conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O avanço dos grupos conservadores e, em especial, os grupos de extrema-direita dá mostras de que compreenderam as novas formas de fazer política, apropriando-se das tecnologias, dirigindo e elevando o tom estratégico do discurso segregacionista, meritocrático, racista, sexista, nacionalista, anti-intelectual, de vitimização, do passado mítico, da importância da hierarquia, da lei e da ordem (STANLEY, 2018), temas que são encontrados em várias das postagens denunciadas pelos grupos ativistas contra a desinformação.

Assim, as ações civis digitais de enfrentamento à desinformação são importantes dado seu potencial para atingir grande número de pessoas. Giuliano Da Empoli (2019), com base em pesquisa do Massachusetts Institute of Technology (MIT), aponta que a informação

falsa tem 70% mais chance de ser compartilhada do que a informação verdadeira.

Nesse contexto de desordem informacional e crise dos sistemas (CESARINO, 2020), o SGB adota o mesmo princípio de iniciativas semelhantes que buscam a desmonetização de plataformas que compartilham desinformação, discursos de ódio e misoginia (BEZERRA; BORGES, 2021).

Para tanto utilizam a estratégia de boicote digital em um modelo de boicote indireto ou boicote substituto segundo Colli (2019), que parte da perspectiva do consumo simbólico ou consumo ativismo para atingir a reputação das empresas anunciantes, que não são as empresas-alvo, com a finalidade de mudar o comportamento da empresa e não boicotar o produto em si.

Para Braun, Coakley e West (2021), o SG realiza um boicote semelhante ao que Herman e Chomsky (2018) definiram como “flak”, conceito criado para entender o processo de disciplinar as mídias através da denúncia.

Tais apreensões conceituais são corroboradas pelos dados empíricos obtidos através da sistematização da campanha de desmonetização do SGB em relação a Olavo de Carvalho. Uma estratégia discursiva cíclica – citação, pressão e agradecimento de empresas –, em um curto espaço temporal, e com um estímulo ao intenso engajamento dos seguidores, fazendo a articulação entre campanha pública e privada, como defende Colli (2020).

Retomando o exposto por Caliman (2006) de que a prática da desinformação nas redes apresenta padrões estruturados de funcionamento e que busca mobilizar a atenção da audiência, podemos supor que semelhante estratégia é empregada pelo SGB. Tal feito, em um momento conjuntural em que a democracia vem sendo solapada (MOUNK, 2019; LEVITSKY, ZIBLATT, 2018; RUNCIMAN, 2018), desde a emergência do bolsonarismo, que “[...] adota uma tática para (des) governar que está relacionada à ampla base construída nas redes sociais” (AVRITZER, 2021, p. 17).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, [S. l.], v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <http://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 10 jun. 2022.

AVRITZER, L. **Política e antipolítica**: a crise do governo Bolsonaro. São Paulo: Todavia, 2020.

AVRITZER, L. **Governo Bolsonaro**. Retrocesso democrático e degradação política. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BAD intentions: The actors behind disinformation. Global Desinformation Index (GDI), [s. d.]. Disponível em: <https://disinformationindex.org/>. Acesso em: 2 set. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2011.

BERNARDES, C. Uso do Twitter para engajamento político. **Compolítica**, [S. l.], v. 10, n. 3, p. 5-48, 2020. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/411>. Acesso em: 14 fev. 2022.

BEZERRA, A. C.; BORGES, J. Sleeping Giants: a ofensiva moral dos gigantes adormecidos contra o novo regime de desinformação. **Eptic**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 178-195, jan-abr. 2021. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/epctic/article/view/15348>. Acesso em: 4 maio 2021.

BRAUN, J; COAKLEY J.; WEST, E. Activism, Advertising, and Far-Right Media: The Case of Sleeping Giant. **Media and Communication**, [S. l.], v. 7, n. 4, p. 68-79, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/337990272_Activism_Advertising_and_Far-Right_Media_The_Case_of_Sleeping_Giants. Acesso em: 4 mar. 2021.

BOUNEGRU, L.; GRAY, J.; VENTURINI, T.; MAURI, M. **A Field Guide to Fake news**. Public. Data Lab.Fakenews, [s. d.]. Disponível em: <http://fakenews.publicdatalab.org>. Acesso em: 4 mar. 2021.

CALIMAN, L. **A biologia moral da atenção**: a constituição do sujeito (des)atento. 2006. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Medicina Social, 2006.

CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, [S. l.], n. 1, v. 1, p. 92-120, fev. 2020. Disponível em: <http://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/Como-vencer-uma-eleição-sem-sair-de-casa.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.

CHICARINO, T; RONDEROS, S. Entre a eliminação e o dissenso: soberanismo bolsonarista contra o ethos democrático. **Revista Ponto e Vírgula**, São Paulo, n. 26, p. 91-108, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/51126>. Acesso em: 4 mar. 2021.

COLLI, F. Indirect consumer activism and politics in the Market. **Social Movement Studies**, [S. l.], v. 19, n. 3, p. 249-267, dez. 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14742837.2019.1662286>. Acesso em: 4 mar. 2021.

DA EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

DALMAZO, C.; Valente, J. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/5682>. Acesso em: 14 fev. 2022.

DARNTON, R. A verdadeira história das notícias falsas. **El País**, 28 abr. 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html. Acesso em: 4 mar. 2021.

DELEUZE, G; GUATARRI, F. **Mil, Platôs** (Capitalismo e Esquizofrenia) 1. Vol. São Paulo: Editora 34, 1995.

GRAMSCI, A. **Maquiavel**. A política e o Estado Moderno. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

KELLY, M. J. How two women are taking on the digital ad industry one brand at a time., Nandine Jammi and Claire Atkin Interew. **Blog Mozilla**, 24 mar. 2021. Disponível em: <https://blog.mozilla.org/en/internet-culture/interviews/nandini-jammi-claire-atkin-check-my-ads/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

LEVITSKY, S.; ZIBLATT, D. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2018.

MOUNK, Y. **O povo contra a democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

PASQUALE, Frank. **The black box society**: the secret algorithms that control Money and information. Harvard University Press, 2015.

PINTO, E.C. **Bolsonaro e os Quartéis**: a loucura com método. UFRJ. Texto para Discussão 006, 2019.

RECUERO, R. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. **Revista Brasileira Linguística Aplicada**, [S. l.], v. 20, n° 3, p. 383-406, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKngghPRMJxbybBVRLYN3YTB/?lang=pt>. Acesso em: 14 fev. 2022.

ROCHA, J. C. **Guerra cultural e retórica do ódio**: crônicas de um Brasil pós-político. Goiânia: Editora Caminhos, 2021.

RUNCIMAN, D. **Como a democracia chega ao fim**. São Paulo: Todavia, 2018.

SANTOS, Laymert Garcia dos. É preciso entender as redes e as ruas. [Entrevista concedida à] Redação. **Revista Fórum**, 20 out. 2013. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/midia/2013/10/20/preciso-entender-as-redes-as-ruas-7786.html>. Acesso em: 20 jun. 2021.

STANLEY, J. **Como funciona o fascismo**: a política do “nós” e “eles”. Porto Alegre, L&PM, 2018.

THE NETHERLANDS: Journalists stand up against sexual harassment. **Mapping Media Freedom**, 15 jun. 2017. Disponível em: <https://mappingmediafreedom.org/2017/06/15/dutch-female-journalists-stand-up-against-online-sexual-harassment/>. Acesso. 20 jan. 2021.

CHICARINO, T.; RAÍCES, C.; SEGURADO, R.; FERRAZ, C. Como dois estudantes de 22 anos puseram de pé o Sleeping Giants Brasil. **Aurora – Revista de Arte, Mídia e Política**, [S. l.], v. 14 n. 40, p. 6-27, 2021. Acesso em: https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/issue/view/2587/pdf_7. Acesso em: 10 jun. 22.

STOPFUNDHATE. **Stop Fund Hate Campaign**. Disponível em: <https://stopfundinghate.info/>. Acesso em: 21 jul. 2021.

STOP HATE FOR PROFIT (SHFP). **Stop Valuing Profits Over Hate, Bigtry, Racism, Antisemitism and Desinformation**. Disponível em: <https://www.stophateforprofit.org/>. Acesso em: 20 jul. 2021.

TANCOD JR., E. C.; LIM, Z. W.; LIND, R. Defining “Fake News”. **Digital Journalism**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 10 jun. 22.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online., **Science**, [S. l.], v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, mar. 2018. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. Acesso em: 3 jan. 2020.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 2017.

WEST, E.; BRAUN, J.; FERRAZ, C. Sleeping Giants and the impacts of indirect boycotts against the far right in United States of America. **Rev. Aurora: arte, mídia e política**, São Paulo, v. 14, n. 40, p. 28-47, fev.-maio 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.23925/1982-6672.2021v14i40p28-47>. Acesso em: 20 ago. 2021.

WU, T. **The attention merchants**. Londres: Atlantic Books, 2017. [versão Kindle].

REDES SOCIOCOMUNICATIVAS E ATIVISMO TRANSNACIONAL DE BOLIVIANOS NO BRASIL NO CONTEXTO DO GOLPE DE ESTADO NA BOLÍVIA⁸⁶

Gabriel Soares de Almeida

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)
gabrielsoarescr@protonmail.com

Denise Cogo

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)
denise.cogo@espm.br

INTRODUÇÃO

No presente capítulo, analisamos o ativismo transnacional de imigrantes bolivianos no Brasil contra o golpe de Estado ocorrido em 2019 na Bolívia, com foco nas mobilizações políticas mediadas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Analisamos como as TICs são utilizadas na formação de redes sociocomunicacionais visando à produção, circulação e consumo de narrativas contra-hegemônicas para promover mobilizações políticas contra o golpe no

⁸⁶ O presente capítulo desenvolve-se a partir de nossa pesquisa de dissertação de mestrado **Comunicação e ativismo transnacional de bolivianos no Brasil**: mobilizações políticas e narrativas contra-hegemônicas no marco do golpe de Estado na Bolívia em 2019 (ALMEIDA, 2021). Disponível em: <https://tede2.espm.br/handle/tede/571>. Acesso em: 7 out. 2021.

marco das eleições presidenciais na Bolívia. O golpe de Estado levou à renúncia do então presidente Evo Morales e à ascensão ao poder de Jeanine Áñez como presidenta interina.

Em 20 de outubro de 2019, foram realizadas eleições presidenciais na Bolívia, com a reeleição em primeiro turno de Evo Morales – que concorria pelo partido Movimiento al Socialismo (MAS) – para seu quarto mandato presidencial. A Organização dos Estados Americanos (OEA) realizou uma auditoria externa e publicou, no dia 30 de outubro, seu relatório final sobre a análise de integridade das eleições bolivianas⁸⁷, indicando que as eleições teriam sido fraudadas de modo a beneficiar Morales (OAS, 2019).

Com base no documento, opositores do governo, como Carlos Mesa – candidato com segundo maior número de votos pelo partido Comunidad Ciudadana (CC) – e seus apoiadores, deram início a um movimento de agitação política que não reconhecia o resultado das urnas. Aliado a isso, a pressão por parte de oficiais das forças policiais e Forças Armadas levou à renúncia do presidente Evo Morales em 10 de novembro de 2019⁸⁸. Seguiu-se daí uma sequência de outras 4 renúncias na linha sucessória. Nesse contexto, Jeanine Áñez, então senadora de oposição, autoproclamou-se presidenta interina da Bolívia em um congresso com quórum insuficiente⁸⁹ e sem participação de legisladores do MAS.

O relatório da OEA que serviu de base para a fundamentação do golpe apresentava, entretanto, falhas metodológicas graves. Análises independentes não apontaram qualquer indício de fraude no processo eleitoral (WILLIAMS, CURIEL, 2020; IDROBO, KRONICK, RODRÍGUEZ, 2020). O próprio estatístico responsável pelo relatório da OEA, Irfan Nooruddin, reconheceu posteriormente as falhas metodológicas de seu relatório (NOORUDDIN, 2020). Ainda assim, mesmo sem evidências, tanto Nooruddin quanto a direção da OEA mantiveram o posicionamento público de que teria havido manipulação das eleições por parte de Morales (ALMEIDA, 2021).

Durante o governo Áñez, que durou de novembro de 2019 a novembro de 2020, opositores ao governo boliviano interino instaurado se mobilizaram contra o golpe de Estado não apenas na Bolívia, mas

87 Disponível em: https://www.oas.org/en/media_center/press_release.asp?sCodigo=E-099/19. Acesso em: 15 set. 2021.

88 Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/11/10/evo-morales-renuncia-a-presidencia-da-bolivia.ghtml>. Acesso em 26 de março, 2021.

89 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/2273-mesmo-sem-quorum-no-congresso-senadora-da-oposicao-se-declara-presidente-da-bolivia-24077446>. Acesso em: 26 mar. 2021.

também em outros países com presença significativa da diáspora boliviana⁹⁰. Esses opositores, quase em sua totalidade, eram bolivianos de origens andinas; cerca de 40,57% da população boliviana se identifica diretamente como pertencente a determinada nação ou povo indígena (INE, 2013). É importante lembrarmos que os povos andinos foram diretamente atacados por Áñez e seus apoiadores durante sua tomada de posse (ALMEIDA, 2021), tiveram seus símbolos sistematicamente apagados durante a gestão do governo interino (ALMEIDA, 2021) e foram negligenciados por suas políticas públicas (p. 157-158), especialmente durante a pandemia de Covid-19⁹¹.

Também vale ressaltar que Evo Morales, de descendência Aymará, foi o primeiro presidente de origem indígena da Bolívia, e teve grande apoio por parte da população andina e da diáspora⁹². Em seus mandatos, as relações do Estado com a cultura andina foram profundamente modificadas por medidas como a instauração do Estado Plurinacional da Bolívia; a adoção da bandeira Wiphala como símbolo oficial; por suas políticas de recuperação, preservação e fortalecimento das culturas e das tradições andinas; pela 4ª Reforma Educacional da Bolívia, instaurada em 2006, cujos eixos de atuação passavam por políticas recuperação de culturas ancestrais e línguas originárias (ALMEIDA, 2021). A comunidade de imigrantes bolivianos no Brasil possui um extenso histórico de lutas sociais e políticas, articuladas por meio de redes que são utilizadas que precedem as práticas de oposição ao governo Áñez, e que a elas serviram de base (ALMEIDA, 2021).

Nesse texto, analisamos a atuação de bolivianos residentes no Brasil e suas formas de ativismo transnacional baseadas nos usos das

90 Houve manifestações expressivas por parte da diáspora boliviana, e organizadas em períodos muito próximos, na Argentina, no dia 11 de novembro de 2019; na Venezuela, no dia 12; e no Brasil, nos dias 17 e 24 de novembro. (ALMEIDA, 2021, p. 52).

91 Disponível em: <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/americ-latina/64257/povos-origenarios-sao-excluidos-de-medidas-protetivas-contra-covid-19-na-bolivia-de-anez>. Acesso em: 7 out. 2021.

92 Evo Morales possui grande apoio dos votos de bolivianos no exterior devido à atenção que deu aos bolivianos da diáspora durante suas gestões presidenciais (HINOJOSA GORDONAVA et al., 2016, p. 120-121; ALMEIDA, 2021, p. 48-51). Nas eleições presidenciais de 2009, Morales, disputando pela coligação Movimiento al Socialismo – Instrumento Político por la Soberanía de los Pueblos (MAS-IPSP) recebeu 63,9% dos votos domésticos válidos (isto é, de bolivianos votantes na Bolívia) contra 26,6% dos votos para Manfred Reyes Villa, pela coligação Plan Progreso para Bolivia – Convergencia Nacional (PPB-CN). Nos votos externos, Morales se saiu ainda melhor, com 75,7% dos votos externos válidos (de bolivianos votantes no exterior) contra 22,1% de Manfred Reyes Villa. No Brasil, Morales recebeu 94,9% dos votos válidos, contra apenas 2,7% de Villa (HINOJOSA GORDONAVA et al., 2016, p. 126).

TICs. Buscamos compreender como os imigrantes bolivianos no Brasil se apropriaram das tecnologias digitais para produzir, colocar em circulação e consumir narrativas contra-hegemônicas e de resistência ao golpe na Bolívia, entrelaçando, assim, redes sociocomunicacionais, tecnológicas e migratórias (BRIGNOL; COGO; LAGO MARTÍNEZ, 2019). Os ativistas migrantes denunciaram as práticas e o projeto da OEA, a qual, por meio de seu relatório e seus esforços de produção narrativa, chancelou um golpe na Bolívia com vistas à implementação política de uma agenda neoliberal no país, especialmente relacionada à privatização e à abertura da indústria de lítio ao mercado internacional. Cabe destacar que a Bolívia possui a maior reserva de lítio do mundo⁹³, matéria-prima fundamental para a produção de baterias⁹⁴. Desse modo, tratamos das formas de atuação política de imigrantes bolivianos no Brasil, os usos que fizeram das TICs para fins de mobilização e de produção de materiais comunicacionais de narrativas de oposição à hegemonia do governo Añez, e os modos como essas atuações se complementam para uma articulação no processo de luta política.

Tratamos do conceito de hegemonia tomando como base as postulações de Antonio Gramsci (1977a; 1977b). Compreendemos a hegemonia política e cultural (termos que não são contrapostos na obra gramsciana, mas antes colocados como complementares) no sentido de direção somada a domínio; uma classe é, a um só tempo, “dirigente” e “dominante”: é dirigente das classes aliadas, e dominante das classes adversárias (HEGEMONIA, 2017, p. 365-366). Desse modo, uma classe, antes da tomada de poder, pode (e deve) ser dirigente das classes aliadas. Quando se apropria do poder, passa a desempenhar o papel também de classe dominante. O exercício da hegemonia dá-se pelo caráter duplo de exercer o poder por meio dessa direção e dominação das classes; tratamos, no presente trabalho, da hegemonia que se dá nos campos comunicacional e cultural-político pela classe dominante no sistema de democracia burguesa na Bolívia sob o governo interino de Jeanine Añez. Analisamos a hegemonia nos âmbitos comunicacional e político, sem jamais desconsiderar as íntimas relações entre estes campos.

As ideologias que se colocam de forma hegemônica no campo da comunicação refletem a ideologia da classe que detém tal hegemonia – e, portanto, dirigente e dominante. Quando nos referimos

93 Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/economia/litio-ouro-branco-e-esperanca-da-bolivia/>. Acesso em: 27 mar. 2021.

94 As baterias são essenciais para segmentos economicamente importantes, como os de *smartphones*, *notebooks*, e também de carros elétricos.

às manifestações contra-hegemônicas, tratamos das disputas pela tomada da hegemonia por parte dos grupos de oposição àqueles que a detêm; dos grupos que assumem a posição de dirigentes de seus aliados nesta luta pela tomada do poder – porém sem deter ainda a dominação das classes adversárias, elemento conspícuo da hegemonia. Dessa forma, compreendemos a hegemonia como uma questão relacional: não como característica desta ou daquela classe ou forma de pensamento, mas a partir dos lugares que estas ocupam na disputa pelo poder hegemônico, e que são posições passíveis de mudanças.

METODOLOGIA DE PESQUISA

Para analisarmos os usos das TICs na mobilização política dos imigrantes bolivianos contra o golpe de 2019 na Bolívia, realizamos a análise de três materiais comunicacionais⁹⁵ compartilhados no canal de Telegram⁹⁶ da Prensa Wiphala, um jornal online independente que nasceu durante o golpe de Estado com o propósito de fazer oposição à OEA, a Carlos Mesa, a Jeanine Áñez e seus apoiadores. O jornal difunde conteúdos que compõem um tecido narrativo contra-hegemônico sobre a situação na Bolívia – alternativos às versões propostas pelo governo e seus apoiadores, buscando conectar e mobilizar ativistas bolivianos dentro e fora da Bolívia. O canal de mensagens no aplicativo Telegram funciona de modo unidirecional, com mensagens, arquivos e materiais audiovisuais sendo difundidos pelos administradores do canal para seus assinantes. Utilizamos o canal de Telegram por ser amplamente difundido pela Prensa Wiphala, e por ser de livre acesso ao público, não havendo qualquer sigilo ou restrição sobre os conteúdos compartilhados.

Acompanhamos o canal de Telegram da Prensa Wiphala, a partir do início de novembro de 2019 até meados de 2021. A observação e coleta de conteúdos realizada no canal possibilitou a identificação de

95 Esses materiais correspondem a uma parte do corpus de 16 materiais que analisamos em nossa pesquisa de dissertação de mestrado **Comunicação e ativismo transnacional de bolivianos no Brasil**: mobilizações políticas e narrativas contra-hegemônicas no marco do golpe de Estado na Bolívia em 2019 (ALMEIDA, 2021). Além da coleta e análise dos materiais, realizamos, na dissertação, entrevistas com duas pessoas envolvidas com o ativismo de bolivianos no Brasil. Porém, as entrevistas não serão objeto de análise neste capítulo. Disponível em: <https://tede2.espm.br/handle/tede/571>. Acesso em: 13 set. 2021.

96 Software de mensagens instantâneas que permite também, entre outras funções, a formação de grupos, e de canais unidirecionais de transmissão de conteúdos. Disponível em: <https://telegram.org/>. Acesso em: 13 set. 2021.

três categorias relacionadas às narrativas e modos de organização dos sujeitos ativistas. A primeira delas diz respeito à construção de narrativas contra-hegemônicas; a segunda trata de denúncia às narrativas hegemônicas; e a terceira refere-se à prática de convocação para a ação política.

AS REDES, OS USOS DAS TICS E O FAZER POLÍTICO

Os fluxos de comunicação engendrados pelos imigrantes bolivianos no Brasil no contexto do golpe de Estado na Bolívia em 2019 movem-se por meio de redes estabelecidas entre os diferentes atores que participam de seus processos e de sua composição. Em nosso estudo, nós nos concentramos em três delas: as redes sociocomunicacionais, as tecnológicas e as migratórias.

As redes sociocomunicacionais podem ser definidas como formas de interação e vínculo social, espaços de convivência, conectividade e intercâmbio dinâmicos entre diferentes atores sociais. Nessa perspectiva, constituem instâncias ou organizações sociais heterogêneas que, na maioria das vezes, têm um caráter informal, possibilitando que sejam potencializados recursos para a resolução de problemas. As redes sociocomunicacionais se constituem, ainda, pelo fluxo de conteúdos comunicacionais entre diferentes sujeitos: as manifestações orais, escritas, simbólicas, imagéticas e sensíveis que comunicam. Além disso, cabe lembrarmos que as redes sociocomunicacionais preexistem e, muitas vezes, alimentam as redes migratórias, que são aquelas formadas por familiares, amigos e conhecidos das pessoas migrantes. Conforme propõe Cogo (2018, p. 1-2):

[n]os estudos migratórios, a teoria das redes tem sido um recurso conceitual e metodológico para analisar a ação social dos indivíduos que desejam migrar ou que já migraram. Ou seja, a noção de redes tem colaborado para atenuar uma certa visão economicista e macroestrutural dominante nos estudos migratórios, e que defende que fatores como a pobreza e a busca de trabalho seriam determinantes na produção de fluxos migratórios, e que defende que fatores como a pobreza e a busca pelo trabalho seriam determinantes na produção de fluxos migratórios. Nessa perspectiva, a teoria das redes tem colaborado, também, para reconhecer a existência de espaços de ação e autonomia, mesmo que relativa, dos

imigrantes sobre as normas e condicionamentos estruturais que determinam suas trajetórias migratórias, inclusive no âmbito econômico. Ou seja, embora com limites, os imigrantes constroem suas histórias migratórias negociando com situações e circunstâncias de ordem econômica, social, política e cultural que se combinam e podem assumir pesos diferenciados.

Em complemento, as redes tecnológicas são aquelas estruturadas pelas TICs, e que permitem a mediação entre sujeitos por meio de diferentes suportes digitais⁹⁷. Partes das redes sociocomunicacionais se apoiam na estrutura provida pelas redes tecnológica, especialmente para a produção e intercâmbio de informações e conteúdos, como mensagens de texto em aplicativos, posts em redes sociais digitais, transmissões de vídeo, arquivos digitais de áudio etc.

Não consideramos qualquer forma de hierarquia entre elas; compreendemos que se dão em planos diferentes, que se atravessam, convergem e se sobrepõem. As redes são como um conjunto de nós que estabelecem conexões entre si (BRIGNOL *et al.*, 2019). As três categorias que postulamos se referem às formas de associação e de organização entre os atores que compõem tais redes.

Identificamos que os modos de organização e de comunicação por atores do ativismo transnacional são afetados diretamente pelas transformações no campo tecnológico, bem como no campo organizacional – e em suas relações com as tecnologias. Os usos das tecnologias, as possibilidades que oferecem, acabam por favorecer formas de organização política em “[...] redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa, na internet; e, mais ainda, nas redes de comunicação sem fio, atualmente a principal forma de comunicação em toda parte” (CASTELLS, 2013, p. 162).

As TICs servem, desse modo, a um propósito de mobilização e articulação dos atores políticos por meio das redes sociocomunicacionais, e migratórias estabelecidas. Essas tecnologias promovem uma complexificação e um adensamento destas redes, conectando, de forma ampla e dinâmica, os sujeitos ativistas distantes geograficamente, permitindo ações coordenadas e retroalimentadas pelos circuitos de produção e consumo de materiais contra-hegemônicos. As atuações políticas dos ativistas transnacionais bolivianos no Brasil passam pelas apropriações e usos táticos das tecnologias, e foi por

97 Cabe reforçarmos que as interações em rede se desenrolam também sem a mediação das tecnologias através de conversas presenciais, reuniões, assembleias etc.

meio delas que puderam produzir materiais narrativos – inclusive imagéticos – que atuam em diferentes frentes do processo de produção de narrativas contra-hegemônicas, que se dá pelo “[...] efeito demonstração de movimentos que brotam por toda parte. [...] Ver e ouvir protestos em algum outro lugar [...] inspira a mobilização, porque desencadeia a *esperança* da possibilidade de mudança” (CASTELLS, 2013, p. 166, grifo do original).

Defendemos que os fluxos de materiais comunicacionais mediados pelas TICs operam também como vetores de mobilização por meio de produções narrativas que oferecem aos imigrantes e ativistas leituras contra-hegemônicas. Desse modo, permitem a mobilização de narrativas e de modos de ação. Lago Martínez (2008, p. 103, tradução nossa) observa que “[...] na vida cotidiana, os meios eletrônicos, a fotografia na imprensa escrita, o cinema ou a televisão geram imagens como parte de suas atividades próprias de produção, recepção e distribuição que operam como forma de ação social”⁹⁸.

Essas imagens – e os diversos outros materiais sociocomunicacionais – sobre a mobilização política dos ativistas transnacionais promovem modificações nas leituras das narrativas que se colocam em disputa pela hegemonia. Nessa perspectiva, as próprias imagens se inserem como elementos de luta narrativa na medida em que modificaram as percepções dos atores sobre tais narrativas.

Não consideramos, evidentemente, que as tecnologias sejam, por si próprias, as responsáveis pelas mudanças sociais, nem adotamos uma perspectiva tecnicista que supõe que a ação social dos ativistas transnacionais não possa existir sem esses dispositivos. Nossa compreensão se constrói a partir da percepção de que as tecnologias permitem configurações próprias de organização e de atuação políticas a partir da ação dos próprios atores sociais, como é o caso dos imigrantes bolivianos aqui focalizados. Os usos das TICs mostram-se fundamentais para as ações coordenadas dos grupos ativistas; servem para mobilizar as pessoas, para a produção das narrativas contra-hegemônicas, para sua circulação e seu consumo. No caso do ativismo transnacional que analisamos, observamos que foi por meio desses recursos que se dinamizou o fazer político e a mobilização dos sujeitos a partir do entrelaçamento entre as instâncias das manifestações de rua, da produção e circulação comunicacional de contranarrativas acerca do golpe e de seus desdobramentos.

98 Do original: “En la vida cotidiana los medios electrónicos, la fotografía en la prensa escrita, el cine o la televisión generan imágenes como parte de sus actividades propias de producción, recepción y distribución que operan como formas de acción social”. (LAGO MARTÍNEZ, 2008, p. 103).

Na perspectiva dos usos e apropriações que os imigrantes bolivianos fazem das TICs no contexto do golpe de Estado na Bolívia, “[...] as tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são, em última análise, a materialização da racionalidade de uma certa cultura e de um ‘modelo global de organização do poder’” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 256, grifo do original). Adotamos, com base nessa perspectiva, a noção de táticas, proposta por De Certeau (2014), compreendendo que os sujeitos passam a se apropriar das coisas – nesse caso, das TICs – e atribuir formas de usos e propósitos diferentes daqueles previamente planejados por aqueles que definem, no campo *estratégico*, seus modos de uso e consumo (DE CERTEAU, 2014).

No caso dos imigrantes bolivianos no Brasil, notamos tais apropriações quando os ativistas se utilizavam de redes sociais digitais – como o Facebook, o Twitter, o WhatsApp e, em especial – para nossas análises –, os canais de Telegram – para a difusão, convocação e mobilização políticas contra o golpe de Estado de 2019 na Bolívia, e para a disputa pela realização de novas eleições presidenciais no país. Durante o governo interino de Jeanine Áñez, os ativistas transnacionais bolivianos no Brasil fizeram uso de redes digitais e sociocomunicacionais para fins de articulação e de mobilização política de oposição. Esses atores, por meio de tais redes, disputaram a hegemonia da narrativa acerca do golpe de 2019 – o que passou, inclusive, por qualificá-lo como um golpe de Estado –, sustentando que as motivações do golpe passavam pela questão do lítio⁹⁹ e dos anseios do capital internacional em explorá-lo, especialmente por parte dos Estados Unidos. Na visão dos ativistas, o governo norte-americano teria se utilizado da OEA para realizar intervenções contra a soberania nacional boliviana (ALMEIDA, 2021). Ainda segundo tal visão, o clima de instabilidade política gerado pelo relatório da OEA e as acusações da entidade de que o governo de Morales haveria fraudado as eleições ocasionaram a saída do governo MAS – de esquerda – do poder na Bolívia – permitindo a instauração de um governo neoliberal e, por conseguinte, permissivo com práticas extrativistas.

A produção de narrativas em oposição àquelas difundidas pelo governo Áñez e por seus apoiadores internos – como os partidários de Carlos Mesa, de Áñez, os grandes veículos privados de imprensa bolivianos, dentre outros – e externos – como a OEA – foi construída

99 Identificamos diversas causas que motivaram o golpe de Estado na Bolívia em 2019. Trazemos aqui a questão do lítio por ter sido um dos argumentos mais fortemente utilizados para a coesão das narrativas contra-hegemônicas. Os manifestantes também reconheciam diferentes causas para o golpe e integravam-nas em seus discursos.

pelos ativistas bolivianos com vistas a uma análise de conjuntura sobre as relações de poder e interesse entre os diferentes atores envolvidos no golpe. Com essas narrativas, os ativistas buscaram orientar a atuação política dos setores que, no Brasil, se mobilizaram contra o golpe. Nessa perspectiva, observamos o esforço de desconstrução, por parte dos ativistas bolivianos, das narrativas hegemônicas propagadas pelo governo interino boliviano, pela grande mídia e outros atores políticos de sustentação e manutenção do campo hegemônico.

É importante ressaltarmos que tratamos, assim, das produções narrativas contra-hegemônicas a partir de uma perspectiva não essencializada, mas relacional frente à posição oficial do governo interino, seus representantes e atores políticos como agentes de manutenção da ordem hegemônica vigente (GRAMSCI, 1977a; 1977b). As produções não são *essencialmente* contra-hegemônicas por seus conteúdos, como se fosse uma característica intrínseca que possuíssem; o são por seu caráter relacional de oposição às versões que circulam e são reforçadas pelos aparatos de hegemonia, buscando uma ruptura com as versões apresentadas pelo governo interino de Áñez e por órgãos como a OEA.

A produção de materiais comunicacionais contribuiu também para processos de desconstrução dos discursos hegemônicos sobre o golpe na Bolívia. Essa produção se articulou às manifestações de rua, às formas de atuação dos ativistas nas plataformas digitais através de transmissões ao vivo¹⁰⁰, rodas de debate, coberturas realizadas por manifestantes em tempo real durante os atos de protesto¹⁰¹. Assim, essas atuações aconteceram de forma circular: o plano das narrativas serviu de sustentação para a sublevação dos sujeitos da diáspora boliviana no Brasil e para as convocações às manifestações de rua, as quais resultavam também na produção de materiais comunicacionais que eram repercutidos nas redes sociocomunicacionais e digitais, reforçando as pautas levantadas e dando maior visibilidade às narrativas contra-hegemônicas apresentadas.

Fillieule e Tartakowsky (2015) defendem que as manifestações de rua são um importante instrumento do fazer político, assegurando uma participação direta por parte dos manifestantes. As atuações nas ruas, segundo os autores, somam-se àquelas nos ambientes digitais, operando de maneira complementar e coordenada. As manifestações de rua promovidas pelos ativistas bolivianos no Brasil foram convo-

100 Popularmente chamadas pelo termo anglófono “lives”.

101 Nas manifestações, foram transmitidos também episódios de violência policial na Bolívia.

cadadas por diversos meios, incluindo as redes sociais digitais, e, nesse sentido, os materiais convocatórios são também materiais sociocomunicacionais. Além de seu propósito prático de ação política direta, as manifestações serviram de base também para a circulação e produção de narrativas contra-hegemônicas, assim como se converteram em outros materiais comunicacionais – fotos das manifestações, vídeos de discursos nos atos etc., que reforçaram e se integraram ao conjunto de contranarrativas produzidas pelos ativistas.

As manifestações de rua foram convocadas pelos bolivianos no Brasil com maior intensidade (em termos de frequência e de volume de manifestantes) em dois períodos: em novembro de 2019, nos dias 17 e 24, poucos dias após a renúncia de Morales e a ascensão de Áñez ao poder, e no período que precedeu as eleições presidenciais bolivianas de outubro de 2020, convocadas pelo governo Áñez. As manifestações surgiram com demandas claras e bem definidas, de forma pontual e tática dentro da estratégia de luta política.

Nas manifestações do final de 2019, as reivindicações clamavam pela convocação urgente de novas eleições. Após pressão popular por parte dos ativistas bolivianos, no Brasil e em outros países, com presença significativa da diáspora boliviana, assim como da própria população na Bolívia, a presidenta interina Jeanine Áñez aceitou um acordo com representantes do MAS e da oposição, comprometendo-se a convocar novas eleições dentro de um período máximo de três meses. As eleições foram, de fato, convocadas, porém, com a pandemia de Covid-19 no ano de 2020¹⁰², as medidas de isolamento social e distanciamento foram utilizadas como argumentos por parte do governo Áñez para protelar por três vezes a realização das eleições presidenciais (ALMEIDA, 2021), estendendo assim o mandato do governo interino. As eleições, que haviam sido marcadas inicialmente para 3 de maio de 2020, foram então realizadas no dia 18 de outubro do mesmo ano. Tais adiamentos também foram marcados por protestos para pressionar o governo Áñez: sindicatos de operários e camponeses na Bolívia instalaram barricadas em estradas como forma de protesto¹⁰³, gerando impactos no abastecimento de insumos médicos e nos preços de alimentos (ALMEIDA, 2021).

102 A pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2, popularmente conhecido como Covid-19, fez com que países do mundo inteiro adotassem medidas de distanciamento social como forma de contenção ao espalhamento da doença.

103 Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-08-15/partido-de-evo-morales-aceita-adiamento-das-eleicoes-enquanto-os-protestos-continuam-na-bolivia.html>. Acesso em: 13 set. 2021.

As manifestações dos ativistas bolivianos no Brasil, no período anterior às eleições presidenciais da Bolívia de outubro de 2020, assumiram ainda outro propósito: assegurar a participação de bolivianos residindo no exterior no processo de votação. As manifestações ocorreram após ameaças do governo Áñez contra a participação nas eleições de bolivianos residentes no exterior – direito assegurado pela Constituição da Bolívia. Nesse contexto, o local da manifestação de 2 de setembro de 2020 também foi pensado de maneira estratégica, tendo sido realizada em frente ao consulado da Bolívia em São Paulo, cobrando que os representantes dos interesses dos bolivianos no Brasil defendessem, efetivamente, os anseios desses sujeitos. A pauta era voltada à defesa do direito constitucional dos bolivianos residentes no exterior de participarem das eleições presidenciais da Bolívia, e direcionada aos representantes consulares bolivianos (ALMEIDA, 2021). A pressão popular e as articulações realizadas por atores do ativismo transnacional de bolivianos no Brasil e em outros países (como Argentina e Espanha), contribuíram para que fosse mantida a participação de bolivianos residindo no exterior no processo de eleição presidencial boliviana (ALMEIDA, 2021).

ANÁLISE DE MATERIAIS COMUNICACIONAIS DO MOVIMENTO ATIVISTA DE BOLIVIANOS NO BRASIL CONTRA O GOLPE DE ESTADO DE 2019 NA BOLÍVIA

A atuação política dos ativistas bolivianos no Brasil deu-se em diferentes campos, de forma complementar e articulada. O método mais amplamente utilizado foi a formação e adensamento das redes sociocomunicacionais e tecnológicas, utilizadas para a transmissão de mensagens e materiais – em formatos como vídeo, foto, texto, áudio. Os ativistas constituíram uma rede de narrativas e leituras próprias acerca da situação política na Bolívia para contrapor os discursos do governo Áñez. Essa rede também foi usada para a organização e articulação ativista, servindo para a promoção e organização das manifestações de rua, outra importante frente de disputa.

Desse modo, para a análise das narrativas de bolivianos no Brasil no contexto do golpe da Bolívia, identificamos três dimensões comunicacionais trabalhadas pelos ativistas transnacionais: (1) a produção de narrativas contra-hegemônicas; (2) a denúncia das narrativas hegemônicas; (3) a convocação à ação e mobilização. Frisamos também que a *convocação à ação e mobilização* pode se referir tanto à ação

política direta como a convocação para participação de manifestações de rua quanto, por exemplo, às convocações para a produção de materiais comunicacionais e sua difusão em canais de comunicação etc. Valemo-nos aqui destas dimensões para uma categorização dos materiais comunicacionais compartilhados por ativistas transnacionais bolivianos no Brasil¹⁰⁴. A seguir, identificamos tais dimensões a partir da análise de três diferentes materiais sociocomunicacionais coletados do canal aberto de Telegram da Prensa Wiphala.

O primeiro material analisado é uma mensagem em formato de texto difundida pela Prensa Wiphala em seu canal de Telegram às 22:43h¹⁰⁵ de 21 de novembro de 2019.

Destacamos aqui a primeira dimensão de nossa análise, que se refere à construção narrativa contra-hegemônica proposta pelos ativistas, em um duplo movimento também de desconstrução da narrativa hegemônica e legitimada por agentes do governo Añez. São colocados tensionamentos, indicando que os números de mortos no massacre poderiam ser maiores do que aqueles divulgados pelo Ministério da Defesa. É citada a fala de Nadia Cruz, Defensora do Povo da Bolívia, apontando que haveria 11 mortos e mais de 30 feridos. No texto, é colocado que esses números poderiam ser ainda maiores, tendo em vista a existência de denúncias por parte de manifestantes afirmando terem visto corpos de civis sendo levados por agentes de segurança.

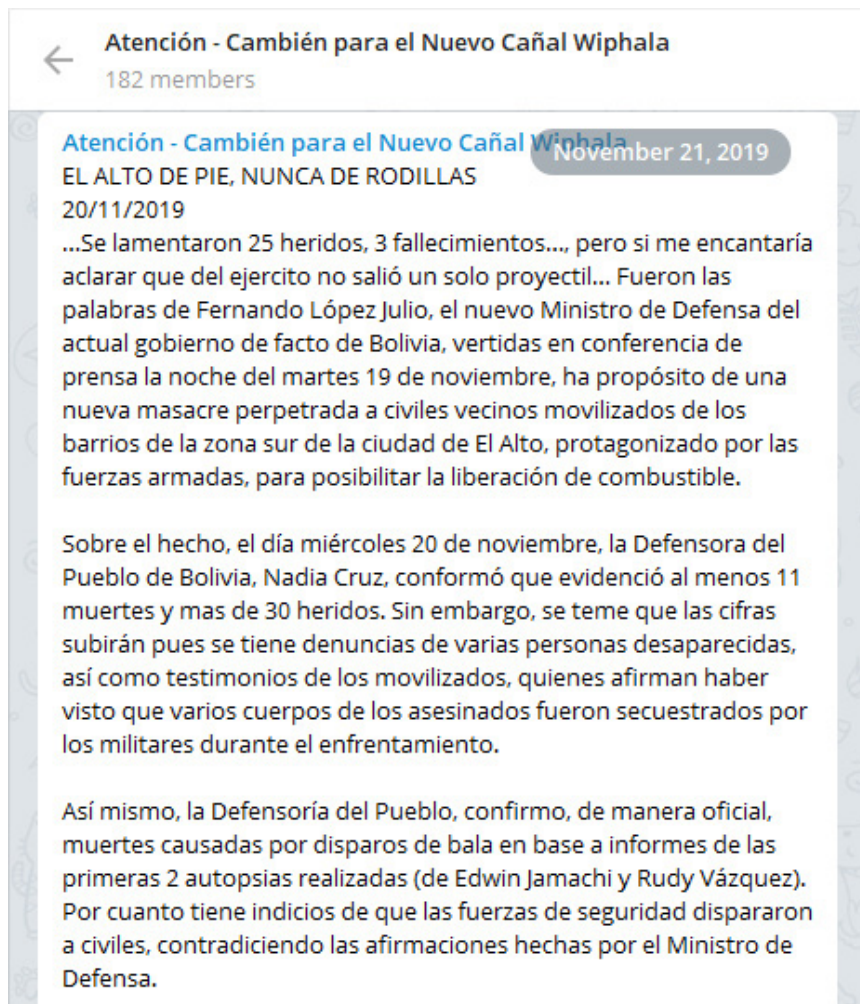
O material em questão é um texto de autor anônimo tratando do massacre perpetrado pelas Forças Armadas contra a população civil em Senkata – na cidade de El Alto, na Bolívia –, no dia 19 de novembro de 2019. O início do texto contém transcrições de falas do então novo Ministro da Defesa da Bolívia, Fernando López Julio, proferidas em uma coletiva de imprensa na noite do massacre. O Ministro, apesar de lamentar pelas 25 pessoas feridas e pelas 3 mortas, disse também que “gostaria de esclarecer que do exército não saiu um só projétil”¹⁰⁶. A partir daí, instaura-se uma disputa acerca da leitura dos fatos na medida em que o texto denuncia as contradições e incongruências de tais falas, afirmando que o massacre de Senkata foi protagonizado pelos agentes das Forças Armadas.

104 Para análises de outros materiais, entrevistas e metodologias complementares de pesquisa, e para um maior aprofundamento referente às dimensões de análise aqui citadas, conferir nosso trabalho de dissertação (ALMEIDA, 2021).

105 Horário de Brasília.

106 Tradução nossa, do original: “*pero si me encantaría aclarar que del ejercito no salio un solo proyectil*”.

Figura 1: Trecho do material de análise nº1, de 21 novembro de 2019, tratando do massacre em Senkata Mensagem coletada do grupo de Telegram da Prensa Wiphala.



← **Atención - Cambiën para el Nuevo Cañal Wiphala**
182 members

Atención - Cambiën para el Nuevo Cañal Wiphala November 21, 2019

EL ALTO DE PIE, NUNCA DE RODILLAS
20/11/2019

...Se lamentaron 25 heridos, 3 fallecimientos..., pero si me encantaría aclarar que del ejercito no salió un solo proyectil... Fueron las palabras de Fernando López Julio, el nuevo Ministro de Defensa del actual gobierno de facto de Bolivia, vertidas en conferencia de prensa la noche del martes 19 de noviembre, ha propósito de una nueva masacre perpetrada a civiles vecinos movilizados de los barrios de la zona sur de la ciudad de El Alto, protagonizado por las fuerzas armadas, para posibilitar la liberación de combustible.

Sobre el hecho, el día miércoles 20 de noviembre, la Defensora del Pueblo de Bolivia, Nadia Cruz, conformó que evidenció al menos 11 muertes y mas de 30 heridos. Sin embargo, se teme que las cifras subirán pues se tiene denuncias de varias personas desaparecidas, así como testimonios de los movilizados, quienes afirman haber visto que varios cuerpos de los asesinados fueron secuestrados por los militares durante el enfrentamiento.

Así mismo, la Defensoría del Pueblo, confirmo, de manera oficial, muertes causadas por disparos de bala en base a informes de las primeras 2 autopsias realizadas (de Edwin Jamachi y Rudy Vázquez). Por cuanto tiene indicios de que las fuerzas de seguridad dispararon a civiles, contradiciendo las afirmaciones hechas por el Ministro de Defensa.

Fonte: captura de tela elaborada pelos autores.

Figura 2: Trecho do material de análise nº 1, de 21 de novembro de 2019 tratando do massacre de Senkata Mensagem coletada do grupo de Telegram da Prensa Wiphala.

Ante esto, circularon por las redes sociales varios videos tomados por los propios movilizados, que desmienten tácitamente a la autoridad gubernamental. Dos en particular, en el primero se observa a francotiradores militares en posición de tiro disparando. El segundo, muestra a los vecinos de Senkata mostrando cartuchos 7.62 mm, que es el calibre de munición que utiliza las FFAA, recogidos del lugar donde ocurrieron los hechos.

..La perdida de vidas es irreparable, le pedimos (al gobierno) un diálogo fraterno, un diálogo sin persecución, un diálogo que respete la lucha de la gente que ha estado movilizada... Justicia es lo mínimo que el Estado debe darles, esclarecimiento de los hechos. No necesitamos exculpar de culpas antes... (Nadia Cruz Defensora del Pueblo de Bolivia)

La defensora del Pueblo, también denunció la ilegalidad del Decreto Supremo 4078, emitida por la autonombraada presidenta interina Janine Añez, que exime de toda responsabilidad penal a las fuerzas armadas y a la policía en las acciones violentas que están llevando contra el pueblo movilizado. Informó que esperan el tratamiento y postura del Tribunal Constitucional y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, sobre la vulneración de derechos que se pretende dejar con el Decreto Supremo.

Nuevamente demandó a la presidenta Añez, la derogación del mencionado D.S. y la desmilitarización del país en las tareas de seguridad interna, con el retiro inmediata de las FFAA de las calles.

Fonte: captura de tela elaborada pelos autores.

Nesse material analisado, as declarações oficiais da Defensoria Pública e do Ministério de Defesa são questionadas através da denúncia sobre a incongruência e legitimidade das informações do governo Añez. No texto, é citada também a declaração oficial da Defensoria que, com base em duas autópsias realizadas, afirmava que as mortes teriam sido causadas por disparos do Exército.

As falas de López Julio são confrontadas também por meio de materiais fotográficos e audiovisuais compartilhados nas redes de ativismo transnacional. Os manifestantes disseminaram fotos e vídeos de cartuchos de munição 7.62mm, calibre de uso exclusivo das Forças Armadas, encontrados em Senkata após o massacre. Tais evidências permitiram corroborar com outra versão dos fatos, indicando as violências perpetradas pelos agentes de segurança contra a população civil. As evidências mostradas em vídeos e fotografias realizados de maneira pulverizada, por diferentes manifestantes presentes nos locais dos massacres na Bolívia, abriram espaço para uma produção narrativa própria, que partiram desses manifestantes, ao mesmo tempo em que serviram para desafiar a trama das narrativas hegemônicas.

O segundo material de nossa análise é uma mensagem propagada em 21 de novembro de 2019, às 18:22h, também pelo canal do Telegram da Prensa Wiphala. A mensagem traz apenas o texto “Convite para [a manifestação de] 24/11. Àqueles que puderem organizar atos de solidariedade em suas cidades, podem nos enviar as imagens para publicarmos na #PrensaWhipala #BoliviaNoSeCala”¹⁰⁷. O texto é acompanhado de uma peça de divulgação do ato de rua que seria realizado dias depois, com informações sobre o local da manifestação, horário e melhores rotas para se chegar ao local. Os locais de partida mencionados no material são o terminal Parque Dom Pedro e a Praça Kantuta, espaços de São Paulo que concentram uma parte expressiva dos imigrantes bolivianos na cidade.

107 Tradução nossa do original: “Invitación para el 24/11. Quiénes puedan organizar actos de solidaridad en sus ciudades, nos pueden enviar las imágenes para publicar en #PrensaWhipala #BoliviaNoSeCala”.

Figura 3: conteúdo do material de análise nº 2, de 21 de novembro de 2019, utilizado para convocar os imigrantes bolivianos para uma manifestação de rua do dia 24 de novembro

COMITÉ BRASILEÑO DE SOLIDARIDAD AL PUEBLO BOLIVIANO Y CONTRA EL GOLPE

CONVOCA A LA COMUNIDAD BOLIVIANA RESIDENTE EM SÃO PAULO Y TODO EL PUEBLO BRASILEÑO PARA LA MARCHA EN DEFESA DE LA DEMOCRACIA Y DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE AMÉRICA LATINA

24
NOVIEMBRE

CONCENTRACIÓN A LAS 14H EN
AV. PAULISTA, 1578
EN FRENTE AO **MASP** (MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO)

¡EVO NO RENUNCIÓ, FUE GOLPE EN BOLIVIA!

¡ABAJO EL GOLPE EN BOLIVIA!
¡VIVA LA RESISTENCIA POPULAR!
¡FUERA IMPERIALISMO DE AMÉRICA LATINA!

¡Venga con su Whipala!

Cómo llegar al Masp (Próx. Metrô Trianon| Masp, línea verde):
El terminal do Parque Dom Pedro: Tomar línea 5|85-10 ou 5|11-10, bajar en la "Parada Av. Paulista" y caminar hasta el Masp
Saliendo de Kantuta: Caminar hasta la estación del metro Armênia y cambiar de líneas azul para la línea verde sentido V. Madalena y bajar en la estación Trianon| Masp

Fonte: Canal de Telegram da Prensa Wiphala.

Há também a indicação “Venha com sua Whipala^{108!}”¹⁰⁹. É importante notarmos que a bandeira Wiphala é um símbolo que foi amplamente utilizado para dar visibilidade aos povos andinos, maioria da população boliviana, e à sua cultura, especialmente em função dos ataques a esses grupos e à sua cultura promovidos por Jeanine Áñez desde sua posse¹¹⁰ ¹¹¹. A convocação foi, portanto, não apenas para a participação nas manifestações de rua e para a organização de outras manifestações independentes em outras cidades, mas também para a produção de materiais comunicacionais. A construção da Wiphala, como símbolo da luta contra a agenda de Áñez, evidencia esse caráter da manifestação, bem como o convite para o envio de fotografias de manifestações para serem publicadas. Articuladas às manifestações, observamos, assim, a produção de materiais sociocomunicacionais como fotografias, vídeos, *lives*, relatos em texto e outros formatos que materializaram narrativas contra-hegemônicas sobre o golpe.

O terceiro material que tomamos como objeto de nossa análise são fotos produzidas a partir das manifestações de rua do dia 17 de novembro de 2019. Nesta data, poucos dias após a renúncia de Evo Morales e a tomada de poder por Áñez, atores do ativismo transnacional boliviano no Brasil convocaram uma manifestação de rua na Av. Paulista, reunindo milhares de participantes e também agências de jornalismo nacionais e internacionais. Além dos sentidos próprios de um ato de rua – de coesão do grupo, reivindicação por pautas específicas etc. –, houve também desdobramentos: conforme observamos no material de análise nº 3, as manifestações foram convertidas também em materiais sociocomunicacionais no formato de fotografias.

108 Mantemos aqui a grafia tal como encontrada na mensagem. Em nosso texto utilizamos a grafia Wiphala. A Wiphala é uma das duas bandeiras que representam o Estado Plurinacional da Bolívia, e é um símbolo tradicional dos povos andinos.

109 Tradução livre. No original: “¡Venga con su Whipala!”.

110 Disponível em: <https://www.jornada.com.mx/2019/11/11/politica/008n2pol> . Acesso em: 30 ago. 2021.

111 Disponível em: <https://revistaforum.com.br/rede/extrema-direita-usa-deus-acima-de-todos-para-justificar-implantacao-de-novas-ditaduras-na-america-latina/> . Acesso em: 30 ago. 2021.

Figura 4: fotografias das manifestações de 17 de novembro de 2019 compartilhadas no canal de Telegram da Prensa Wiphala em 21 de novembro de 2019



Fonte: Canal de Telegram da Prensa Wiphala.

O texto que acompanha as imagens da manifestação indica: “Ato de Solidariedade realizado em 17 de novembro em São Paulo - Brasil. No próximo domingo, 24 de novembro, haverá outro”¹¹². A própria manifestação política foi transformada em material comunicacional e conteúdo para convocação a outra manifestação que seria realizada posteriormente. Há aí um duplo movimento. Por meio das manifestações de rua, as reivindicações das demandas populares e a ação política direta tomam forma material. Nessas manifestações, são também reforçadas as contranarrativas produzidas pelos ativistas e também as denúncias das narrativas hegemônicas. Além disso, nas próprias manifestações são produzidos outros materiais narrativos que demonstram coesão e legitimam os argumentos dos manifestantes, em um movimento de retorno, reforço e confirmação.

As imagens conferem legitimidade ao movimento e às narrativas contra-hegemônicas. O ato em si também se desdobra em outras formas de visibilidade do movimento. Por meio das coberturas jornalísticas, reivindica sua posição enquanto discurso legitimado pela mídia. Através das produções populares, das pessoas participantes, estas narrativas recebem a legitimidade do apoio popular, das produções múltiplas e pulverizadas a sustentar um conjunto coeso em uma rede de narrativas contra-hegemônicas. Ambas as formas de propagação conferem visibilidade a estas narrativas, e permitem que, dessa forma, outros apoiadores sejam atraídos à causa.

Em nossa compreensão, esses fluxos de comunicação – de produção, circulação, distribuição e consumo de narrativas contra-hegemônicas – permitiram rearranjar também os próprios referenciais, as relações que os atores estabeleceram entre si, assim como reconfiguraram o próprio plano do sensível. O regime da sensibilidade, isto é, o campo no qual se constroem os referenciais sensíveis comuns – a forma como percebemos e pensamos os outros, a nós mesmos, os contextos e as relações que se estabelecem entre estes pontos –, é atravessado e modificado também por estas imagens que foram produzidas, circuladas e consumidas em torno do ativismo transnacional de bolivianos contra o golpe.

A mobilidade, do trânsito incessante das migrações e das navegações virtuais dos internautas, nos traz o aparecimento das novas figuras de sensibilidade. E os fluxos que, como os dos migrantes que provocam desordens

112 Tradução nossa do original: “Acto de Solidariedad realizado en 17 de Noviembre en Sao Paulo - Brasil. El próximo domingo, 24 de Noviembre habrá otro”.

sociais e políticas na cidade, também são os fluxos de imagens, informação, das imagens, linguagens e escrituras virtuais, que desestabilizam a cultura letrada e escolar. (LOPES, 2018, p. 19-20).

Vale apontarmos o papel das TICs nas diversas etapas desse processo, dentre as quais temos a comunicação entre os articuladores destas manifestações, a convocação para as manifestações de rua, a comunicação entre os sujeitos participantes das manifestações, a produção e consumo de materiais sociocomunicacionais resultantes do ato de rua; e também a produção de novos materiais comunicacionais convocatórios para manifestações seguintes. Nessas múltiplas perspectivas de uso das TICs e através dos entrelaçamentos entre redes digitais, sociocomunicacionais e migratórias, os ativistas bolivianos no Brasil configuraram um campo de disputa política em torno do golpe de Estado na Bolívia.

Foi por meio dos usos e apropriações táticos dessas tecnologias de informação e comunicação que os ativistas transnacionais bolivianos conseguiram produzir conteúdos em diversos formatos – audiovisuais, em texto, áudio etc. À vista disso, foram esses materiais comunicacionais que contribuíram para a construção conjunta de toda uma leitura do contexto a partir de uma visada que buscava desestabilizar as versões sobre o golpe difundidas pelo governo interino de Jeanine Áñez, por órgãos como a OEA e por aparatos de reprodução e manutenção da hegemonia, como os grandes veículos de mídia bolivianos e internacionais. Os mesmos dispositivos utilizados pelos ativistas bolivianos para a produção dos materiais foram aqueles que serviram para sua circulação e seu consumo. As mesmas redes de compartilhamento dos materiais foram aquelas utilizadas para a mobilização política, para a construção de narrativas contra-hegemônicas e para a ocupação de espaços na disputa pela hegemonia.

Desse modo, foi possível observar a centralidade crescente da internet na comunicação e na organização do ativismo transnacional. Dispositivos como smartphones são essenciais não apenas no processo de circulação de conteúdos, mas para a própria produção de materiais em diversos formatos: filmagens de materiais audiovisuais, produção de imagens, de textos, arquivos de áudio. Servem, assim, como materiais não só informativos, ou necessários para o planejamento tático e estratégico dos atores do ativismo transnacional, mas também como peças de agitação e de convocação à ação política. Esses dispositivos operam também por meio da visualidade, da estética, dos afetos.

A partir da análise desses três materiais, compreendemos os seguintes processos de produção de narrativas próprias e contra-hegemônicas por parte dos atores do movimento de ativismo transnacional boliviano contra o golpe: a denúncia e desconstrução da narrativa hegemônica e oficial por parte do governo interino e de seus apoiadores; e a convocação à mobilização política direta – nas ruas, e também online.

Tais três eixos operaram de maneira complementar, produzindo atravessamentos entre os âmbitos de produção de narrativas, de desconstrução e desmobilização do discurso dos opositores políticos – no caso, do governo Áñez e seus apoiadores –, a partir da atuação política dos ativistas nas ruas e no ambiente digital. Há um caráter circular entre essas formas de atuação, com as manifestações de rua sendo transformadas em materiais sociocomunicacionais difundidos por meio das redes digitais, e com os discursos difundidos nessas redes sendo colocados como pautas e motivações das manifestações de rua.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise aqui proposta permitiu refletir sobre como os ativistas bolivianos fizeram usos das TICs para a organização, mobilização e agitação políticas no contexto da luta pela hegemonia no marco do golpe de Estado de 2019 na Bolívia. Esses sujeitos ativistas bolivianos atuaram, em âmbito transnacional, em três dimensões que se entrecruzam: produzindo narrativas contra-hegemônicas através de uma leitura dos fatos e de uma análise de conjuntura alternativas àquelas colocadas pelos aparatos de hegemonia; denunciando e desconstruindo tais narrativas produzidas e veiculadas com fins de manutenção desta hegemonia; e convocando os imigrantes bolivianos no Brasil tanto à mobilização política em diferentes frentes quanto à produção de conteúdo e de difusão por meio das redes sociais digitais, inclusive daquelas de veículos independentes como a Prensa Wiphala.

O papel de evidenciar inconsistências e contradições entre informações disseminadas por diferentes instâncias hegemônicas – do governo interino da Bolívia, dos discursos governamentais, oficiais e midiáticos – contribuíram para que os sujeitos ativistas acumulassem força para propagar leituras próprias acerca da conjuntura política da Bolívia – e, conseqüentemente, contribuíram para o fazer político destes atores. Destacamos também a perspectiva dessas narrativas buscarem identificar relações entre a luta política que travavam contra o governo Áñez e a realidade material vivida pelos bolivianos, além

de contrapõem informações do governo interino com documentações e dados estatísticos de entidades internacionais. Exemplos são os relatos que circularam no Telegram sobre os massacres de Senkata e Huayliani, em 19 de novembro de 2019, sobre os quais representantes oficiais do governo Áñez afirmaram que não houve uso de força letal por parte das forças policiais, e que os manifestantes civis se comportavam de modo hostil, promovendo ataques violentos contra os agentes de polícia. As versões registradas – em vídeo, texto, fotografias – e compartilhadas por diversos manifestantes bolivianos que estavam presencialmente nos conflitos demonstravam o uso de força letal por parte da polícia, o que resultou em civis mortos, feridos e desaparecidos, além de evidenciar como cartuchos de munição 7.62mm – utilizada pelas Forças Armadas – foram encontrados nas áreas onde estavam os atiradores policiais durante os conflitos. Esses relatos permitiram tanto uma construção narrativa própria de oposição como uma denúncia das narrativas oficiais e hegemônicas em favor do governo Áñez.

As manifestações populares convocadas por coletivos de imigrantes bolivianos são outro exemplo dos usos que fizeram das TICs para constituir, através das redes digitais, um circuito de produção, circulação e consumo de materiais convocatórios. A produção imagética que fizeram do “acontecimento” das mobilizações de rua – vídeos e fotografias das pessoas em marcha, ostentando cartazes de oposição ao golpe, engajadas no movimento de resistência – compuseram uma urdidura narrativa complexa de resistência ao golpe de Estado na Bolívia. Dispositivos como os smartphones e outras TICs permitiram uma forma de produção difusa, construída por inúmeros atores, sendo utilizados simultaneamente como instrumentos de produção dos materiais audiovisuais e como plataformas para sua disseminação e consumo. O protesto de bolivianos contra o golpe realizado em 17 de novembro de 2019 no Brasil, por exemplo, contou com materiais de convocação divulgados por meio das redes digitais. Os vídeos e fotografias da manifestação circularam nos canais das redes de ativismo transnacional, comunicando sobre o ato e a mobilização dos atores bolivianos no Brasil aos bolivianos residentes na Bolívia, bem como em outros países nos quais também ocorreram mobilizações – como na Argentina, em 11 de novembro, e na Venezuela, no dia 12 do mesmo mês¹¹³.

113 Disponível em: <https://www.telesurtv.net/multimedia/marchas-america-latina-apoyo-evo-morales-bolivia-20191112-0020.html>. Acesso em: 30 mar. 2021.

Os ativistas transnacionais bolivianos fizeram usos das TICs de modo a promover formas de ação coordenadas contra o golpe de Estado instaurado em 2019, construindo narrativas próprias acerca das movimentações sociais e políticas dentro e fora da Bolívia, denunciando discursos construídos pelos aparatos de reprodução do discurso hegemônico do governo Áñez, e articulando atores ativistas para além das fronteiras do país de origem. Constituíram, dessa maneira, redes transnacionais de atuação política contra-hegemônica que articularam fluxos migratórios, tecnológicos e sociocomunicacionais. Compreendemos, desse modo, que as TICs tiveram papel central nestes modos de atuação política, e possibilitaram formas de luta complementares articuladas pelos usos das redes digitais e das ruas no fazer político.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Gabriel S. **Comunicação e ativismo transnacional de bolivianos no Brasil**: mobilizações políticas e narrativas contra-hegemônicas no marco do golpe de Estado na Bolívia em 2019. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, ESPM. São Paulo, 2021. 233p. Disponível em: <https://tede2.espm.br/handle/tede/571>. Acesso em: 7 out. 2021.

BRIGNOL, Liliane Dutra; COGO, Denise; LAGO MARTÍNEZ, Silvia. REDES: dimensión epistemológica y mediación constitutiva de las mutaciones comunicacionales y culturales de nuestro tiempo. In: RINCÓN, Omar (Ed.); JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (Orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito, Equador: Ediciones Ciespal, 2019. p. 187-214.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

COGO, Denise. Brazilians in Spain: communication and transnational activism in a context of economic-political crisis. **Communication & Society**, [S. l.], v. 32, n. 4, p. 223-238, 2019. Disponível em: <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36763>. Acesso em: 12 set. 2021.

COGO, Denise. Redes migratórias transnacionais e comunicação cidadã. **Coletiva**, v. 23, p. 1-10, out-jan. 2018-2019. Disponível em: <https://www.coletiva.org/artigo-denise-cogo> Acesso em: 12 out. 2021.

COGO, Denise; OLIVERA, Mauricio Nihil. #NoNosVamosNosEchan – internet, ativismo em rede e narrativas dos novos emigrantes espanhóis. **Matrizes**, São Paulo, v. 11, n. 1, jan-abril, p. 165-187, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/122220> Acesso em: 12 set. 2021.

FILLIEULE, Olivier; TARTAKOWSKY, Danielle. **La manifestación: cuando la acción colectiva toma las calles**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2015.

GRAMSCI, Antonio. Quaderno 4 (XIII) 1930-1932. In: GERRATANA, Valentino (Org.). **Quaderni del Carcere**: Volume primo – quaderni 1-5: Edizione critica dell’Istituto Gramsci. Torino: Giulio Einaudi editore, 1977a. p. 417-536.

GRAMSCI, Antonio. Quaderno 6 (VIII) 1930-1932. In: GERRATANA, Valentino (Org.). **Quaderni del Carcere**: Volume secondo – quaderni 6-11: Edizione critica dell’Istituto Gramsci. Torino: Giulio Einaudi editore, 1977b. p. 683-847.

HEGEMONIA. In: DICIONÁRIO gramsciano (1926-1937). São Paulo, SP: Boitempo Editorial, 2017. p. 365-368.

IDROBO, Nicolás; KRONICK, Dorothy; RODRÍGUEZ, Francisco. Do shifts in late-counted votes signal fraud? Evidence from Bolivia. **SSRN**, 7 jun. 2020. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3621475>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA – INE. **Principales resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2012 (CNPV 2012)**. La Paz, Bolívia: INE, 2013.

LAGO MARTÍNEZ, Silvia. Internet y cultura digital: la intervención política y militante. **Nómadas**, [S. l.], n. 28, p. 102-111, abr. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105116292010.pdf> . Acesso em: 12 set. 2021.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, [S. l.], n. 43, p. 14-23, set-dez, 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/81160>. Acesso em: 12 set. 2021.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

NOORUDDIN, Irfan. **Updated Comment on the 2019 Bolivia Presidential Election and OAS Statistical Analysis**. [S. l.]: 2020.

ORGANIZATION OF AMERICAN STATES – OAS. **Electoral Integrity Analysis**: General Elections in the Plurinational State of Bolivia: October 20, 2019: Final report. October 20, 2019. Disponível em: <https://www.oas.org/fpdb/press/Audit-Report-EN-vFINAL.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

WILLIAMS, Jack R.; CURIEL, John. **Analysis of the Quick Count in the 2019 Bolivia Election**. 2020.

USE A REDE A SEU FAVOR: O EMPODERAMENTO FEMININO NA DINÂMICA COMUNICACIONAL DA COMUNIDADE VIRTUAL MODICES

Bianca Maciente Colvara

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
bianca_colvara@hotmail.com

Soraya Maria Vieira Ferreira

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
sovferreira@gmail.com

INTRODUÇÃO

A interação é um elemento fundamental para a formação de redes sociais na internet, possibilitando que diferentes indivíduos conversem uns com os outros e formem grupos, as comunidades virtuais. Entretanto, para se alcançar a conexão, é necessário ir além. Usuários, plataformas, algoritmos, *big techs*, marcas e empresas, investidores, legisladores – todos esses elementos influenciam a maneira como nos conectamos e socializamos.

O “novo” ambiente digital intercala múltiplas telas, com formas de participação, interação e consumo ubíquos. Permite-nos estar ao mesmo tempo vendo, compartilhando, criticando. Sempre em tempo real, presente, habitando, assim, diferentes espaços. Como resultado,

temos fluxos informativos mais híbridos, fluídos e conectados. Surgem, assim, formas ainda não pensadas de atuar e dinamizar as redes. Enfim, diferentes arquiteturas comunicacionais emergem, atingindo várias dimensões, e a profissional é uma delas. Profissões desapareceram e outras vão surgindo, misturando fazeres e modos de comunicar. Como nos explica Salaverría (2003 *apud* SCOLARI, 2009, p. 47), o novo contexto comunicacional desencadeia transformações empresariais, tecnológicas, comunicacionais e, sobretudo, profissionais. Isso implica mudanças e transformações nos meios, nos próprios comunicadores e nas linguagens que emergem desse contexto.

Quando os primeiros blogs foram criados, no final dos anos 90, ainda não era possível imaginar tais transformações. Tomando como exemplo as blogueiras de moda, depois de uma longa etapa de profissionalização, detalhada por Karhawi (2020), elas chegaram a um lugar de reconhecimento e visibilidade. Hoje, são inclusive mais conhecidas como “influenciadoras digitais”. O termo contempla as produtoras de conteúdo que não se limitam ao blog ao YouTube (as *youtubers*), e utilizam também as plataformas de sociabilidade, como Facebook, Instagram, Twitter e TikTok. Cada uma dessas plataformas busca deslocar a atenção do usuário para si mesma, através de constantes atualizações das dinâmicas de produção e difusão de conteúdo. Essa corrida pela atenção também evidencia o avanço da plataformação, e o surgimento de, cada vez mais, novos formatos e possibilidades de conteúdo. Da mesma forma, o fluxo informativo também é modificado, expandindo-se especialmente entre plataformas e redes sociais digitais.

Considerando o protagonismo midiático dos influenciadores digitais e o avanço e popularização das plataformas de sociabilidade, neste capítulo, apresentamos as dinâmicas comunicacionais adotadas por esses atores sociais, que muitas vezes levam, também, à consolidação de uma comunidade virtual em torno de si mesmos. Nos debruçamos especialmente sobre a performance da influenciadora digital Carla Lemos, considerada por Karhawi (2020) uma das precursoras da blogosfera de moda com seu blog Modices, a partir da qual questionamos como a temática do empoderamento feminino é incluída em tal dinâmica e colabora para a manutenção da comunidade Modices.

A trajetória de Carla Lemos tem nos chamado a atenção, desde 2019, pelo modo como ela tangenciava e interagia, naquele momento, com seus seguidores; e pelo modo como se desenvolviam as dinâmicas comunicacionais adotadas por ela em seus sites de redes sociais. De lá para cá, continuamos averiguando como estas práticas da influenciadora foram se dando e, recentemente, seguindo a leitura

pelas extremidades (MELLO, C., 2008)¹¹⁴, identificamos um movimento de estabilização do objeto: Carla Lemos deixa de estar à margem e passa a ocupar um lugar de centro, de destaque. O movimento ao centro pode parecer abstrato inicialmente, mas é possível relacioná-lo, por exemplo, às mudanças editoriais de conteúdo, e às motivações de seu trabalho – as parcerias publicitárias com grandes marcas.

Mesmo com essa transição, e talvez por causa dela, consideramos Carla Lemos um objeto de estudo de interesse, sobretudo pelas dinâmicas adotadas por ela enquanto blogueira e, mais tarde, influenciadora digital. Entretanto, neste momento, trataremos de sua fase “pré-estabilização”, mais especificamente em 2019, focando especialmente na escolha editorial de conteúdo dentro da comunidade Modices¹¹⁵.

A investigação parte da compreensão das redes sociais digitais, apontando para novas possibilidades de conexão, dadas, sobretudo, pelas plataformas de sociabilidade. Discutimos, também, o papel do público dentro desse cenário, e como a cultura da participação contribui para uma reconfiguração do fluxo informativo. A conexão e participação nos ajudam, assim, a compreender o movimento de protagonismo do público e, conseqüentemente, a dinâmica de circulação do conteúdo digital.

Empiricamente, nos valem ainda de uma metodologia mista, que alia o estudo de caso (YIN, 2001) à análise de conteúdo (BARDIN, 1998), na tentativa de identificar, classificar e analisar os conteúdos considerados como de “empoderamento feminino”. Ao final, descrevemos como essa temática foi abordada por Carla Lemos durante o período, avaliando sua importância para a dinâmica comunicacional da comunidade Modices.

REDES SOCIAIS E COMUNIDADES VIRTUAIS

Inicialmente, tomamos como base o trabalho de Recuero (2014), para quem as redes sociais digitais podem ser compreendidas como um tipo de relação que estabelecemos no ambiente do ciberespa-

114 De forma geral, um objeto na sua extremidade combina sistemas discursivos que não são próprios dele mesmo. Ao fazer isso, desencadeia um processo de assimilação signica, em que os outros signos e linguagens são incluídos ao seu próprio sistema discursivo, criando assim um objeto transformado. Ver mais em MELLO, C. (2008).

115 O Modices foi um site e blog de moda criado em 2007 por Carla Lemos. De acordo com relatos de Lemos, as discussões sobre moda e beleza já aconteciam muito antes, em seu Fotolog e em comunidades do Orkut. Posteriormente, o Modices se expandiu para outras plataformas. A “comunidade Modices” é como as autoras se referem ao grupo de fãs e seguidoras do site, em referência às comunidades virtuais.

ço, marcada pela formação de laços sociais entre diferentes atores, e unidas por uma troca de valores e informações em comum.

Recuero (2014) faz a distinção entre as redes sociais como relações, e os sites de redes sociais, plataformas ou “locais” específicos na internet que possibilitam esses encontros. De acordo com a autora, a possibilidade de conexão entre uma rede social digital é dada pela interação entre os atores sociais que estão no ciberespaço. É necessário que haja uma troca entre eles, levando à formação de laços fortes, para que essa conexão se estabeleça. Um elemento fundamental nesse processo é o capital social.

Ainda nos valendo da leitura de Recuero (2014), entendemos que

[o] capital social é pensado como constituído de recursos coletivamente construídos relacionados ao pertencimento da rede, valores esses que podem ser individualmente apropriados. Assim, fazer parte de uma rede social é relevante para um determinado ator porque este tem acesso a recursos construídos pelo grupo, como, por exemplo, informações que lhe sejam relevantes (que a rede faz circular), ou mesmo a apoio social ou acesso a normas que regem o grupo e as interações. [...] Por conta disso, o capital social é um valor coletivo, de que os atores podem se apropriar e transformar. (RECUERO, 2014, p. 136).

Assim, entendemos que as redes sociais são formadas por atores que se conectam entre si através de valores compartilhados. Quanto mais capital social circula entre os indivíduos, mais forte sua conexão.

As comunidades virtuais, por sua vez, estão também relacionadas à conexão entre os atores sociais. Da mesma forma como nos reunimos fisicamente, também o fazemos em ambiente digital. As comunidades virtuais tendem a reunir indivíduos que compartilhem de valores, ideais e gostos em comum, formando um conjunto de preferências alinhadas (RECUERO, 2001; 2005). Formamos as comunidades virtuais a partir das redes sociais que estabelecemos no ciberespaço. Ou seja, encontramos nossos pares – com gostos e preferências similares às nossas –, nos reunimos junto a eles, e estabelecemos uma relação de grupo, coletiva.

Um elemento fundamental, entretanto, para a conexão é a interação. Aqui, vale retomarmos o que Primo (2000) e Ribeiro e Marchiori (2008) sugerem de que a interação no contexto das redes sociais digitais seja mútua, natural, espontânea. A interação representa

a possibilidade de um diálogo fluido (RIBEIRO; MARCHIORI, 2008). Dentro de uma comunidade, é fundamental que os membros conversem entre si e estabeleçam um diálogo genuíno.

O diálogo é uma exigência existencial, portanto não pode ser resumido a um ato de transferir ideias de um indivíduo para outro. Ele é o encontro solidário e reflexivo dos sujeitos empenhados na transformação social e na humanização. Assim fica evidente nessa abordagem que a interação e a interatividade são possibilidades para que ele se estabeleça numa dimensão criadora entre as diferentes vozes, para a interpretação dos sentidos e para a construção coletiva do pensamento. (RIBEIRO; MARCHIORI, 2008, p. 6).

Na perspectiva das autoras (RIBEIRO; MARCHIORI, 2008), a interação está relacionada à interlocução. Ou seja, os indivíduos trocam mensagens, mas definem juntos os significados, em diálogo proporcionado pela interação.

Considerando a importância do diálogo na manutenção das relações, inclusive daquelas em ambiente digital, Kent e Taylor (1998; 2002) sugerem o *looping dialógico*, com cinco preceitos fundamentais para orientar o diálogo entre uma organização e os membros de sua comunidade. Apesar do enfoque organizacional, acreditamos que os cinco preceitos de Kent e Taylor podem também ser aplicados no contexto deste capítulo, já que a influenciadora digital Carla Lemos é uma profissional que precisa também manter um diálogo com sua comunidade de fãs e seguidores. Para isso, a dupla de pesquisadores chama a atenção para: a propinquidade – equilíbrio entre o que o público deseja, e o que é possível lhe dar; a empatia – estar aberto e saber ouvir o público; a mutualidade – estar junto ao público em colaboração; a tomada de riscos – é inerente ao diálogo, se abrir para a interação é se colocar em posição de vulnerabilidade; e, por fim, o compromisso – o desejo genuíno de conversar, estar aberto ao público para ouvi-lo (KENT; TAYLOR, 2002).

Ao assumirmos esses cinco preceitos durante a interação com nossa comunidade, estamos mais próximos de efetivamente dialogar e interagir com nossos pares e, assim, estreitar os laços e conexões.

Como notado mais cedo, diálogo não é sobre o “processo” usado, mas sobre os produtos que surgem – confiança,

satisfação, simpatia, etc. Entretanto, “os procedimentos” da comunicação dialógica são o primeiro passo necessário para uma comunicação ética. O público não devia ser visto pelas organizações como “os outros”, ao invés disso, deveria ser “público central”¹¹⁶. (KENT; TAYLOR, 2002, p. 32, tradução nossa).

Podemos considerar, assim, que as comunidades virtuais representam a reunião de indivíduos que compartilham ideias, valores e objetivos em comum. Essa união se dá, principalmente, pela interação e o diálogo, que promovem a circulação do capital social e geram também a conexão entre os membros. Como veremos adiante, Carla Lemos busca estabelecer a interação com sua comunidade virtual especialmente através do tipo de conteúdo que compartilha. A influenciadora se dedica à moda, beleza e empoderamento feminino, atendendo a interesses próprios, e do grupo de fãs do Modices. Se o capital social pode ser entendido como informações relevantes que circulam entre os membros de uma comunidade, o conteúdo de Carla Lemos é o que estimula a interação e a conexão entre os membros da comunidade Modices.

Em pesquisas mais recentes, autores como Van Djick (2016) têm considerado a conexão e a relação entre diferentes atores sociais como produtos das “plataformas de sociabilidade” (VAN DJICK, 2016, p. 24). Esse conceito vem sendo adotado para se referir aos aplicativos de mídia que proporcionam o acesso a determinados serviços, em sua maioria relacionados à circulação de dados e informações pessoais dos usuários – como é o caso de Instagram, Twitter e Facebook, por exemplo (VAN DJICK, 2016).

A autora compreende as plataformas como “formações sociotécnicas”, ou seja, entende que a conexão nesses aplicativos ou sites, não se baseia somente em usuários e máquinas, mas vai além, e considera também o conteúdo; a tecnologia; e suas estruturas socioeconômicas, como governança, propriedade e mercado (VAN DJICK, 2016, p. 53).

Assim, entendemos que as plataformas de sociabilidade possibilitam a formação das redes sociais e comunidades virtuais. Entretanto, outros elementos estão envolvidos nesse processo e, consequentemente, modificam o fluxo comunicacional. Se achávamos que a informação circula de um indivíduo para outro sem interrupções, a

116 Do original: “As noted earlier, dialogue is not about the ‘process’ used, it is about the products that emerge – trust, satisfaction, sympathy, etc. However, dialogic communication ‘procedures’ are a necessary first step toward ethical communication. Publics should not be thought of by organizations as ‘others’, rather, public relations should be ‘public centered’”.

partir da perspectiva de Van Djick (2016), consideramos que o próprio fluxo pode ser modulado, a depender de como a plataforma é programada para distribuir as informações.

Cientes da lógica das plataformas, ainda é válido refletir sobre o papel do público dentro do fluxo comunicacional. Afinal, o indivíduo tem possibilidades de escolha sobre o que consome e, mais ainda, sobre o que compartilha com sua rede.

Antes de os algoritmos se tornarem um elemento-chave, em *A cultura da conexão*, Jenkins, Ford e Green (2014) sugeriram que a conexão em rede reconfigurou o modelo tradicional de distribuição para um modelo de circulação, em que os polos de produção e distribuição de conteúdo são fluidos, sem delimitações. Nesse contexto, os indivíduos que tecem as redes sociais e comunidades virtuais, deixam de ser apenas consumidores de informação, tornando-se também difusores e até produtores de conteúdo. A “cultura ligada em rede” propõe a rede como um meio de circulação de informações, em que

[t]udo isso sugere um mundo em que os cidadãos contam uns com os outros para passar adiante peças significativas de informação, notícias e entretenimento, em geral muitas vezes no decorrer de um único dia. Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões quando escolhem difundir algum texto na mídia [...]. Quando uma pessoa ouve, lê ou vê conteúdos compartilhados, ela pensa não apenas – e muitas vezes nem principalmente, no que os produtores podem ter desejado dizer com aquele material, mas no que estava tentando lhe comunicar quem o compartilhou com ela. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 37).

A perspectiva dos autores aponta para um protagonismo dos indivíduos durante o processo de circulação de conteúdo, desde a produção, até a propagação. Isso explicaria, por exemplo, a efervescência dos blogueiros e vlogueiros no início dos anos 2010. Naquele momento, valendo-se das mídias disponíveis, os indivíduos encontraram formas de se conectar e trocar informações. Como vimos, mais tarde, com o desenvolvimento de novos meios, especialmente as plataformas de sociabilidade, as formas de compartilhar conteúdo também foram modificadas – bem como as “regras do jogo”, que agora incluem os algoritmos e, até mesmo, novas ten-

dências comunicacionais¹¹⁷.

Dentro dessa nova lógica, a participação do público ainda é importante. Em *A Cultura da participação*, Shirky (2011) já questionava os meios, motivos e oportunidades que possibilitavam e incentivavam o público a participar ativamente dos processos de produção e distribuição de conteúdo; indo até mesmo além e refletindo sobre o indivíduo que deixava de ser o consumidor e se transformava, ele mesmo, em um produtor. O que vemos agora, com as plataformas de sociabilidade, é um aumento desse interesse, como se, com mais plataformas – mais espaço –, temos também mais pessoas produzindo, e mais conteúdo para consumir. Os indivíduos querem participar, e querem também criar e compartilhar suas criações. Estamos conectados, mas queremos fazer parte da experiência conectiva.

Assim, incentivados pela cultura da participação, dispomos de meios e plataformas; seguimos motivações próprias, intrínsecas ou extrínsecas; e reconhecemos as oportunidades para trocar e compartilhar informações. A internet e as mídias digitais, de acordo com Shirky (2011), dão-nos meios, motivos e oportunidades para participar e produzir algo novo.

Entretanto, quando pensamos em um influenciador digital, o sucesso vem da conexão – a quantas pessoas aquele conteúdo consegue alcançar. Os indivíduos, dentro de suas redes sociais digitais e comunidades virtuais, compartilham as informações que consideram valiosas. Estabelecem, assim, um fluxo expandido, que rompe com os papéis de emissor e receptor, sem um sentido fixo ou definido: “[o] novo fluxo é ubíquo, descentralizado e distributivo. É um fluxo que tem como principal característica a conectividade” (MELLO, L., 2019, p. 53). O fluxo expandido representa, então, um novo modelo de circulação de conteúdo, que se dá para além da relação homem-máquina-homem, considerando também os elementos que estão no meio desse processo – o algoritmo continua sendo o exemplo mais comum e de fácil apreensão.

Com o incentivo à participação e à criação de conteúdo, concomitante à quebra das lógicas de produção e distribuição, notamos despontar um novo perfil profissional, o influenciador digital. Vejamos a seguir quem é esse profissional.

117 Com a chegada de novas plataformas, como por exemplo o TikTok, a disputa pela atenção do usuário aumenta. Os influenciadores digitais buscam, assim, ocupar todos os espaços que lhes garantem visibilidade, obedecendo também à lógica de tal plataforma. No TikTok as “dancinhas” são famosas, e pouco a pouco, chegaram também na rede ao lado, o Instagram. Ver mais em Neiva (2021).

CARLA LEMOS INFLUENCIADORA DIGITAL

De acordo com Karhawi (2017), o termo “influenciador digital” passou a ser popularmente utilizado no Brasil a partir de 2015, para descrever indivíduos que utilizam as novas mídias para produzir e compartilhar conteúdo. O influenciador digital, segundo Karhawi (2017), seria uma nova versão dos já conhecidos blogueiros e vlogueiros, entretanto em novas plataformas, como o Instagram e o Twitter.

Em seu livro *De blogueira a influenciadora* (2020), a pesquisadora Karhawi narra a trajetória de profissionalização das blogueiras de moda, até chegarem ao atual status de influenciadoras digitais. Durante esse percurso, elas passam por etapas de legitimação, institucionalização e, finalmente, profissionalização. Durante essa trajetória, a pesquisadora observa um período de transição midiática, marcado sobretudo pela chegada do Instagram ao ecossistema midiático. O boom da plataforma também ocorre em escalada: primeiro uma aproximação entre as blogueiras e o Instagram; e só depois a utilização profissional da plataforma.

A primeira percepção das blogueiras em relação ao Instagram foi a possibilidade da rede servir como um complemento para o blog. [...] A chegada do Instagram começa a revelar algumas habilidades profissionais necessárias para a prática das blogueiras de moda. Ser produtor de conteúdo na rede é premissa para se exigir do profissional adaptação e inovação constantes. (KARHAWI, 2020, p. 175-177).

Dentre as blogueiras as quais a autora faz referência está Carla Lemos, do blog Modices, nosso objeto de estudo. A blogueira passou por todas as etapas de profissionalização e hoje é considerada uma influenciadora digital: “[t]ornar-se um influenciador digital é percorrer uma escalada: produção de conteúdo; consistência nessa produção (tanto temática quanto temporal); manutenção de relações, destaque em uma comunidade e, por fim, influência.” (KARHAWI, 2017, p. 59).

A autora argumenta que o influenciador digital não é apenas uma figura midiática de sucesso. Muito além disso, a alcunha hoje se refere à uma prática comunicacional, e deve ser cuidadosamente analisada como tal:

[u]m influenciador digital é um perfil profissional no campo da Comunicação. Não se trata apenas de um sujeito que tem relevância no ambiente digital e que consegue criar hubs ao seu redor. Influenciador digital dá nome a uma prática profissional que está atrelada a relações com marcas, empresas e pessoas convertidas em ganhos monetários. (KARHAWI, 2017, p. 60).

Considerando esse escopo profissional dos influenciadores digitais, nós nos voltamos para o fenômeno que aqui estamos tratando – o perfil de Carla Lemos. O seu blog, Modices, foi criado 2007 e, posteriormente, evoluiu para um site. Acompanhando os avanços e tendências da comunicação, sobretudo no ambiente digital, Carla Lemos expandiu seu trabalho para outras plataformas. Desde 2020, o site do Modices está fora do ar, e Carla Lemos utiliza o Instagram como uma das principais plataformas para o contato com a comunidade, através dos perfis @carlinha¹¹⁸ (antigo @modices) e @instadoape¹¹⁹. Em 2021, após a mudança de nome do seu perfil oficial, Carla Lemos criou um perfil específico para o Modices no Instagram, voltando com publicações também sob a alcunha de @modices¹²⁰. Além disso, a influenciadora mantém *feeds* ativos no Twitter (@carlinha¹²¹) e no Pinterest¹²²; e produz conteúdo também em áudio, no Spotify, onde estão disponíveis dois podcasts apresentados por ela, o Carla News¹²³ e o P.R.I.M.A.S¹²⁴, em parceria com a escritora Renata Corrêa. Em 2019, o conteúdo compartilhado na comunidade virtual do Modices foi transformado em um livro, o *Use a moda a seu favor*, sobre representatividade e empoderamento feminino, moda e beleza.

Como apontamos, as dinâmicas, pouco a pouco, implementadas por Carla Lemos têm merecido nossa atenção desde 2019. Aqui explicitamos que nosso interesse se volta, principalmente, pelo pioneirismo na produção de conteúdo digital, que começa com o Orkut e chega às plataformas mais atuais, como o Instagram; e que levou à formação da comunidade virtual formada pelos seguidores do Modices ao longo desses mais de 15 anos.

118 Disponível em: <https://www.instagram.com/carlinha/>. Acesso em: 4 nov. 2021.

119 Disponível em: <https://www.instagram.com/instadoape/>. Acesso em: 4 nov. 2021.

120 Disponível em: <https://www.instagram.com/modices/>. Acesso em: 4 nov. 2021.

121 Disponível em: <https://twitter.com/carlinha>. Acesso em: 4 nov. 2021.

122 Disponível em: https://br.pinterest.com/modices/_created/. Acesso em: 4 nov. 2021.

123 Disponível em: <https://tinyurl.com/2mwf3phj>. Acesso em: 4 nov. 2021.

124 Disponível em: <https://tinyurl.com/y764jk7b>. Acesso em: 4 nov. 2021.

Como uma blogueira de moda que se profissionalizou, passando pelas etapas de vanguarda, legitimação, institucionalização e profissionalização (KARHAWI, 2020), Carla Lemos foi objeto de nossos estudos anteriores, quando verificamos as dinâmicas que regem a comunicação da comunidade virtual Modices (COLVARA, 2019), já que o seu status de influenciadora digital mostra também um certo domínio das práticas em voga da comunicação no ambiente digital. Indo além, nesta pesquisa voltamos nosso olhar ao conteúdo compartilhado por Carla Lemos, especialmente aquele sobre empoderamento feminino – como essa temática faz parte de tal dinâmica comunicacional da comunidade Modices? A seguir, tentamos responder esse questionamento.

A COMUNIDADE VIRTUAL MODICES

Recorremos ao estudo de caso e à análise de conteúdo como metodologias de pesquisa, para averiguar como a temática do empoderamento feminino é trabalhada dentro da dinâmica comunicacional adotada por Carla Lemos. Buscamos, assim, ter dados para estimar como o tema está presente no Modices e, conseqüentemente, entre os membros da comunidade.

O estudo de caso é comumente utilizado quando buscamos compreender um fenômeno dentro de um contexto, auxiliando-nos a responder questionamentos do tipo “como” e “por quê” (YIN, 2001). Já a análise de conteúdo é uma abordagem quali-quantitativa. Ou seja, além de um levantamento sistemático dos dados, essa metodologia também requer nossa interpretação para alcançar resultados mais profundos com base nos dados coletados (BARDIN, 1998).

Acreditamos que a combinação das metodologias permite-nos analisar o comportamento midiático de Carla Lemos, observando não só a frequência de postagens, mas também as características do seu conteúdo. Acompanhamos os perfis do Modices nos sites de redes sociais gerenciados por Carla Lemos – Instagram e Twitter. À época da pesquisa inicial da autora, em 2019, estas eram ainda as principais plataformas de divulgação utilizadas pela blogueira. O site do Modices foi tirado do ar em 2020 e, com isso, o Instagram acabou se tornando a plataforma de trabalho oficial de Carla Lemos, como já mencionado anteriormente.

A partir da metodologia proposta, analisamos os perfis de Carla Lemos nos principais sites de redes sociais durante uma semana,

entre 09 e 15 de junho 2019. Como o volume de publicações foi alto, definimos um dia da semana – segunda-feira, 10 de junho – para uma análise mais detalhada, monitorando o número de comentários nos *posts* do Instagram – *feed* e *Stories* – e *replies* do Twitter. Durante o período de coleta, categorizamos as publicações nos três sites, chegando a um total de 225 *posts* – 145 *tweets*, 74 *Stories* e 6 *posts* no *feed* do Instagram. Como parte da metodologia, separamos as publicações em 12 temas de conteúdo, e analisamos seguindo cinco indicadores.

As categorias temáticas nos mostram os assuntos mais abordados por Carla dentre os temas: publicidade, estilo/moda, cabelos, pele/*skin care*, *makes*/beleza, inspiração, cultura, pautas sociais, empoderamento feminino, Copa do Mundo de Futebol Feminino, divulgação e divulgação das minas (ver Tabela 1). Já os indicadores buscam avaliar a linguagem utilizada; o formato do conteúdo; o incentivo ao dialogismo e interação; o uso de estratégias multiplataforma; e as motivações para criar e compartilhar conteúdo (a ocorrência de conteúdos pagos ou patrocinados).

Tabela 1: Categorias temáticas observadas no Instagram, Stories e Twitter do Modices entre 9 e 15 de junho de 2019

CATEGORIAS	FREQUÊNCIA		
	TWITTER	INSTAGRAM (FEED)	STORIES
PUBLICIDADE	7	3	24
DIVULGAÇÃO GERAL	0	0	1
DIVULGAÇÃO DE MINAS	3	0	6
COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO	75	1	16
ESTILO/MODA	5	0	6
MAKES	1	0	0
CABELOS	0	0	0
PELE/SKIN CARE	0	0	0
PAUTAS SOCIAIS	4	0	2
EMPODERAMENTO FEMININO	8	0	0

INSPIRAÇÃO	35	0	1
CULTURA: LIVROS/SÉRIES/MÚSICAS	7	0	6
Total	145	4	62

Fonte: elaborada pelas autoras.

A dinâmica comunicacional de Carla Lemos foi detalhada anteriormente em outro trabalho, bem como o resultado da análise de conteúdo articulada aos indicadores (COLVARA, 2019). Considerando nosso recorte nesta pesquisa, cabe destacar que, a partir da metodologia proposta, identificamos que as estratégias e práticas comunicacionais de Carla Lemos estão direcionadas especialmente ao estímulo à interação entre a comunidade Modices – esse é o principal objetivo da influenciadora¹²⁵.

Verificamos, no estudo anterior (COLVARA, 2019), que Carla Lemos pratica os preceitos propostos por Kent e Taylor (1998; 2002) para estabelecer o diálogo e incentivar a interação entre a comunidade, inclusive fortalecendo o grupo. Para além disso, a linguagem coloquial e informal; a utilização de diferentes recursos midiáticos; a distribuição do conteúdo entre plataformas (o que chamamos de “multiplataforma”); e a temática do conteúdo em si, contribuem também para o fortalecimento da comunidade de Carla Lemos em torno do Modices.

Neste capítulo, interessa-nos especificamente o conteúdo compartilhado entre a comunidade, ou seja, as informações que circulam dentro do grupo e, seguindo a lógica das redes, estimulam a troca de capital social (RECUERO, 2001).

Nesse sentido, o conteúdo também parece ser um forte atrativo para a comunidade do Modices. Desde o início do seu trabalho no ambiente digital, Carla Lemos aborda questões relacionadas à moda e beleza, pautando também o empoderamento feminino e questões sociais – especialmente sobre política. Apesar de esses serem seus “pontos fortes”, outros temas comuns ao perfil de Carla Lemos são as dicas de livros, filmes e séries; os memes; fotos com inspiração para decoração da casa; e, especialmente no período analisado, as

¹²⁵ Considerando o espaço disposto para este texto, optamos por não incluir o relato do estudo de caso, e resumir as análises desenvolvidas, focando especialmente no indicador de conteúdo – tema central deste capítulo. A pesquisa completa, com análises e descrição detalhadas, pode ser lida em Colvara (2019).

publicações em apoio à Seleção Brasileira de Futebol Feminino, que à época participava da Copa do Mundo de Futebol Feminino.

O torneio esportivo foi, inclusive, o tema com maior frequência de posts durante o período analisado, tanto no Twitter quanto no Stories do Instagram. Em dias de jogo da Seleção Brasileira de Futebol Feminino, Carla produziu conteúdo especialmente sobre isso, tanto mostrando detalhes do jogo e escalação, mas também discutindo a igualdade e equidade no esporte e na remuneração das atletas, questionando as folgas em dias de jogos e, até mesmo, a equipe técnica da seleção. Essas publicações se equilibram entre divertidas e eufóricas, e questionadoras e problematizadoras.

A seguir, apresentamos um trecho da publicação de Carla no dia da estreia da seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol Feminino, em 09 de junho de 2019:

O Brasil é o país do futebol. E a seleção feminina é a prova desse talento pra brilhar no futebol simmmmm [sic]. O primeiro jogo da @selecaofemininadefutebol que assisti foi no Maraca em 2017 pelos jogos Pan-Americanos. E foi amor à primeira vista! Era tão lindo de ver a garra, os dribles aaaaa e os gols! @crisrozeira conquistou meu coração aí. E ó sou pé-quento pq todo jogo que assisti (no Pan e nas Olimpíadas) elas ganharam e com muitos gols [sic]. E até na tv dá certo como hoje! Que alegria ver o futebol feminino ter esse reconhecimento e essa visibilidade! Estas #guerreirasdobrasil merecem demais! Contem comigo pra tudo. E vou criar destaque especial aqui nos stories com a cobertura da Copa #modicesinspira. (LEMOS, 2019, [s. p.])¹²⁶.

Durante o período, também acompanhamos a cobertura de Carla Lemos do segundo jogo da seleção feminina de futebol, no dia 13 de junho. O conteúdo é especialmente interessante nessa ocasião, quando Carla assume uma postura mais questionadora. Ela destaca, por exemplo, a campanha Go Equal, a favor da equidade salarial entre jogadores homens e mulheres, protagonizada naquele dia por Marta Silva, artilheira da seleção brasileira. Nos Stories daquele mesmo dia, Carla também comenta a situação da ex-treinadora da equipe, que foi demitida, segundo ela, após cobrar melhores condições de trabalho.

126 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Byf-bDxBphq/>. Acesso em 4 nov. 2021.

Carla também faz questionamentos às marcas, suas políticas de patrocínio e o modo como cobrem o torneio esportivo.

Figura 1 – Exemplo de tweet do Modices durante o jogo da seleção brasileira de futebol feminino



Fonte: Captura de tela do perfil no Twitter de Carla Lemos (13 jun. 2019).

Figura 2 – Exemplos de Stories do Modices durante a estreia da seleção brasileira de futebol feminino



Fonte: Captura de tela dos stories do perfil no Instagram de Carla Lemos (13 jun. 2019).

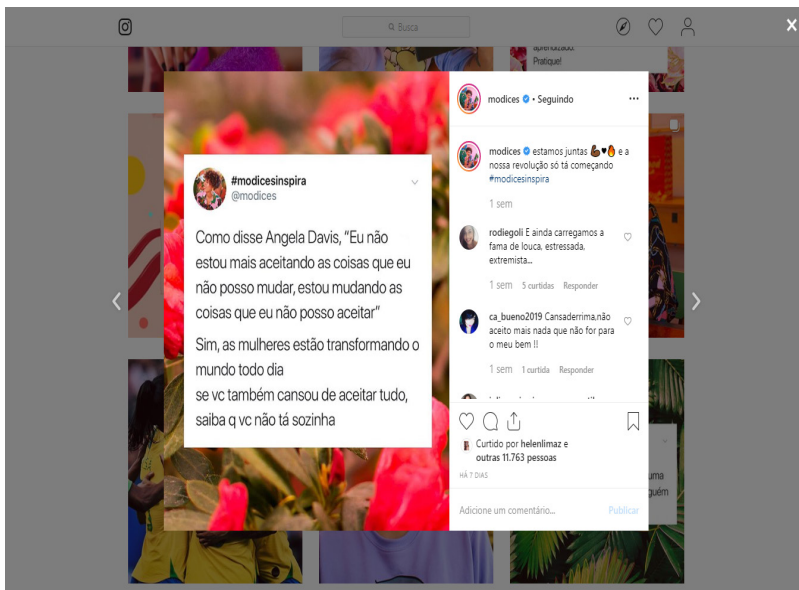
Em outras ocasiões, é possível percebermos que Carla assume uma postura mais motivadora e acolhedora. É comum encontrar no Twitter do Modices frases motivacionais, questionadoras e brincadeiras (memes). Alguns desses conteúdos inclusive são compartilhados também no Twitter – o que chamamos aqui de “multiplataforma”, quando um formato de publicação é utilizado em outra plataforma. Alguns exemplos são um tweet com citação de Angela Davis que foi repostado no Instagram do Modices em 10 de junho de 2019; uma sequência de tweets especiais sobre o Dia dos Namorados, em 11 de junho de 2019, reforçando que as mulheres também podem ser felizes sozinhas; e outro *tweet* repostado no Instagram, incentivando o aprendizado e a prática de atividades novas (aqui voltado especificamente para o público feminino).

Figura 3 – exemplos de *tweet* publicado no Modices na véspera do Dia dos Namorados



Fonte: Captura de tela do perfil no Twitter de Carla Lemos (11 jun.2019).

Figura 4 – Exemplo de *tweet* republicado no Instagram do Modices



Fonte: Captura de tela do perfil no Twitter de Carla Lemos (11 jun.2019).

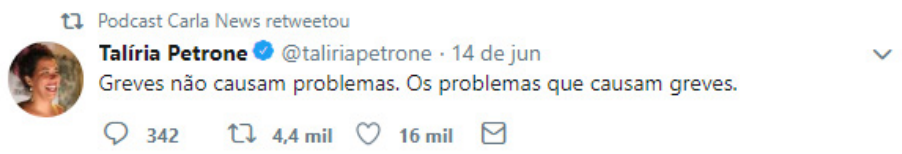
Também chama nossa atenção o interesse que Carla Lemos demonstra ter com as questões sociais em pauta naquele momento. À época do estudo de caso, a série de reportagens *Vaza Jato*, publicada pelo The Intercept Brasil, teve uma repercussão significativa especialmente na internet. Carla não deixou de comentar sobre isso, usando uma linguagem focada no humor (os memes), mas marcando ainda assim o seu posicionamento a respeito do tema. Acompanhando o perfil da influenciadora, é possível dizer que essa postura é comum frente às pautas sociais: Carla não deixa de se posicionar e, na maioria das vezes, tenta usar do humor para colocar suas críticas e opiniões. Em 15 de junho de 2019, por exemplo, ela faz um *retweet* de um *tweet* da deputada federal Talíria Petrone sobre a possibilidade de greves como manifestações de indignação social (o *retweet* é o mesmo que compartilhar uma publicação no Facebook, por exemplo). Assim, percebemos que Carla Lemos se posiciona politicamente e, por vezes, de forma aberta e clara.

Figura 5 – Stories no Instagram do Modices em referência às revelações da operação Lava Jato



Fonte: Captura de tela do perfil no Instagram de Carla Lemos (12 jun.2019).

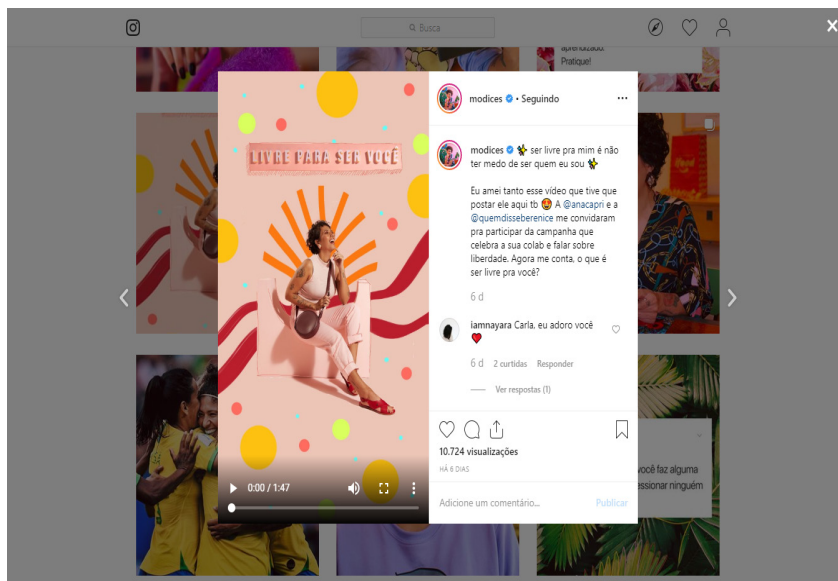
Figura 6 – Tweet da deputada federal Talíria Petrone que foi retweetado por Carla Lemos



Fonte: Captura de tela do perfil no Twitter de Carla Lemos (15 jun.2019).

Até mesmo as publicidades veiculadas no Modices parecem seguir a linha editorial da comunidade. Durante o período, observamos a ocorrência de 37 posts de parceria paga, incluindo Twitter, o feed e stories do Instagram. Mas chama a atenção que as campanhas para a Quem disse, Berenice? e Ana Capri, e para a TAG Livros têm uma temática relacionada ao empoderamento feminino. Na primeira, o slogan da campanha é “Livre para ser você”, em que Carla Lemos participa do vídeo apresentando a campanha e produtos das marcas. Já para a segunda publicidade, com a TAG Livros, Carla faz a divulgação de um lançamento da editora, o livro *A única mulher*, de Marie Benedict. Os posts são veiculados nos três formatos (Twitter, feed e stories do Instagram), e Carla menciona sua empolgação com o livro, especialmente, para poder conhecer mais da personagem biografada, marcando, mais uma vez, seu interesse e atenção aos assuntos do universo feminino, produzidos por, sobre e para mulheres.

Figura 7 – Exemplo de publicidade praticada por Carla Lemos no Instagram envolvendo a temática do empoderamento feminino



Fonte: Captura de tela do perfil no Instagram de Carla Lemos (11 jun.2019).

Figura 8 – Exemplo de publicidade praticada por Carla Lemos no Twitter envolvendo a temática do empoderamento feminino



Fonte: Captura de tela do perfil no Twitter de Carla Lemos (14 jun.2019).

Podemos apontar que, nos sites de redes sociais digitais, o nicho de atuação de Carla Lemos se expande para além de moda e beleza, contemplando também o estilo de vida, como uma inspiração a ser seguida, e ainda o forte apelo feminista em suas publicações, sobretudo em apoio à Seleção Brasileira de Futebol Feminino. Como foi mostrado, é comum ver Carla Lemos se posicionando como feminista e a favor das pautas do movimento, mas, durante o período analisado, isso ficou ainda mais evidente.

Apesar de nossa análise focar no conteúdo, é importante ressaltar que a linguagem, a interação e os recursos midiáticos complementam a dinâmica comunicacional de Carla Lemos. O *looping dialógico* proposto por Kent e Taylor (1998; 2002) não seria alcançado sem essa estratégia completa. Até mesmo em termos de conteúdo, sem um formato adequado ou uma linguagem acessível, as pautas e discussões propostas por Carla poderiam não ser bem recebidas, ou ter o nível de engajamento que aparentam ter. Assim, o Modices criou

sua própria dinâmica comunicacional que inclui conteúdos desde moda e beleza, dicas de séries e filmes, mas também com críticas sociais, questionamentos e empoderamento feminino. Não à toa, Carla Lemos assume, hoje, o papel não só de criadora de conteúdo digital, mas também de consultora para marcas e agências¹²⁷.

Em questão de linguagem, observamos que Carla Lemos adota uma postura informal em seus *posts*, não se preocupando em seguir a norma culta da Língua Portuguesa. O coloquialismo e a utilização constante de *gifs* e *emojis* se apresentam como uma estratégia de comunicação para a criação de uma linguagem própria, especial do Modices, o que também colabora para a aproximação com seus seguidores. Essa estratégia se mantém tanto no Twitter, quanto no Instagram (*feed* e *Stories*), e até mesmo na linguagem oral, observada, por exemplo, nos vídeos para IGTV, *reels* e *stories*, e em episódios dos podcasts P.R.I.M.A.S e Carla News.

Como consequência de uma linguagem mais coloquial e específica de Carla Lemos, aliada ao tipo de conteúdo compartilhado, é possível inferir que há, sim, a ocorrência do *looping dialógico* (KENT; TAYLOR, 2002). Durante o estudo de caso, encontramos postagens em que Carla tenta conversar com os seguidores, fazendo perguntas diretas e depois compartilhando as respostas. Esse tipo de comportamento é mais comum no Twitter, por ser um site de rede social que possibilita interações mais rápidas. No Instagram, as publicações também seguem um tom mais pessoal e intimista, como se Carla tentasse ser uma amiga próxima, dando um conselho, mostrando a sua rotina, ou até mesmo pedindo ajuda para escolher um look. Chamam nossa atenção, também, como já mostrado, as publicações (em texto ou vídeo) em tom de protesto ou indignação, tanto sobre questões políticas e sociais, como também relacionadas à moda (tamanhos de roupas que não são pensados para pessoas gordas, por exemplo).

Além das diferentes temáticas, Carla Lemos também procura explorar diferentes formatos para compartilhar conteúdo. No Instagram, a influenciadora utiliza todos os recursos disponíveis: publicação de fotos e vídeos no *feed* e no *stories*. Mais recentemente, em 2020, a plataforma liberou novos recursos, como o *Reels*, de captura e edição de vídeos curtos, também utilizado por Carla Lemos. No Twitter, os formatos de conteúdo se limitam à texto, imagem, vídeo ou *gif*, sendo o *tweet* tradicional (texto com até 280 caracteres) o mais utilizado pela influenciadora. Em situações específicas, Carla Lemos

127 Como explicado em publicação do Instagram do Modices, disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVgduDwBdAm/>. Acesso em 2 nov. 2021.

também compartilha fotos no Twitter, como em conteúdos sobre um clipe musical, dicas de filmes e séries, ou mesmo em conteúdo publicitário. Apesar da “originalidade”, também é comum que Carla Lemos repita as publicações do Twitter no Instagram. Esse tipo de conteúdo chamamos aqui de “multiplataforma”, por manter o seu formato original, mas ser utilizado em outro site. Atualmente, mesmo com a popularidade das “dancinhas” do TikTok, vale ressaltarmos que Carla Lemos não segue essa tendência comunicacional. Podemos indicar que a influenciadora aposta em conteúdo original e mais autêntico, tentando se diferenciar entre os demais perfis da plataforma.

Por fim, a partir das publicações, inferimos que há uma motivação intrínseca, mas também extrínseca, que mobilizam a atuação de Carla Lemos nos sites e plataformas de redes sociais. Como nos explica Shirky (2011), existem recompensas pessoais e materiais (financeiras) quando decidimos criar e compartilhar algo. No caso de Carla Lemos, mesmo no início, quando ainda era uma blogueira, suas motivações já eram extrínsecas, pois o Modices foi criado com o objetivo criar portfólio e atrair clientes para seu trabalho como *stylist* (KARHAWI, 2020). Agora, como influenciadora digital, essa lógica se mantém, porém, em diferentes plataformas. Carla Lemos cria conteúdo para si e para seus seguidores, atraindo também o olhar de marcas que querem firmar parcerias para conteúdo publicitário. Não à toa, o site do Modices saiu do ar e o foco passou a ser o conteúdo para plataformas digitais, como Twitter, Instagram e Spotify. A blogueira passa a ser uma influenciadora digital, muito em decorrência das novas mídias disponíveis (KARHAWI, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contexto midiático, que cada vez mais se expande pelas diferentes possibilidades de articulações nas plataformas digitais, possibilita a atuação profissional de Carla Lemos, como certamente também a de outras blogueiras. Nossa pesquisa considera a influenciadora Carla Lemos uma pioneira nas dinâmicas de comunicação digital em plataformas e sites de redes sociais, mas certamente essas práticas devem estar presentes nas dinâmicas acionadas por outras influenciadoras digitais, necessitando assim de pesquisas comparativas para afirmações conclusivas.

No que tange, especificamente, a prática de Carla Lemos, considerando a formação das comunidades virtuais e tal contexto midiáti-

co, pudemos identificar alguns pilares fundamentais para a sua dinâmica comunicacional no ambiente digital: o conteúdo, e o estímulo à interação e ao diálogo com o público.

As comunidades virtuais demandam conexão entre seus membros. Isso significa que os indivíduos estão reunidos por interesses em comum, e compartilham entre si aquilo que consideram importante e relevante. Mas, mais do que isso, a ideia de conexão se tornou também mais ampla.

Com as novas mídias disponíveis, o processo de troca de informações passou a ser mais prático, facilitando a circulação de informações. Nesse processo, os elementos constituintes das plataformas também fazem parte do fluxo informativo, inclusive modelando-o. Os algoritmos, as questões mercadológicas, e as próprias empresas de tecnologia, fazem parte do “jogo”, e influenciam a circulação de informação. Os indivíduos em suas comunidades colaboram para a configuração de um fluxo expandido de comunicação, mas não são os únicos elementos do processo.

Ao mesmo tempo, o conteúdo está diretamente relacionado à conexão, porque é um fator que estimula a interação dos membros da comunidade: compartilhamos o que julgamos interessante para os integrantes de nosso grupo – e torcemos para que a tecnologia que rege a plataforma também considere importante e entregue o conteúdo para mais pessoas.

No caso de Carla Lemos e o Modices, percebemos que o conteúdo é um elemento-chave de sua dinâmica comunicacional. Desde as comunidades e fóruns do Orkut, Carla já se dedicava aos temas relacionados ao universo feminino, como moda, beleza e empoderamento. Ao longo dos anos, e com as novas mídias disponíveis, esse conteúdo foi ganhando cada vez mais espaço, e sendo adaptado para diferentes formatos. Assim, Carla Lemos se estabelece e se profissionaliza, ao mesmo tempo em que – nos parece – tenta manter a essência da comunidade Modices. As novas plataformas representam também mais possibilidades de interação com o público, que agora tem diferentes canais para conversar com a influenciadora digital.

A pesquisa nos mostra ainda que Carla Lemos busca estabelecer uma troca mútua com os membros de sua comunidade, procurando manter o grupo de seguidores unidos, e estimulando a troca de informações entre eles – seja sobre truques de maquiagem, dicas de livros, filmes e séries, recomendações de restaurantes e marcas, entre outras possibilidades. Sabemos que as comunidades virtuais demandam o diálogo e a interação, para que haja um alinhamento

entre seus membros e todos possam crescer juntos, através da troca de informações. No caso do Modices, é possível inferirmos que há um certo equilíbrio entre o conteúdo e a expectativa do público, pois seus seguidores já sabem o que esperar de Carla, porque já a conhecem minimamente; da mesma forma que a influenciadora conhece seu público, e sabe o que deve produzir para manter seu interesse e participação na comunidade.

Podemos afirmar, então, que a comunidade virtual Modices se organiza em torno de Carla Lemos e do que ela tem a dizer para seu público – as informações que compartilha com eles. Nesse caso, o conteúdo é ainda mais importante, pois nos parece que o público de Carla está interessado nas temáticas que ela aborda, ou seja, moda, beleza e empoderamento feminino.

Assim, a pesquisa nos indica que Carla Lemos tem contribuído para que a rede – internet – torne-se, cada vez mais, um espaço mais feminino, como sugere Muños (2002 apud MIGUEL; BOIX, 2013, p. 74). Para isso, não só as mulheres devem estar presentes no ambiente digital, como também devem ter acesso aos conteúdos que lhes interessem (MUÑOS (2002 apud MIGUEL; BOIX, 2013). E Carla Lemos parece querer contribuir com isso através do Modices, trilhando um caminho próprio para o ciberfeminismo – como já discutimos em outra oportunidade (COLVARA, 2021).

Entretanto, apesar de identificarmos a dinâmica comunicacional e o mix de forças entre a conexão dos indivíduos e sua vontade de participar, não podemos deixar de mencionar que a comunidade virtual do Modices não se resume a um grupo de interesses em comum. Com a institucionalização, legitimação e profissionalização, Carla Lemos passa a ser reconhecida não apenas como blogueira, mas como influenciadora digital. E, como vimos anteriormente, essa prática profissional está atrelada não só ao reconhecimento midiático, mas também a interesses comerciais, com marcas e empresas. O influenciador digital é um profissional da Comunicação, que trabalha com base na (auto) visibilidade, para vender bens, produtos ou serviços (KARHAWI, 2017).

Assim, entendemos que a comunidade virtual criada por Carla Lemos com o Modices busca reunir os indivíduos através da conexão, mas não somente. Como influenciadora digital, outras motivações extrínsecas estão relacionadas a sua dinâmica comunicacional. Na continuidade das pesquisas que impetramos em grupo de pesquisa¹²⁸,

128 As autoras integram o grupo de pesquisa Conexões Expandidas, ligado ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF.

verificamos como Carla Lemos assume um papel de representante ou embaixadora de marcas para estimular o consumo de bens e serviços (COLVARA; GABELLINI, 2020); e aprofundamos nossa investigação sobre a relação entre os influenciadores digitais e as plataformas de sociabilidade, entendendo que, para além da conexão entre indivíduos, a dinâmica comunicacional dos influenciadores digitais está intimamente relacionada também aos demais elementos que compõem essa rede – como os algoritmos e as empresas de tecnologia (conhecidas também como *big techs*), por exemplo.

Se antes considerávamos Carla Lemos um ponto extremo na dinâmica das redes (MELLO, C., 2008), hoje identificamos uma centralização, marcada, sobretudo, pela sua própria transição de carreira (ou midiática). Pesquisas futuras para a avaliação e compreensão do processo de estabilização da blogueira podem ser bem-vindas, inclusive avaliando as mudanças editoriais ocorridas desde 2019 e que podem estar ligadas, também, à tal estabilização.

Fica claro que o tema não se esgota facilmente, e como um profissional recém-estabelecido, o próprio influenciador digital ainda pode – e deve – ser objeto de estudo de muitas pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1998.

COLVARA, Bianca. **Inventando moda**: um estudo de caso sobre o engajamento na comunidade virtual Modices. 2019. 85 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019.

COLVARA, Bianca. Modices: redes sociais digitais e ciberfeminismo. In: COSTA, Edwaldo. **Torre de Babel**: Créditos e poderes da comunicação. Ponta Grossa: Editora Atena, 2021. p. 130-146. Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/post-artigo/46609>. Acesso em: 3 nov. 2021.

COLVARA, Bianca; GABELLINI, Laryssa. Influenciadores e as dinâmicas da vida online: as formas de consumo no Instagram; uma análise dos perfis da influenciadora Carla Lemos. In: ENCONTRO VIRTUAL DA ABCIBER, 2020, Online. **Anais** [...], Online, 2020a. Disponível em: <https://www.ufjf.br/conexoesexpandidas/files/2020/08/O-artigo-foi-apresentado-durante-o-Encontro-Virtual-da-ABCiber-2020.pdf>. Acesso em: 4 mar. 2021.

DUARTE, Maria Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE; BARROS. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 215-235.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: Criando valor e significado por meio de mídia propagável**. Tradução de Patricia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Casper Libero, p. 46-61, 2017. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Comunicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>. Acesso em: 3 ago. 2021.

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

KENT, Michael L.; TAYLOR, Maureen. Toward a dialogic theory of public relations. **Public Relations Review**, vol. 28, p. 21-37, 2002.

KENT, Michael L., TAYLOR, Maureen. Building dialogic relationships through the world wide web. **Public Relations Review**, vol 24, n. 3, p. 321-334, 1998.

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

MELLO, Luiza de. **Conectividade TV e web: a construção do fluxo e da dinâmica comunicacional do BBB18 a partir do engajamento dos fãs**. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019.

NEIVA, Leonardo. A hora e a vez dos médicos nas redes sociais. **Gama Revista**, Online, 27 jun. 2021. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/semana/onde-voce-trabalha/a-hora-e-a-vez-dos-medicos-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 28 ago. 2021.

PRIMO, Alex Fernando T. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 12, p. 81-92, jun. 2000. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mu_tua_reativa.pdf. Acesso em: 20 maio 2019.

RECUERO, Raquel. Comunidades virtuais: uma abordagem teórica. **Ecós Revista**, Pelotas/RS, v. 5, n. 2, p. 109-126, 2001. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/teorica.pdf>. Acesso em: 7 maio 2019.

RECUERO, Raquel. Comunidades virtuais em redes sociais na internet: uma proposta de estudo. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DA PUC/RS, 2005, Porto Alegre/RS. **Ecompos**, Internet, v. 4, p. 1-15, dez. 2005. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/seminario2005.pdf>. Acesso em: 7 maio 2019.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

SCOLARI, Carlos A. Alrededor de la(s) convergência(s): Conversaciones teóricas, divergências conceptuales u transformaciones em el ecosistema de médios. **Signo y Pensamiento**, vol. XVIII, n. 54, p. 44-55, jan-jun, 2009. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011409003>. Acesso em: 30 ago. 2021.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VAN DIJCK, José. **La cultura de la conectividad**: una historia critica de las redes sociales. Argentina: Siglo XXI Editores, 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

O ENQUADRAMENTO DAS NOTÍCIAS DURANTE A “GUERRA DO SPRAY” EM SÃO PAULO¹²⁹

Erivelto Amarante

Universidade Federal do Paraná
novo.eri@gmail.com

INTRODUÇÃO

Os primeiros 100 dias de governo de João Doria como prefeito de São Paulo, em 2017, foram marcados pela perseguição e criminalização aos artistas de rua que usam os muros e paredes da selva de pedras paulistana como forma de expressão e comunicação urbana. Para promover a sua própria imagem e o programa de zeladoria “Cidade linda”, Doria tratou a pichação e o grafite como um ato de vandalismo e se caracterizou de gari diversas vezes para deixar a maior cidade do país mais cinza. O objetivo desta pesquisa é descobrir como os jornais Folha de S. Paulo e Estadão enquadraram, em suas páginas, a securitização do tema pelo prefeito, que mobilizou vários setores da sociedade, incluindo pichadores, grafiteiros, autoridades políticas e policiais.

A pichação e o grafite já foram objeto de análise de alguns es-

129 Uma primeira versão deste texto foi publicada como AMARANTE, E. A relação entre mídia, política e o espaço urbano durante a “guerra do spray” em São Paulo. **Temática**, v. 18, n. 2, p. 13–29, fev. 2022. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2022v18n2.61995>.

tudos no campo da comunicação no Brasil. Spinelli (2007) abordou a pichação como signo comunicativo integrado à cidade e como um código à margem, sem regra. Para o autor, sua significação é paradoxal. Enquanto é tratada como linguagem secreta dominada por jovens e adultos organizados em torno de um “círculo tribal pós-moderno”, para grande parte da população e, principalmente, para o Estado, a pichação é vista como um fenômeno de poluição visual. Sem amparo legal, tal prática é reprimida pelas autoridades. “A ilegalidade força o pichador a uma relação diferenciada com o poder público, o que afirma o caráter subversivo da prática e estabelece um impasse entre indivíduo e Estado” (SPINELLI, 2007, p. 115).

Fot e Gohl (2016) destacam as políticas governamentais que envolvem o conflito entre pichação e grafite. Eles analisaram uma campanha de iniciativa da Associação Comercial do Paraná (ACP) e da Prefeitura de Curitiba para reprimir a pichação na cidade. A peça publicitária feita em parceria entre a entidade empresarial e o poder público municipal abordava a pichação como crime e “[...] demonstrava uma visão reduzida da questão, encarando o movimento de forma judicial, como vandalismo ou sujeira, e tratando do assunto sem discussão, com propaganda ideológica e repressão” (FOT; GOHL, 2016, p. 31). Já Souza e Mello (2007) analisaram os processos de comunicação a partir da passagem do grafite das ruas para fotos expostas em galerias, em uma reapropriação do “marginal” pelo erudito.

Embora a literatura apresente artigos que tratam do fenômeno da pichação e do grafite no campo da comunicação, nenhum encontrado utiliza o *framing* para entender como o jornalismo enquadra a questão, como propõe esta pesquisa. A título de exemplo, podemos citar o estudo de Bittencourt e Doretto (2021), no qual as autoras fizeram uma análise de conteúdo da versão on-line do Estadão com o objetivo de entender como o grafite foi tratado pelo noticiário. Elas identificaram que o veículo priorizou fontes oficiais na cobertura, adotando um viés governista (BITTENCOURT; DORETTO, 2021)

Isto posto, a primeira parte deste estudo apresenta uma breve discussão teórica sobre pichação e grafite como forma de comunicação e sua importância transgressora frente à cultura dominante. A segunda parte aborda o contexto político em São Paulo envolvendo a criminalização da pichação e do grafite pelo prefeito tucano João Doria. Por fim, na terceira parte são apresentados os procedimentos metodológicos e os resultados da análise de enquadramento noticioso.

PICHAÇÃO, 'PIXO' E GRAFITE

Existem diferenças entre a pichação e o grafite, sobretudo no Brasil. A pichação costuma ser reconhecida pelas letras ou assinaturas em tom monocromático, feitas com spray ou rolo de pintura. Spinelli (2007) ressalta que a prática se popularizou e ganhou estilo próprio, difundido principalmente a partir da cidade de São Paulo e se espalhou por todo o país. A letra da pichação é caracterizada por traços retos que formam diversas arestas em uma forma homogeneizadora. “A fonte tipográfica ficou conhecida como ‘Iron Maiden’, por lembrar as letras usadas nas capas dos discos dessa banda de heavy metal” (SPINELLI, 2007, p. 113).

A pichação é um estilo próprio que reúne grupos em torno de uma linguagem comum, que se reconhecem pelo emprego da palavra, a partir do uso de técnicas corporais e na forma como se comunicam pelas paredes. Maffesoli (1993) trata sobre um estilo diferenciado que marca a identificação dos grupos. “A linguagem serve de senha, de signo de reconhecimento, e permite fora dos limites do seu território (bairro, escola, relações amigáveis), de se agregar a grupos que compartilham o mesmo ‘estilo tipo’” (MAFFESOLI, 1993, p. 31).

O elemento agregador e de coesão no grupo é conhecido como “crew”, “bonde” ou “coletivo”. A assinatura do nome do “crew” identifica e liga o pichador a um grupo, a um estilo e a uma determinada região da cidade. “O grupo que picha tem no bairro, na zona em que mora, um referencial de territorialidade que acompanha a inscrição na parede. A formação do “crew” é então precedida de uma proximidade geográfica entre os integrantes” (SPINELLI, 2007, p. 113-114).

Arthur Lara (1996) trata da afirmação de pertencimento a determinada região da cidade como marca de reconhecimento entre os integrantes. Para marcar território, eles utilizam ao lado da grafia indicações como Z/N para a zona norte. “Uma pichação é, portanto, rodeada de comentários que indicam sua procedência, as pessoas que a realizaram, se foram convidadas ou participam do grupo” (LARA, 1996, p. 51). O principal destino dos pichadores é o centro da cidade. Spinelli (2007) afirma que no percurso do bairro até o centro os integrantes costumam deixar suas marcas, adesivos, tags e piches manifestando suas regiões de apropriação. “Fazem, com isso, uma ressignificação do modo de habitar a cidade e marcam, no percorrer urbano, um itinerário em que se reconhecem” (SPINELLI, 2007, p. 114).

Picho e “pixo” não são uma mera variação gramatical da mesma palavra. Reis (2018) explica que existe uma grande diferença entre elas. A

pichação com “ch” refere-se a uma escrita transgressora tendo a mensagem de protesto como principal preocupação. Portanto, precisam ser compreendidas pelos demais. Por sua vez, o “pixo” com “x”, também conhecido como “TagReto” é um estilo originalmente paulistano, em que seus membros valorizam a “[...] quantidade, grau de dificuldade e um estilo específico de tipografia. Possui uma grafia cuja compreensão se limita, na maioria das vezes, aos próprios pixadores, fazendo com que o grande público a tenha como poluição visual ou simples agressão ao patrimônio público e privado” (REIS, 2018, p. 26).

Em relação ao grafite, sua origem normalmente está associada à cultura do Hip Hop dos Estados Unidos, onde encontrou suas referências entre os anos 1980 e 90. No entanto, Fort e Gohl (2006, p. 18) afirmam que o estilo surgiu do “[...] movimento de contracultura parisiense de 1968, quando mensagens de caráter político foram escritas nos muros da cidade”. Já Oliveira (2012) explica que o grafite estadunidense saiu das periferias de Nova Iorque e ganhou visibilidade no mundo através das figuras estampadas nos vagões dos metrô novaiorquinos. Portanto, antes fixo nas paredes, o grafite também se tornou móvel.

Assim como os pichadores, os grafiteiros também se agrupam em “crews” e se identificam sob um nome ou sigla. As letras também são usadas como forma de representar o grupo e vários estilos de fonte foram incorporados em personagens e desenhos, cada vez mais ricos em detalhes. O autor colombiano Armando Silva (1987) divide em três etapas a evolução do grafite. A primeira teve início nas manifestações de maio de 1968, na França, seguido dos grafites de Nova Iorque, nas décadas seguintes e das manifestações satíricas que, posteriormente, difundiram-se na América Latina, onde os principais alvos eram o Estado, o setor privado e a Igreja.

Russi (2010) explica que o Brasil é o único país da América Latina onde ocorre uma distinção entre a pichação e o grafite. Nos demais países fala-se “graffiti” pensando em pichação. O autor afirma que enquanto as pichações são escrituras inseridas no “[...] contexto da revolta, herdeira de uma profunda tradição filosófica, política, poética, literária, humorística, irônica [...]” e, normalmente, inscrita como “[...] não arte, não desenho, não cultura, despeito, delito, reacionário [...]”, o grafite passou a ser tratado como resistência formal, a partir de um “[...] melhoramento técnico-estético, comercial, uma domesticação que o transforma em arte (museus, MCM etc.) contrapondo-se à pichação” (RUSSI, 2010, p. 931). Nesse sentido, muros se transformam em murais para imagens plásticas.

SPRAY E POLÍTICA

Em São Paulo, o spray como forma de expressão e comunicação surge no final da década de 1960, sob influência dos movimentos de contracultura pelo mundo e num contexto marcado pela repressão da ditadura militar brasileira. Durante o regime, a pichação era usada como forma de resistência por universitários, estudantes, intelectuais e militantes políticos. Os muros da cidade pediam “Abaixo a ditadura”, “Fora ditadura” e “Eu quero votar pra presidente”. Reis (2018) lembra que a pichação política não se restringiu a esse período. O que mudou foram as frases e os personagens. Em 1992, os muros exigiam “Impeachment Já” e “Fora Collor”; no fim dos anos 1990, lia-se “Fora FHC”; em 2016, “Temer golpista” e “Foi golpe”, referindo-se ao processo de impeachment que culminou com a destituição de Dilma Rousseff da Presidência da República.

Para Reis (2018, p. 21), “[...] a frustração e a clara falta de representatividade e confiança sentida pela população diante dos nossos governantes instigam em alguns pichadores a necessidade de se expressar, conversar com a sociedade de maneira que choque via transgressão”. Rolnik (2013) afirma que o spray dos muros e paredes se tornou uma forma de expressar os sentimentos de revolta e indignação com a classe política. Para a autora, a motivação desses grupos deve-se em grande parte ao seu “[...] alheamento em relação aos processos decisórios na política e na falta de expressão pública de parte significativa da população” (ROLNIK, 2013, p. 10). Portanto, por mais ineficaz que possa parecer, as mensagens servem como catarse e como modo dos manifestantes exercerem alguma representatividade na sociedade.

Canclini (2015, p. 336) trata da pichação e do grafite como uma “[...] escrita territorial da cidade, destinada a afirmar a presença e até a posse sobre um bairro”. O sociólogo argentino observa que “[...] suas referências sexuais, políticas ou estéticas são maneiras de enunciar o modo de vida e de pensamento de um grupo que não dispõe dos circuitos comerciais, políticos e do *mass media* para expressar-se” (CANCLINI, 2015, p. 336). Portanto, usam o spray para afirmar seu estilo. Assim, para além do reducionismo do vandalismo, essas manifestações podem ser analisadas considerando os muros e paredes das grandes cidades como um meio de propagação e reprodução de elementos culturais.

O spray, além de apresentar mensagens que representam os valores culturais, carregam uma estética e uma técnica artística para

comunicar, revelando assim um caráter político importante no gesto de pichar ou grafitar, destituindo as formas da cultura hegemônica e massiva e se transformando em uma cultura própria, pelas pessoas que interagem no ambiente urbano. A representação da realidade social conforme afirma Martín-Barbero (1997) é uma das principais estratégias de resistência utilizadas pelas subculturas como uma forma pragmática de exercer posicionamentos políticos e não ritualísticos.

O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, organizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 15).

Deleuze e Guattari (2011) afirmam que “territorializar” é controlar os processos sociais, econômicos, simbólicos e culturais de um determinado ambiente e suas fronteiras. Portanto, a pichação, o “pixo” e o grafite, são tentativas de desterritorialização do espaço público, ao mesmo tempo em que promovem uma reterritorialização, na medida em que esses ambientes foram tomados pelo setor privado e político, os mantendo sob formas não democráticas e impedindo uma maior participação popular do espaço comum. Lemos (2006, p. 4) lembra que “[...] o Estado e as instituições tendem sempre a manter territórios como forma de poder e controle”.

Enquanto os grupos de *street art*, intervenção urbana e transgressão procuram ocupar e ressignificar os espaços públicos para transmitir suas mensagens e se comunicar pelos muros e paredes das grandes cidades, o Estado e grande parte da mídia de massa classificam essas manifestações como um ato de desobediência civil, degradação e vandalismo. Por sua vez, no Brasil, a legislação federal diferenciou o grafite da pichação e institucionalizou em parte o uso do spray através de leis que incentivam a revitalização da paisagem urbana. A diferenciação consiste na Lei nº 12.408, de 25 de maio de 2011, que descriminalizou o ato de grafitar por meio de autorização. Portanto, se existe autorização para a pintura no muro, ela é considerada como grafite, caso contrário, é tipificada como pichação e considerada crime passível de detenção e multa.

A descriminalização do grafite, no Brasil, deu projeção aos grafiteiros e muitos deles passaram a ser remunerados para pintar, além de ministrar palestras e oficinas de grafite por todo o país. A mudança na lei também permitiu a concessão de espaços e apoio financeiro. Com isso, vários artistas renomados foram convidados para fazer seus desenhos e ilustrações em locais de grande visibilidade, como praças, viadutos, prédios públicos e privados. Assim sendo, o viés transgressor e subversivo das primeiras décadas do grafite diminuiu. Hoje, o movimento é denominado como “arte urbana”, foi absorvido em parte pela cultura dominante e ganha cada vez mais a aceitação da sociedade e do poder público.

Ao contrário do grafite, a pichação e o “pixo” continuam sendo considerados crime. Esse último, em especial, por essência. O caráter ilegal da prática marginaliza a pichação e o pichador. Para Perlman (1977), o termo marginalidade abrange os transviados, que pode ser um desistente passivo ou um crítico ativo da sociedade, podendo emergir de uma subcultura ela mesma marginal. Sob diferentes aspectos, o pichador é marginalizado no âmbito jurídico, por responder criminalmente, no aspecto físico, quando ostenta sinais de sua atividade, além de ser alvo de violência física, por conta da repressão policial ou de moradores indignados com tal prática. Spinelli (2007, p. 115) observa que a marginalidade também ocorre no sentido moral e cultural, visto que “[...] a sociedade não observa com bons olhos, o jovem que picha é visto como delinquente, e também é alvo de fofoca na vizinhança e objeto de preocupação dos pais com a desvalorização dos ‘bons costumes’”.

DORIA E A “GUERRA DO SPRAY”

João Doria (PSDB) foi eleito prefeito de São Paulo em 2 de outubro de 2016, com 53,29% dos votos válidos. Sem obras para mostrar e em um contexto em que a classe política estava desacreditada pela opinião pública, Doria fez política negando a política, o que lhe rendeu o título de “outsider”. A propaganda eleitoral destacou seu perfil empreendedor e apostou na ideologia liberal da meritocracia. Em sua biografia, afirmou que começou a trabalhar aos 13 anos e que pagou a faculdade com seu próprio dinheiro: “[t]rabalho há 45 anos de 14 a 16 horas por dia”. Além disso, o tucano apresentava-se como um “gestor” e um “administrador”. Conhecido pela malha de cashmere nos ombros, seus marqueteiros transformaram a imagem de empresário

com estilo elitista de Doria em “João Trabalhador”, bordão do principal jingle de campanha (ALVES, 2016).

Uma das principais propostas de campanha de Doria foi o programa de zeladoria “Cidade Linda”, que tinha como objetivo “revitalizar áreas degradadas da cidade”. Na prática, a iniciativa serviu para perseguir artistas de rua, como pichadores e grafiteiros; vendedores ambulantes, proibindo-os de trabalhar nas áreas centrais; e moradores de rua, que foram “envelopados” embaixo de pontes e viadutos. Doria também usou o programa para promover a imagem de “trabalhador” que projetou na campanha e de “gestor” que fiscaliza e cuida dos problemas da cidade. Em 2 de janeiro de 2017, um dia após assumir o cargo, ele cumpriu sua primeira agenda pública como prefeito vestido de gari em uma praça no Centro da cidade. Com uma vassoura em punho, posou para fotos e *selfies* enquanto varria a calçada por alguns segundos no fim de tarde, já sem o sol forte que os verdadeiros garis precisam enfrentar todos os dias.

Embora a varrição de rua tenha sido o alvo inicial de Doria, o programa “Cidade Linda” ganhou projeção mesmo com a “guerra do spray” promovida pelo prefeito recém-eleito. Durante os três primeiros meses no cargo, o tucano dedicou sua energia, capital político e a estrutura do Estado para criminalizar e punir pichadores e grafiteiros da cidade. Num primeiro momento, o grafite teve o mesmo tratamento que a pichação e o “pixo”, sendo considerado igualmente como vandalismo, sujeira e poluição visual. A primeira providência de Doria foi apagar os desenhos com tinta cinza. Em muitos casos, ele próprio se encarregou dessa tarefa, rodeado de seu séquito, vestido a caráter e com poses para as câmeras. No entanto, o prefeito precisou recuar após críticas de artistas e da opinião pública com a substituição de murais coloridos pelo cinza oficial em áreas tradicionais da cidade, como a av. 23 de maio. Com isso, sua artilharia se voltou para a pichação e o “pixo”.

Em 14 de fevereiro de 2017, Doria conseguiu uma importante vitória na Câmara de Vereadores, como parte de seu plano de criminalizar os artistas de rua e jovens que usam o spray como forma de expressão. O projeto de lei municipal que pune, com multa de R\$ 5 mil a R\$ 10 mil, os pichadores foi aprovado no parlamento, endurecendo as penas e restringindo a venda do material usado nas intervenções. O grafite não autorizado, já proibido por lei federal, também foi enquadrado com a mesma penalidade, passível de ter o valor da multa dobrado em caso de reincidência. Curiosamente, a primeira pessoa a ser multada pela lei do prefeito tucano foi a estudante de direito Maira Machado Frota Pinheiro, filiada ao PT e candidata a vereadora

pelo partido. Em entrevista à Folha¹³⁰, Maira (2017, [s. p.]) afirmou, na ocasião, ser “[...] muito conveniente para a gestão Doria e seu projeto higienista de cidade fazer do meu caso punição exemplar”.

A “guerra do spray” mobilizou a opinião pública e os artistas e comunicadores de rua da maior cidade do país. Um dos principais questionamentos foi a falta de diálogo do novo prefeito com os principais afetados pelas suas iniciativas. À medida em que a cor dos muros e paredes dos principais pontos da cidade eram substituídos pelo cinza, setores da sociedade questionavam as políticas de Doria para o caso. Até mesmo a Amazon, gigante mundial de tecnologia, provocou o prefeito em um anúncio do leitor de livros digitais Kindle, principal produto da empresa, que questionava os “muros cinzas da cidade” projetando trechos de livros e citações de escritores famosos nas paredes acinzentadas. O episódio obrigou Doria a se defender das críticas, chamando a empresa norte-americana de oportunista por explorar o caso e pedindo doações de livros para a cidade.

METODOLOGIA E RESULTADOS

Este capítulo busca fazer a verificação da cobertura noticiosa durante a “guerra do spray”, nos primeiros 100 dias de governo do prefeito João Doria em São Paulo. O recorte temporal foi escolhido por coincidir com o período de maior incidência do tema na agenda da mídia. Para isso, utilizamos o arcabouço teórico-metodológico do enquadramento noticioso nos moldes propostos por Entman (1993). Para o autor, “[...] enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em um texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado” (ENTMAN, 1993, p. 52).

Na perspectiva de Entman (1993), a dimensão política dos quadros se evidencia no fato de eles atuarem para definir problemas, diagnosticar causas, fazer julgamentos morais e sugerir soluções. O autor entende que o enquadramento perpassa todo o processo comunicativo, estando presentes nos interlocutores, nos textos e na própria cultura. Nesse contexto, os enquadramentos noticiosos operam segundo uma lógica de saliências, em que determinados elementos ganham destaque em vez de outros. Entman (1993, p 52) compreend-

130 Disponível em: <https://folha.uol.com.br/cotidiano/2017/03/1863704-estudante-de-direito-sera-a-primeira-multada-por-lei-antipichacao-de-doria.shtml>. Acesso em: 8 nov. 2021.

de que, muitas vezes, ocorre uma homogeneização na forma como as notícias são apresentadas, pois uma abordagem diferente poderia resultar em questionamentos sobre a credibilidade do veículo e uma indisposição com determinadas autoridades.

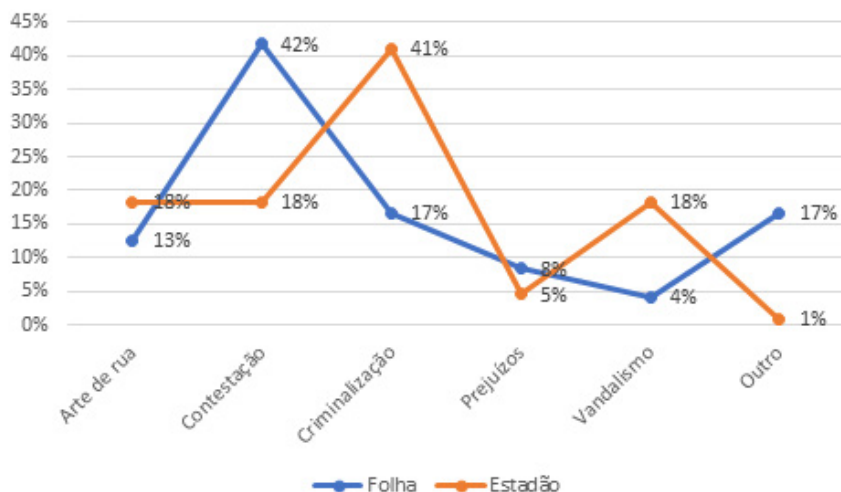
O corpus, para tanto, é constituído de 46 notícias, sendo 24 da Folha de Paulo e 22 do Estadão, extraídos da versão impressa dos jornais entre 1º de janeiro e 10 de abril de 2017, período exato dos 100 primeiros dias. A busca considerou todas as matérias, excluindo colunas e opinião, que tratassem especificamente da cobertura da “guerra do spray”, mencionando os termos “pichação”, “pixo” e “grafite”. Foram observados na busca todas as editorias e cadernos, incluindo a capa. A análise de cada notícia está disponível para consulta no Livro de Códigos¹³¹. Nossa hipótese inicial é de que Doria conseguiu mais espaço para projetar o seu posicionamento, enquanto as vozes contrárias tiveram mais dificuldades para se defender da perseguição oficial. Isto posto, partimos para os resultados da pesquisa empírica.

A primeira semelhança entre os dois jornais pode ser verificada no espaço ocupado e na editoria em que o caso foi tratado. Todas as notícias foram publicadas na editoria local, que na Folha é denominada de “Cotidiano” e no Estadão de “Metrópole”. As únicas exceções foram as chamadas na capa. A Folha repercutiu três notícias em sua primeira página, enquanto o Estadão apenas uma. Portanto, o primeiro resultado aponta para uma cobertura factual do conflito entre o prefeito e os pichadores e grafiteiros, na órbita da política. Embora exista um debate sobre o spray, em especial o grafite, ser considerado arte de rua e manifestação artística, os dois jornais não trataram da questão em suas editorias de cultura.

O Gráfico 1 mostra os elementos predominantes na cobertura, retratando os componentes enquadrados conforme as definições de Entman (1993) e a temática proposta. A variável “contestação” atinge diretamente o prefeito Doria e refere-se aos questionamentos, principalmente dos artistas, sobre as suas ações políticas. Nesse quesito, a Folha deu mais espaço para o contraditório, com 42% de notícias contestando as medidas oficiais, contra 18% do Estadão. Por outro lado, a variável “criminalização” reforça o estigma contra os pichadores e grafiteiros, considerando que as intervenções precisam ser combatidas legalmente, o que favorece a versão defendida pelo prefeito. Nesse caso, a saliência foi maior no Estadão, com 41% das notícias, contra 17% da Folha.

131 Disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1Av9S4syQfCq-bXk3KiiUb_xlraZi6KwV. Acesso em: 21 fev. 2022.

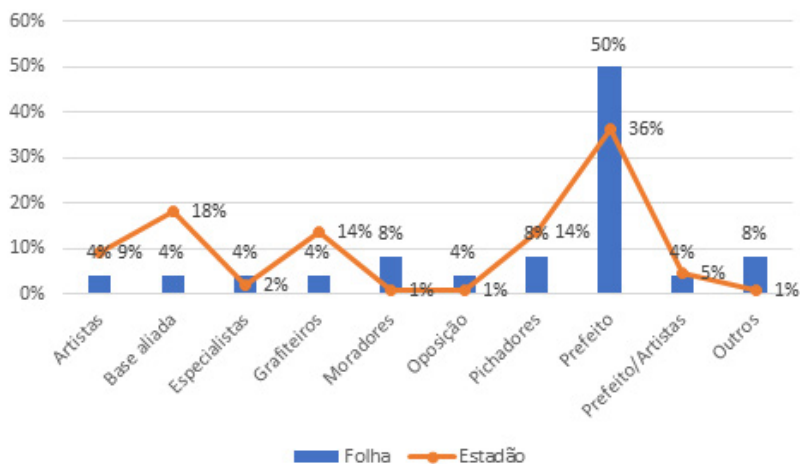
Gráfico 1: Componentes enquadrados (%) proporção dos temas mais citados na cobertura.



Fonte: elaborado pelo autor.

Outra variável que favorece o lado oficial é a associação do spray com “vandalismo”, que recebeu 18% das notícias no Estadão e 4% na Folha, e com “prejuízos” causados ao patrimônio público e privado, com 8% de menções na Folha e 5% no Estadão. Com uma diferença maior para o Estadão na variável “vandalismo”, o resultado aponta que o jornal direcionou boa parte da sua cobertura relacionando a pichação e o grafite com o discurso defendido pelo prefeito. Por sua vez, a variável que trata das intervenções nos muros como “arte de rua” recebeu 18% das notícias do Estadão e 13% da Folha. Embora esse tratamento favoreça os grafiteiros, boa parte das matérias repercutiam uma iniciativa de Doria em criar um “Museu do Grafite”, como forma de contornar suas próprias medidas de apagar esses painéis pela cidade, que não foram bem aceitas pela opinião pública.

Gráfico 2: Atores (%) Proporção das vozes mais ouvidas na cobertura.



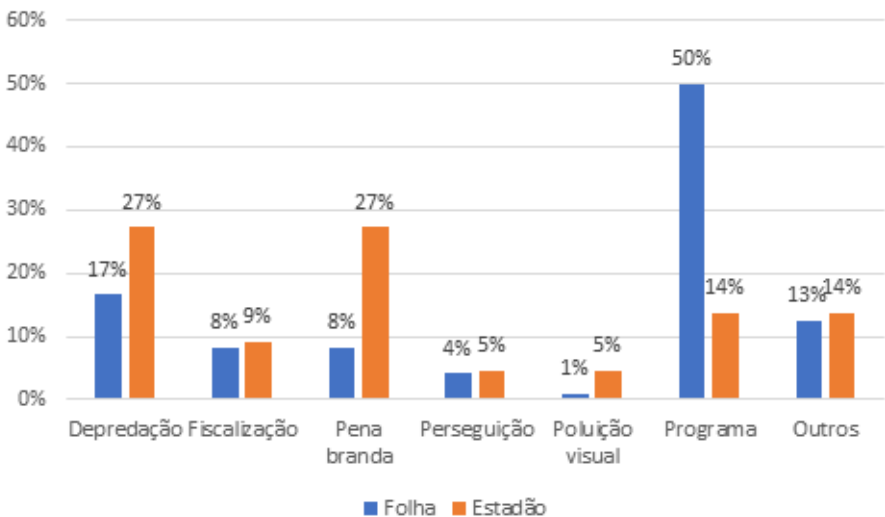
Fonte: elaborado pelo autor.

Entman (1993) afirma que os veículos jornalísticos elencam atores que têm maior exposição como fonte das notícias. O Gráfico 2 mostra que a voz que mais ecoou na cobertura foi a do prefeito João Doria, que recebeu um tratamento muito superior em relação aos demais, sendo a voz de metade das matérias da Folha e 36% do Estadão. Por sua vez, apenas 5% das notícias do Estadão, e 4% da Folha, traziam as versões dos dois lados do conflito na mesma notícia. Portanto, na maior parte das vezes, a única voz era a da fonte oficial. Nas páginas, o prefeito trata os pichadores como criminosos. “Não há diálogo com contraventor, todo pichador é bandido”, disse em uma entrevista, em 4 de fevereiro à rádio CBN, repercutida no dia seguinte pelos jornais. Doria também fez insinuações: “São transgressores. Provavelmente roubam celulares, roubam outras coisas”. Por fim, garantiu que durante seu governo os pichadores seriam “implacavelmente perseguidos e vigiados”.

Já o espaço dado pelos dois jornais ao outro lado da “guerra do spray” foi bem menor. O Estadão repercutiu mais as declarações de grafiteiros, que receberam um tratamento diferenciado pelo prefeito, com 14% de menções, contra 4% da Folha. Os pichadores também foram mais ouvidos pelo Estadão, 14%, contra 8% da Folha. Já as

notícias que abriram aspas para grafiteiros e pichadores na mesma matéria representaram 9% no Estadão, contra 4% da Folha. Portanto, o Estadão ouviu mais os atores contrários ao prefeito. A Folha ouviu em 8% das notícias a opinião de moradores, atingidos pelo spray e contrários aos pichadores. Já o Estadão deu mais atenção para a base de apoio de Doria na Câmara de Vereadores, 18% contra 4% da Folha, num contexto em o que o legislativo apreciava uma lei para aumentar as penas contra pichadores e grafiteiros.

Gráfico 3: Problemas (%) Proporção dos problemas enquadrados na cobertura.



Fonte: elaborado pelo autor.

O Gráfico 3 segue o modelo sugerido por Entman (1993) e apresenta os problemas presentes na cobertura das notícias. Nessa categoria, observamos uma diferença de tratamento entre os dois jornais. A Folha se destacou por apontar como principal responsável o próprio prefeito a partir do seu programa de governo. A variável repercutiu em metade das notícias, contra apenas 14% do Estadão. Embora Doria tenha sido a principal fonte das matérias da Folha, em boa parte delas ele aparecia para responder sobre as medidas por ele adotadas.

Em 12 de fevereiro de 2017, a Folha noticiou o resultado de uma pesquisa de opinião de seu instituto (Datafolha) sobre a avaliação do governo municipal. Com o título “Apesar de apoio a plano de zeladoria, 6 em cada 10 reprovam retirada de grafite”, a matéria destacava que a decisão do prefeito de cobrir de cinza a cidade não foi bem recebida pela maior parte da população.

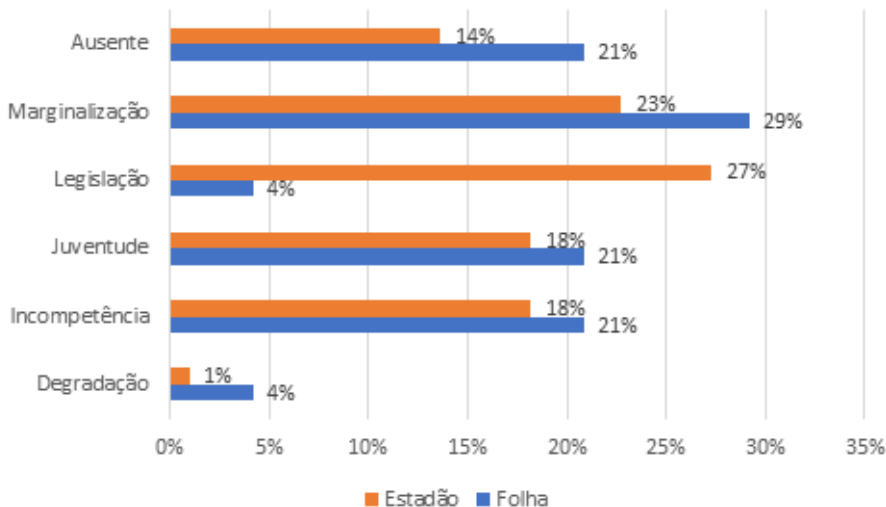
Não obstante, o Estadão enquadrou, negativamente, a ação dos pichadores e grafiteiros da cidade em mais uma categoria. Em 27% das notícias, a motivação dos problemas se referia ao abrandamento das penas, contra 8% da Folha. A mesma proporção também foi atribuída à “depredação” do patrimônio, contra 17% da Folha. Já a poluição visual foi tratada como problema em 5% das notícias do Estadão, contra 1% da Folha. Portanto, dois problemas que referendam a versão oficial do prefeito, que buscou enquadrar a questão como um ato criminoso e que precisava de mais punição. Com o título “Policiais do Deic vão investigar grupos de pichadores”, o Estadão tratou do tema como um caso de polícia e destacou a parceira da Prefeitura com as forças de segurança do Estado para monitorar e prender jovens que picham na capital paulista.

O enquadramento sugerido por Entman (1993) também apresenta as causas do problema, ou seja, as indicações dadas pelo veículo jornalístico sobre as razões que originaram a “guerra do spray”. Conforme o Gráfico 4, observamos, de modo geral, um equilíbrio maior entre os dois jornais analisados, com poucas diferenças entre ambos. A variável “marginalização” trata os grafiteiros e, principalmente, os pichadores como “marginais” e “delinquentes”. Nas palavras do prefeito, como “transgressores e bandidos”. A Folha trouxe 29% das notícias com essa causa, contra 23% do Estadão. Por sua vez, a Folha repercutiu mais notícias com a variável “incompetência”, que culpa diretamente o prefeito e suas decisões políticas sobre o caso, 21% contra 18% do Estadão. Essa foi a mesma proporção verificada nas matérias que culpam a juventude como os principais causadores da “guerra do spray”.

A maior diferença entre os dois jornais nessa categoria está na variável “legislação”, que coloca as penas brandas como causadoras do problema. Essa também foi uma das razões apresentadas desde o início pelo prefeito tucano. Doria usou sua base na Câmara de Vereadores para avançar com um projeto que criminalizava a atividade dos grafiteiros e pichadores, aumentando as penas. O Estadão deu mais importância para a tramitação da pauta no legislativo, 27% contra 4% da Folha. Por fim, a variável “ausente”, que foi classificada em 21% das

notícias do Estadão e 14% da Folha, se caracteriza por não apresentar nenhum culpado.

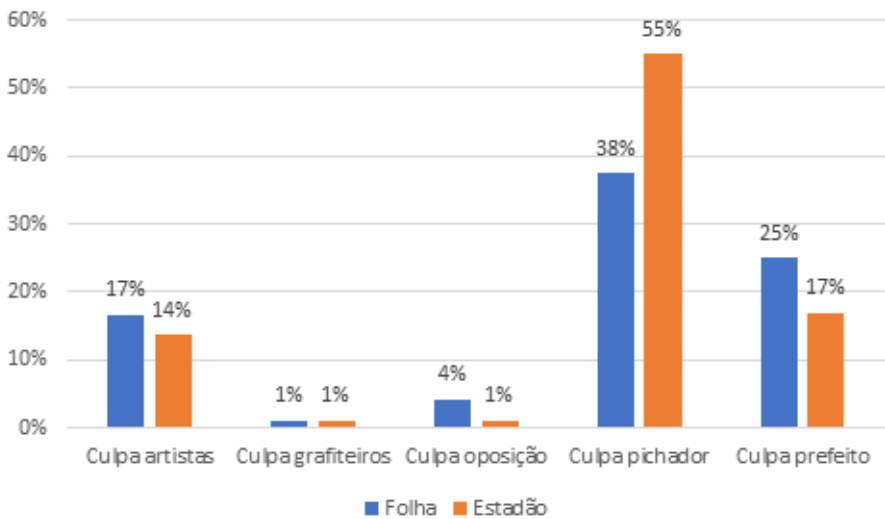
Gráfico 4: Causas (%) Proporção das causas dos problemas enquadrados.



Fonte: elaborado pelo autor.

Segundo Entman (1993), geralmente, a cobertura dos jornais indica algum tipo de julgamento moral. Um exemplo na cobertura desse julgamento é a responsabilização dos pichadores como os responsáveis por sujar a cidade e desrespeitar as leis. O Gráfico 5 mostra que eles foram apontados nos dois jornais como os principais culpados. O Estadão condenou mais, 55% contra 38% da Folha. Os pichadores se tornaram o maior alvo do prefeito tucano após Doria recuar da decisão de dar o mesmo tratamento hostil aos grafiteiros por conta da repercussão negativa de apagar os murais. Também por isso, apenas 1% da cobertura expôs os grafiteiros como culpados nos dois jornais. No entanto, as notícias que responsabilizaram os dois grupos que usam spray somaram 17% na Folha e 14% no Estadão.

Gráfico 5: Julgamento (%) Proporção dos julgamentos morais enquadrados.



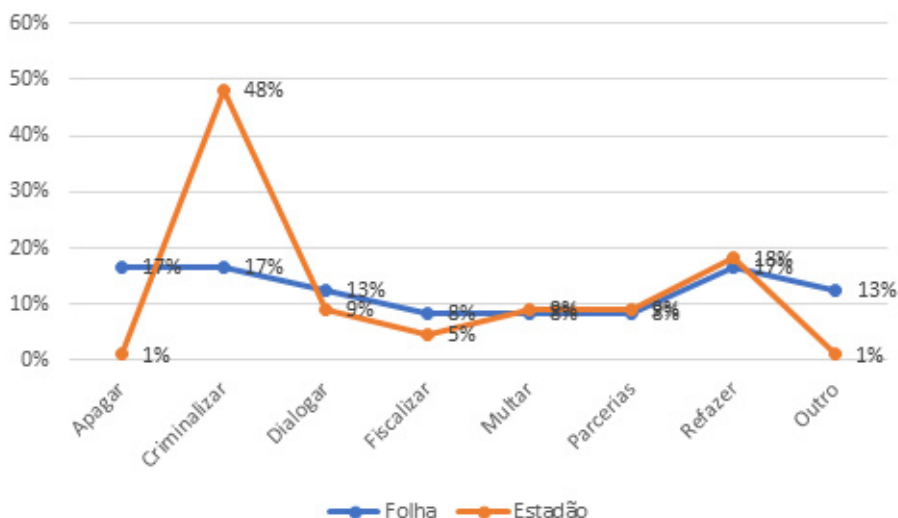
Fonte: elaborado pelo autor.

Depois dos pichadores, Doria foi apontado como principal culpado. Porém, em uma proporção bem menor. A Folha trouxe 25% das notícias contestando suas medidas, enquanto no Estadão esse número representou 17%. O principal questionamento foi a falta de diálogo do prefeito com os artistas de rua. Em 23 de janeiro 2017, o Estadão ouviu especialistas que disseram que pintar de cinza os muros “destrói a mensagem da cidade”. Em 29 de janeiro de 2017, a Folha trouxe uma matéria com “célebres pichadores” da cidade contestando as arbitrariedades do prefeito e lembrando da repressão que sofreram durante a gestão de Jânio Quadros. “Não deveria ser o papel do prefeito estimular a raiva nas pessoas”, disse Pessoa, antigo pichador. Hoje advogado e longe do spray, ele lembra que “a pichação só se consolidou na transgressão”. Portanto, a perseguição serviria para estimular ainda mais a prática.

Por último, o enquadramento proposto por Entman (1993) sugere que normalmente as notícias também apontam algum tipo de recomendação de tratamento. O Gráfico 6 evidencia que a principal

solução apontada foi a criminalização, ou seja, o endurecimento das penas, com aplicação de multas mais altas, e o aumento do patrulhamento das forças de segurança e de denúncias da população para entregar os pichadores. No entanto, percebe-se uma diferença de tratamento considerável entre os dois jornais analisados. Nesse caso, 48%, quase metade, das notícias do Estadão colocaram como principal solução a criminalização da atividade para resolver o problema, contra 17% da Folha.

Gráfico 6: Solução (%) Proporção da recomendação de tratamento sugerida.



Fonte: elaborado pelo autor.

No contexto em que Doria precisou recuar da sua estratégia de cobrir os grafites de cinza e dar aos murais o mesmo tratamento dispensado à pichação, 18% das notícias do Estadão e 17% da Folha apresentaram a variável “refazer” como solução. Já a opção “apagar” foi recomendada em 17% da cobertura da Folha e 1% do Estadão. O “diálogo”, principal recomendação dos artistas de rua para o prefeito, foi apresentado como melhor alternativa em 17% das matérias da Folha e 9% do Estadão. As demais variáveis, como “fiscalizar”, “multar” e

“parcerias” com a iniciativa privada representaram menos de 10% da solução nos dois jornais.

Na “guerra do spray”, conforme hipótese inicial, quem levou a pior na cobertura das notícias foram os pichadores e grafiteiros. O Estadão atribuiu em 69% das matérias a culpa para esse lado do conflito, contra 59% da Folha. No entanto, os grafiteiros saíram ilesos, e, assim como o arsenal do prefeito, a maior parte do julgamento recaiu sobre os pichadores. Já Doria, foi mais responsabilizado pela Folha, em 25% das notícias, contra 17% do Estadão. Por fim, a solução foi outra categoria que colocou o Estadão do lado do prefeito. Quase metade da cobertura (48%) considerava a criminalização como melhor saída, já a Folha variou mais nas recomendações e foi mais equilibrada também nesse quesito.

Embora os dois jornais tenham dado espaços relativamente equilibrados na cobertura, sem uma assimetria no número de notícias, e padronizaram as temáticas em torno de uma órbita política e do cotidiano da cidade, é possível percebermos claramente uma inflexão do Estadão em prol do prefeito João Doria. Portanto, o tratamento dado para cada uma das partes foi diferente entre os jornais. As categorias da análise de enquadramento que mais evidenciam isso se referem aos componentes, problemas e as soluções recomendadas. Nessas, o Estadão buscou tratar a cobertura em consonância com os objetivos do prefeito, focando na criminalização, na cultura do punitivismo e em responsabilizar os pichadores pelos “prejuízos” causados ao patrimônio.

Por sua vez, a Folha de S. Paulo fez uma cobertura mais interessada em verificar os questionamentos e interesses das partes envolvidas no conflito. O jornal dividiu a culpa pelo dilema com o próprio prefeito, destacando a sua falta de diálogo com os artistas e como a cidade ficou mais cinza. A Folha também repercutiu mais notícias de contestação ao lado oficial, incluindo protestos dos jovens e da empresa Amazon, que colocou Doria na defensiva, tendo que responder a um questionamento posto pela iniciativa privada, do qual é o maior defensor. Nesse caso, a contestação partiu de uma das maiores empresas de tecnologia do mundo e a Folha repercutiu a polêmica em suas páginas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A primeira conclusão aponta para uma padronização na cobertura das notícias, uma das características normalmente evidenciadas nas análises de enquadramento. De modo geral, os dois jornais trata-

ram a “guerra do spray” como um assunto factual, presente na rotina da cidade, e seus desdobramentos seguiram quase sempre a agenda oficial do prefeito. As matérias eram eminentemente políticas, repercutindo principalmente declarações de autoridades e as ações de Doria vestido de gari para apagar os murais e “pixos” dos locais por ele determinados. Boa parte da cobertura focou em temas corriqueiros, como a tramitação no parlamento de uma lei mais dura contra os pichadores e grafiteiros, e dos prejuízos materiais que as intervenções acabam gerando para os proprietários dos imóveis.

O fato de todas as notícias serem publicadas no caderno local nos dois jornais denota uma homogeneização do tratamento das notícias e uma limitação da forma como a temática foi abordada. No Brasil, diferentemente de outros países, existe uma distinção entre pichação e grafite, sendo que o último normalmente é bem aceito e reconhecido como arte de rua. No entanto, mesmo as pinturas em spray sendo consideradas como manifestação artística e com relevância cultural e estética em muitos círculos, o assunto não ganhou espaço no caderno de cultura dos dois jornais. Com isso, esvaziou-se um debate mais amplo, complexo e que fugiria do senso comum e da estigmatização de ser um ato de vandalismo e meramente transgressor.

Mas a cobertura também apresentou diferenças entre os dois jornais analisados. Elas ficaram mais latentes nos resultados da pesquisa empírica a partir do modelo proposto por Entman (1993). Em relação ao componente enquadrado, ficou visível uma assimetria entre o Estadão, que focou na criminalização dos pichadores, e na Folha, que direcionou a cobertura para as contestações em torno das decisões políticas do prefeito. Portanto, nessa categoria é perceptível que o primeiro jornal (Estadão) acabou favorecendo a versão oficial, enquanto o segundo (Folha) expôs mais as contradições do programa de governo de Doria. Por sua vez, o prefeito foi a principal fonte dos dois jornais. No entanto, o Estadão deu mais voz aos demais personagens envolvidos, ainda assim numa proporção bem menor.

Outra diferença de tratamento percebida entre os jornais foi em relação ao problema enquadrado. Enquanto a Folha dedicou metade das notícias para expor a maior vitrine eleitoral de Doria, o Estadão focou nas causas que refletiam o entendimento do próprio prefeito, como a pena branda ineficiente para combater os transgressores e a associação entre a pichação com o vandalismo e depredação do patrimônio. Portanto, mais uma vez o Estadão caracterizou-se por um tom ameno e a favor do lado oficial. Na categoria causas, a cobertura em torno da mudança na legislação ganhou mais destaque no Esta-

ção, também por conta da saliência verificada no problema, ou seja, de que as multas precisavam ser maiores e as leis mais severas.

Embora a Folha tenha ampliado mais o debate, na batalha entre o prefeito e os artistas de rua quem perdeu a “guerra do spray” na cobertura dos jornais analisados foram os grafiteiros e pichadores. Ao cobrir principalmente o cotidiano da política e da cidade, os jornais limitaram suas pautas a uma disputa política entre os dois campos, e não aprofundaram questões de ordem sociológica e filosófica que fugissem do padrão e furassem a bolha da típica associação entre spray e vandalismo. Nesse sentido, os pichadores foram os mais prejudicados, por terem sido pouco ouvidos, prevalecendo, assim, a versão oficial que os associava à criminalidade. Conforme já estabelecido pela literatura do enquadramento, a não cobertura pode privilegiar certos atores, quando não oferece espaço suficiente para outras pautas, fatos e análises. Ao apostarem, de modo geral, em uma cobertura rasa, corriqueira e imediatista, os jornais, principalmente o Estadão, reforçaram o estigma contra os pichadores e contribuíram para dar legitimidade ao discurso e a perseguição do prefeito

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Mércia. A imagem dos candidatos à prefeitura de São Paulo na campanha eleitoral de 2016. **Agenda Política**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 148-170, 2017. Disponível em: <https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/137>. Acesso em: 20 maio 2022.

BITTENCOURT, Beatriz; DORETTO, Juliana. Grafite x Doria: o Estadão na cobertura da polêmica na cidade de São Paulo. **Temática**, [S. l.], v. 17, n. 9, p. 176-192, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/60806>. Acesso em: 20 maio 2022.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar y salir de la modernidad. México, 1989.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Tradução de Ana Lucia de oliveira, Aurélio Guerra Neto; Celia Pinto Costa. São Paulo: Ed. v. 34, 2011. 128p.

ENTMAN, R. Framing: toward a clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, [S. l.], v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993. Disponí-

vel em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. Acesso em: 20 maio 2022.

GOHL, Fernando César; FORT, Mônica Cristine. Conflitos urbanos: grafite e pichação em confronto devido à legislação repressiva. **Logos**, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 16-36, 2016. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/17412>. Acesso em: 20 maio 2022.

LARA, Arthur Hunold. **Grafite arte urbana em movimento**. 1996. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

LEMONS, André. **Ciberespaço e tecnologias móveis: processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura**. Imagem, visibilidade e cultura midiática. In: MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi; ARAUJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Org.). **Livro da XV Compós: Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 277-293.

MAFFESOLI, M. **La contemplation du monde**. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle, 1993.

MAIA, R. Debates públicos na mídia: enquadramentos e troca pública de razões. **Revista Brasileira de Ciência Política**, [S. l.], n. 2, p. 303-340, 2009. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/1645>. Acesso em: 20 maio 2022.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

PORTO, M. Frame diversity and citizen competence: Towards a critical approach to news quality. **Critical Studies in Media Communication**, [S. l.], v. 24, n. 4, p. 303-321, 2007. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07393180701560864>. Acesso em: 20 maio 2022.

PERLMAN, Janice E. **O mito da marginalidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

OLIVEIRA, José Geraldo. **Graftecidade e visão travelar** – comunicação visual, rebeldia e transgressão. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Casper Líbero, São Paulo, 2012.

REIS, César Fuentes Molina. **Guerra do spray**: política, poesia, transgressão, arte e establishment: a relação entre o grafite e São Paulo. 2018. Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2018.

ROLNIK, Raquel *et al.* **Cidades Rebeldes**. Passe livre e manifestações que tomaram as ruas. São Paulo: Boitempo, 2014.

RUSSI, Pedro Duarte. **Enciclopédia Intercom**. São Paulo, 2010. 931p.

SILVA TÉLLEZ, Armando. **Punto de vista ciudadano**: focalización visual y puesta en escena del graffiti. Instituto Caro y Cuervo. Imprenta patriótica, 1987.

SPINELLI, Luciano. Pichação e comunicação: um código sem regra. **Logos**, [S. l.], v. 14, n. 1, p. 111-121, 2007. Disponível em: <http://www.logos.uerj.br/PDFS/26/08lucianospen.pdf>. Acesso em: 20 maio 2022.

SOUZA, Taís Rios Salomão; MELLO, Lílian de Jesus Assumpção. O folk virou cult: o grafite como veículo de comunicação. **Revista de Estudos da Comunicação**, [S. l.], v. 8, n. 17, 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88240>. Acesso em: 20 maio 2022.

LEITURA DO/NO MUNDO: SOBRE APPBOOKS E A EXPERIÊNCIA DO LER NA/A URBE

Carina Ochi Flexor

Universidade de Brasília (UnB)
carina.flexor@fac.unb.br

Rogério José Camara

Universidade de Brasília (UnB)
rogeriojcamara@gmail.com

INTRODUÇÃO

O presente texto emerge do universo livresco em ambiência digital, com o intuito de refletir sobre as transformações nos regimes de leitura. Considera-se, nesse sentido, as reconfigurações profundas e sem precedentes não somente no objeto livro em si, mas, sobretudo, nas práticas em seu entorno, o que, notadamente, vem transformando também os modos de valorar a cultura livresca de uma forma mais ampla.

Supondo a leitura uma prática fundamental para o tecer social, a presente investigação se justifica, alinhando-se, inclusive, com as transformações em curso que rompem antigos enquadres de se produzir e consumir o referido objeto que, historicamente, consolidou-se, conforme registrou Lafarge (2010, p. 17), como meio de acesso ao saber e à cultura, tornando-se e se mantendo por muito tempo o principal objeto da experiência da leitura.

É, portanto, no tecer entre a cultura livresca, as mídias e tecnologias digitais, as práticas da leitura e os espaços, em especial, da *urbe*, que se centralizam as discussões deste trabalho. Diante da crise das narrativas totalizantes que orientaram os modos de ler o mundo, este estudo busca refletir sobre a experiência da leitura considerando a base comum digital que conforma o objeto em si nesses ambientes e também a perspectiva não totalizante própria da rede que se abre às múltiplas apropriações de produção-consumo cultural.

Assim, considerando o universo dos livros-aplicativos¹³², também denominados de *appbooks*, é possível encontrar nas lojas virtuais dos sistemas operacionais Android e iOS objetos livrescos que privilegiam a relação entre tecnologia digital e literatura, viabilizando narrativas verbocovisuais abertas à participação dos muitos leitores e integradas ao espaço por onde estes circulam. De outra maneira, dadas as possibilidades tecnológicas e a crescente demanda por participação na ambiência digital, avolumam-se produções livrescas que são de alguma forma contextualizadas por/no local em que o sujeito os experimenta, permitindo a construção de uma ponte entre a narrativa e o local onde se efetiva a leitura, e, mais além, entre a narrativa ficcional e a vida mesma do sujeito leitor.

Notadamente, tais experimentos livrescos tensionam os regimes de leitura e de sua produção, sobretudo, quando se observam as narrativas que, a partir da ubiquidade dos dispositivos de leitura, permitem que a experiência do ler em si acompanhe o trânsito do sujeito leitor em seu cotidiano ordinário, levando o livro e a leitura para múltiplos espaços e, em alguns casos, inclusive, incorporando à narrativa ficcional também dados/informações do local onde o sujeito lê.

Tais aspectos se assentam diante da especificidade dos livros-aplicativos que, ademais nem sempre se aproximarem dos formatos e marcadores indiciais à cultura livresca, enquanto softwares – diferentemente dos livros-arquivos como pdfs e ePubs –, permitem a realização de tarefas que, além de extrapolar a instância da leitura, ainda permitem geolocalizar a atividade leitora através de estruturas próprias do livro-*software* e/ou do *hardware* de leitura.

O presente texto, nesse sentido, acolhe como objeto empírico para fins de observação, um *appbook* em estágio de transdução¹³³, ou

132 Considerando que o processo de digitalização dos produtos culturais e as lógicas de convergência têm gestado novas espécies de mídia-livro, fazendo ver uma miríade de tipos de livros em ambiência digital, destaca-se que o presente texto se atém aos livros-aplicativos (*appbooks*), enquanto softwares específicos.

133 Frente ao universo dos livros-aplicativos, Flexor (2012) propõe pensar em três estágios de desenvolvimento livresco, a saber: o estágio de transposição, o de trans-

seja, um livro-software cuja abertura da obra extrapola as lacunas interpretativas e permite o aporte de conteúdo multimodal por parte de cada leitor – frente ao seu deslocamento enquanto lê –, além dos dados capturados pelo sistema-livro que, por outra via, também lê o seu leitor.

Interessa à presente investigação as implicações da materialidade dos livros- aplicativos na experiência do ler, considerando, sobretudo, a ubiquidade dos artefatos de leitura que, por sua vez, permite que o consumo livresco se efetive durante os deslocamentos ordinários dos sujeitos nas cidades. Essas questões são aqui discutidas tanto a partir da perspectiva do design, que se volta ao projeto das interfaces gráficas em consonância com a experiência do leitor e suas práticas de leitura, como a partir das tecnologias da informação e comunicação no que se refere à relação livro-leitor frente aos sistemas computacionais.

Assim, considerando a natureza mesma da mídia-livro mediada por software, o presente capítulo teve como objetivo analisar o impacto dos protocolos de leitura (CHARTIER, 2011), em especial, os *protocolos na leitura* e os *protocolos no espaço* (FLEXOR, 2018) sobre a experiência do ler o livro e a própria cidade, observando, sobretudo, a camada cultural das interfaces gráficas e a camada computacional dos artefatos tecnológicos de leitura.

Nesse horizonte, observando os *protocolos de edição*, os *protocolos de autoria* e os *protocolos do sistema* (CHARTIER, 2011; FLEXOR, 2018) demarcados nas bases materiais de objetos empíricos, o texto avança ao problematizar os níveis de colaboração do sujeito-leitor que, através dos aportes de conteúdo multimodal e de dados, e, ainda, a partir dos deslocamentos durante a tarefa leitura nos espaços das cidades, imputa vestígios que interferem na conformação livresca e, conseqüentemente, sobre as demais leituras. Para isso, articulam-se operadores conceituais da literatura livresca e da mídia, notadamente, as já mencionadas noções acerca dos protocolos de leitura (CHARTIER, 2011; FLEXOR, 2018) e da pragmática computacional da *new media* (MANOVICH, 2002), especialmente ao que se refere às marcas produtivas que conduzem a experiência do ler.

Assim, de abordagem qualitativa-exploratória, a partir da revisão de literatura e da observação empírica, este texto indica que os movimentos de colaborar e se deslocar – no cotidiano do sujeito durante

figuração e o de transdução. Os livros transduzidos seriam aqueles que, previstos por protocolos inscritos na camada computacional, estariam a permitir a incidência de *protocolos na leitura* e, mais além, *protocolos no espaço*.

a atividade da leitura – apontam para protocolos de leitura que, para além da produção de sentido e reapropriação dos espaços, afetam a experiência da leitura em uma esfera coletiva, reverberando sobre os modos de ler a/na *urbe*.

ENTRE DESLOCAMENTOS: A LEITURA MEDIADA POR PROTOCOLOS NO ESPAÇO

As mudanças nos atuais modos de ler sinalizam, em primeira instância, para contornos próprios do objeto *livresco* em ambiente digital, uma vez que alicerçando-se em uma base comum dada a partir da convergência de mídias e linguagens – inclusive computacional –, o livro passa a se configurar a partir de propriedades de software que, em última instância, distanciam-se das bases de antanho, quando as particularidades técnicas definiam os atributos de diferentes produtos culturais, como no caso do cinema, da fotografia, da pintura e também do livro (MANOVICH, 2013). Entremeadado pela sintaxe computacional, o meta-livro¹³⁴ aponta, então, para a inter-relação entre algoritmos e estrutura de dados (MANOVICH, 2002), o que, de outra forma, indica que as propriedades midiáticas do objeto não se assentam mais sobre a natureza do suporte e mesmo técnicas de produção, do contrário, são as propriedades dos softwares que passam a estruturar o objeto livro digital.

Se antes da digitalização da cultura, as diferentes linguagens possuíam, cada uma, seu suporte-mídia, como papel-texto, película-fotografia-filme, fita magnética-som-vídeo (SANTAELLA, 2013), a diluição das barreiras que conformaram os distintos produtos da cultura, para além de viabilizar a hibridização de linguagens, aproximou também atores que antes não faziam parte do campo editorial, por exemplo, programadores, designers de interface, desenvolvedores de jogos, dentre tantos outros. Essa questão sinaliza não apenas para a convergência de mecanismos e estratégias de outros campos, como indica a presença de protocolos de leitura próprios do livro em ambiente digital, uma vez que estes novos agentes imputam, na matéria *livresca*, vestígios direcionadores da experiência leitora.

Como já salientado, a presente investigação partiu do arcabouço teórico proposto por Chartier (2011) no que se refere aos protocolos de leitura como vestígios ou marcas deixadas por autores e editores na objetualidade *livresca* que, como afirma o referido autor, estariam,

¹³⁴ Faz referência à capacidade potencial dos livros-aplicativos, enquanto softwares, de reproduzir e integrar outros tipos de mídia, reconfigurando antigas mídias.

a priori, a conduzir a experiência da leitura do livro impresso. São estratégias de escrita e/ou marcas estilísticas, bem como recursos gráficos que dirigem a experiência do ler de um dado produto livre-co. Assim, considerando as especificidades do livro-aplicativo, reconhecendo a participação dos citados novos agentes que colaboram com a tessitura do produto digital, observam-se vestígios que são antes demarcados pelos já mencionados programadores, designers de interface, desenvolvedores de jogos e outros tantos especialistas a depender da especificidade do *livro-software*.

A agência destes diferentes atores sobre a tessitura do objeto, notadamente, tensiona o campo editorial na medida em que estes também passam a implicar sobre a matéria livresca marcas dos modos de produção que vão reverberar sobre a experiência da leitura. Nesse sentido, para além de reconhecer as características da *new media* (MANOVICH, 2002), reconhece-se os protocolos de leitura do livro digital e, nesse sentido, ademais os protocolos do autor e editor (CHARTIER, 2011), admite-se a incidência dos *protocolos do sistema livro*, os *protocolos na leitura* e os *protocolos no espaço* (FLEXOR, 2018).

Reconhecer os protocolos de leitura do livro digital é assentir, em primeira instância, que os *protocolos do sistema* estão vinculados diretamente à natureza material do objeto, admitindo, desse modo, que a camada computacional própria do software endereça vestígios à leitura que, por sua vez, se fazem notar, em seu duplo, na camada cultural através das *affordances* presentificadas nas interfaces gráficas dos *hardwares* de leitura.

Soma-se à essa perspectiva também, os *protocolos na leitura* que, viabilizados pela quebra do polo da emissão e ubiquidade dos *hardwares* de leitura, a matéria livresca se abre às apropriações de múltiplos leitores que, por sua vez, originam vestígios que vão impactar diretamente a leitura dos demais sujeitos. São vestígios que são dados durante a experiência mesma da leitura, a partir de aportes de conteúdos de distintas naturezas, inclusive de dados gerados pelo uso em si do *livro-software*. Assim, os *protocolos na leitura* fazem referência à colaboração dos leitores que, diante dessas obras, também reivindicam para si a participação na tessitura da obra de apreço a partir de conteúdos que insere ou mesmo através dos dados capturados pelo sistema-livro quando da experiência da leitura.

Ainda sobre esses, notadamente, podem incidir os denominados *protocolos no espaço*, ou seja, vestígios demarcados na experiência mesma e que se efetivam por meio dos deslocamentos ordinários dos sujeitos durante a atividade da leitura. Estes dizem respeito aos ves-

tígios que são imputados à narrativa a partir da experiência da leitura em movimento/trânsito nos espaços por onde o leitor circula, seja através da incorporação de dados geolocalizados ou mesmo a partir da intercontaminação entre o mundo ficcional e o mundo concreto onde o leitor lê.

Mais além, se a participação outrora fora limitada às marcações nas margens das páginas do livro e diante das lacunas interpretativas da obra em si, a atividade leitora hoje é atravessada pela quebra do polo de emissão e conexão generalizada o que, de outra forma, possibilita ao sujeito somar à atividade do ler, também, a do escrever, que, por sua vez, não tem mais a delimitação espaço-temporal de outrora, podendo se efetivar em um fluxo contínuo e próprio. A conexão contínua tornou cada leitor um produtor constante de dados – concebidos de forma ativa ou passiva –, o que, definitivamente, vem mudando o cenário do livro e da leitura, conformando a atividade da leitura em si como produtora de vestígios endereçados a outras experiência leitoras, passando a englobar, no processo próprio de sua construção e (re)construção – dada a abertura da obra a apropriações de múltiplos leitores –, outros atores/leitores que passam a postular vestígios ou *protocolos na leitura e no espaço* endereçados a outros muitos leitores, transformando, decerto, as experiências leitoras.

Diante do exposto, ressalta-se que interessou ao presente texto, mais detalhadamente, os citados *protocolos na leitura e protocolos no espaço*, sobretudo, porque estes sinalizam para marcas que são adicionadas ao objeto como camadas informacionais que, a priori, apesar da procedimentalidade do sistema-livro, dançam ao sabor de escolhas próprias de cada leitor, fazendo da leitura em ambiente digital, uma experiência cambiante, aberta e não totalizante. Mais além, se a atividade leitora fora uma experiência antes solitária e efetivada em espaços privados, hoje, tecendo-se em espaços públicos, a experiência do ler tem promovido a aproximação de distintas realidades dos muitos leitores das paisagens ficcionais de variadas narrativas. De outra forma, esses objetos livrescos, a partir das suas particularidades e escolhas produtivas, viabilizam a incorporação dos espaços da *urbe* nas narrativas, como pode-se ver, por exemplo, no *appbook Trip Book Smiles*¹³⁵. Partindo da ideia de que o livro muda para se passar onde o leitor o lê, a proposta objetiva fazer com que o leitor, de alguma maneira, faça parte da história, independentemente de onde estiver.

135 Para conhecer um pouco mais sobre o projeto que celebra o aniversário de 20 anos do programa de milhagem Smiles, da Companhia Aérea Gol, acesse <https://365motivos.com.br/>. O trailer da plataforma pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=6NdOJT3zWW8&feature=youtu.be>.

Para concretizar essa ideia, os idealizadores pensaram em um livro-aplicativo que, reconhecendo a localização do leitor, adapta a história ao local onde se efetiva a leitura, incorporando à narrativa base, dados do mundo concreto. Posto de outro modo, a partir de uma história única e com os mesmos personagens e trama, o enredo é contextualizado no espaço/cidade onde o leitor está, fazendo mudar apenas as referências dos lugares em que passa a história, localizando ruas, parques, pontos turísticos. O que esse exemplo desvela é que os referidos *protocolos no espaço* se efetivam através da mobilidade pelos territórios informacionais da *urbe*, atual *locus* do tecer da experiência narrativa que recobre o imaginário das cidades.

É, então, nesse contexto, que se elegeu um livro-aplicativo, dentre vários disponíveis, para fins de observação e discussão. Ressalta-se que se privilegiou um livro-aplicativo que em sua materialidade/narrativa fosse prevista a incorporação dos espaços da *urbe*, independente da estratégia adotada. Nesse horizonte, este capítulo explora as estratégias narrativas que, de alguma forma, são contextualizadas por/no local em que o sujeito os experimenta, permitindo a construção de uma ponte entre a narrativa e o local onde se efetiva a leitura.

O exemplo que será apresentado a seguir é representativo de um universo livresco que busca capturar dados particulares dos muitos sujeitos que seguem lendo, convocando-os a participar efetivamente com aportes de conteúdo verbovocovisual. Além de promover impactos sobre a tarefa da leitura, como o deslocamento dos antigos espaços do ler e a participação mais efetiva do leitor que ultrapassa as lacunas interpretativas para, efetivamente, colaborar com a tessitura da obra a partir de aportes de conteúdo, o objeto empírico observado provoca reflexões, sobretudo, acerca das mudanças promovidas nos regimes da experiência da leitura.

A EXPERIÊNCIA DO LER NA/A URBE

A forma do livro impresso é resultado e expressão de seu conteúdo. Ele acolhe a construção do raciocínio, a temporalidade lógica de um discurso, reunindo o pensamento em um todo. Diversos estudos procuram demonstrar como o livro impresso transformou a nossa cultura a ponto de McLuhan (2000) usar a expressão *homem tipográfico* e de Nietzsche (2006) alertar que a eficiência da linguagem textual levou o homem a subestimar a capacidade dos meios sobre a construção de nosso conhecimento, criando a ilusão de que os meios

eram um mundo à parte do mundo em que vivemos, obscurecendo a noção de que os produtos da cultura material são mediadores de agenciamentos, hábitos e representações.

Com a imprensa se procurou chegar a uma forma canônica dos livros. Essa lógica seria, porém, confrontada pelo estilhecimento do texto nos espaços urbanos, sobretudo a partir da explosão populacional no século XIX. Mallarmé, em *Le Livre* (1957), viu a necessidade de se estabelecer uma nova sintaxe diante da abundância de escritas que então saltavam do livro e tomavam a *urbe* por intermédio de letreiros, jornais e cartazes exibidos nas ruas com palavras esgarçadas e interpoladas umas às outras. O espaço das grandes cidades evidenciava uma linguagem atrelada à velocidade, ao simultâneo, uma dinâmica de escrituração e de leitura que já não se deixava imprimir sob a forma linear do livro. Também imersos no espaço urbano, os futuristas projetaram livros colhendo os resíduos da cidade e explorando a dimensão olfativa, tátil e térmica das “palavras em liberdade”. Julio Cortázar, caminhando por Paris, demonstrou a dimensão metafórica dos cartazes exibidos nas ruas pela justaposição aleatória das palavras. El Lissitzky, em texto de 1926, chegou a imaginar a explosão e a desmaterialização do volume de papel impresso com a chegada de tecnologias como o rádio, o cinema e o telefone. Confrontando a gramática estrita e o texto autoral destinado à leitura respeitosa, Rimbaud (1998) declarou que,

[d]esde muito me ufanava em possuir todas as paisagens possíveis e tinha por irrisórias as celebridades da pintura e da poesia moderna. Admirava as pinturas mediocres, bandeiras de portas, cenários, telões de saltimbancos, letreiros, iluminuras populares; a literatura ultrapassada, latim de igreja, livros eróticos mal escritos, romances dos tempos da avó, contos de fadas, almanaques infantis, velhas óperas, refrões simplórios, ritmos singelos. (RIMBAUD, 1998, p. 161)

Embora, notadamente, a prática da leitura nas/das cidades seja anterior à existência do livro em ambiente digital, a fugacidade própria da leitura mediada pelas interfaces gráficas abre espaço para a efetiva penetração dos espaços do ler na *urbe* na estrutura mesma do objeto livresco. Isso porque o sujeito passa efetivamente a colaborar – com conteúdo multimodal e dados – com a tessitura do livro-software que, por sua vez, a partir dos *protocolos do sistema* que

preveem as lógicas colaborativas, abre espaço para que a experiência em si promova distintas leituras na/da *urbe*, a partir da apropriação de fragmentos da cidade à narrativa e consequente ressignificação de espaços, monumentos, edificações.

Embora o espaço de dados seja acessível apenas através de uma interface gráfica, ele se define no processo de interação, se dando por seus princípios de navegação previamente previstos pelos *protocolos do sistema*. O percurso transforma o próprio espaço e sua narrativa se atualiza a cada vez de diferentes modos dependendo dos caminhos percorridos. A obra não é mais individual, identificável ou localizável, os termos ocorrem por meio da relação. O autor do livro-aplicativo coloca-se fora do tempo de sua obra. Esta é pensada em termos de possibilidades se distanciando dos princípios de uniformidade decorridos da imprensa, com sua semântica perene e sólida.

Chartier (2012) identifica que a genealogia jurídica do conceito de autor ocorre no início do século XVIII, logo após a ascensão burguesa, Mallarmé imaginaria, já no fim do século XIX, um livro total, um livro absoluto, sem nenhum signatário (SCHERER, 1957). Se limitada pelas tecnologias da época, a proposta de Mallarmé se limitou a notas, hoje as possibilidades criadas pelo livro-aplicativo impactam sobre elementos estruturais da criação narrativa. Ele permite a construção de histórias que resultam da interação de diversos agentes. O autor não cria uma forma definida, estável e identificável, mas um mundo de possibilidades que vai além da obra. Os termos surgem por meio da relação como tal e não por uma relação de reflexão tardia entre termos pré-existentes e predefinidos. O autor se volta à estrutura da obra, definindo os limites das variantes possíveis. Trata-se de processos textuais, deixados em aberto, disponíveis à intervenção do leitor (DERRIDA, 2004). O que se apresentava como hipótese na arte moderna, a obra feita com o olhar do leitor, torna-se aqui tangível.

Os livros-aplicativos, portanto, implicam em outra ordem de materialidade, cuja noção de 'realismo' não se restringe aos elementos formais do texto, mas à própria realidade de um mapa ou de uma sequência de ações. As tecnologias de informação e comunicação, as quais o livro-aplicativo se apropria, estão na origem de uma mutação nas formas de relações sociais e, conseqüentemente, de uma nova configuração espacial. Diversas modalidades de interações estabelecidas pelas trocas de informações e símbolos emergem de experiências articuladas entre o físico e o virtual. Apesar de a maioria dos livros digitais ainda esteja na ordem da mimese, pois se aproximam estruturalmente do livro impresso pelo qual a nossa cultura está im-

pregnada, já são fartas as experiências literárias em que se dissolve a integridade material que constituiu o livro de papel, rompendo a sua singularidade e abolindo a sua forma de bloco compacto de resistência ao fluxo das coisas e de sua forma em face do fluxo de eventos. Esse é o caso dos livros-aplicativos que, em sua nova forma material, dissolve a unicidade, a singularidade a qual o livro de papel permanece ligado. O espaço contemporâneo se apresenta com uma rede feita de pontos e é definido por relações.

A era do simultâneo, a era da justaposição, a era dos dispersos e dos conectados, já fartamente discutida no campo da filosofia, reconfigura nossa relação com a memória e diz respeito mais a um *onde* do que a um *quando*. Consiste, assim, em navegar no espaço no qual a temporalidade é apreendida nas mãos. O espaço se torna temporal na medida em que ele se oferece de acordo com nossas escolhas a partir dos links que ativamos, numa montagem espacial e não mais temporal como nas narrativas de filmes e livros em seu formato tradicional. Na montagem espacial do livro-aplicativo, a montagem não se encontra no tempo de projeção da tela, mas na injunção temporal da interatividade.

A noção de narração, em que se objetivava transmitir um quadro de referência global e uniforme, passa a ser questionada. Testemunha-se a transição de um regime temporal para um regime espacial de narração. Espaços de memória, como a internet, não se traduzem num todo coerente, mas como conjunto ou, explicitando o sentido matemático, como um agregado de elementos discretos. Elementos que se interligam, se dispersam, se reagrupam, o que não implica na possibilidade de reuni-los sob a mesma perspectiva, nenhum olhar absoluto é possível.

É, então, nesse contínuo de transformações que a materialidade do livro em ambiente digital vem gestando experimentos livrescos que, usufruindo das potencialidades próprias dos livros-aplicativos em estágio de transdução, viabilizam experiências leitoras que se efetivam nos espaços de circulação dos leitores, tornando os sujeitos e seus deslocamentos responsáveis por mudanças na materialidade mesma do livro, impactando em outras experiências leitoras.

Nesse horizonte, destaca-se o *appbook The Pickle Index*¹³⁶ que, em sua conformação material, a partir dos protocolos inscritos no sistema-livro, prevê a participação colaborativa dos leitores que, por sua via, fazem incidir vestígios que são inscritos na matéria livresca, re-

136 Para acessar e baixar o livro-aplicativo, visite: <http://www.suddenoak.com>. Acesso em: 23 fev. 2022.

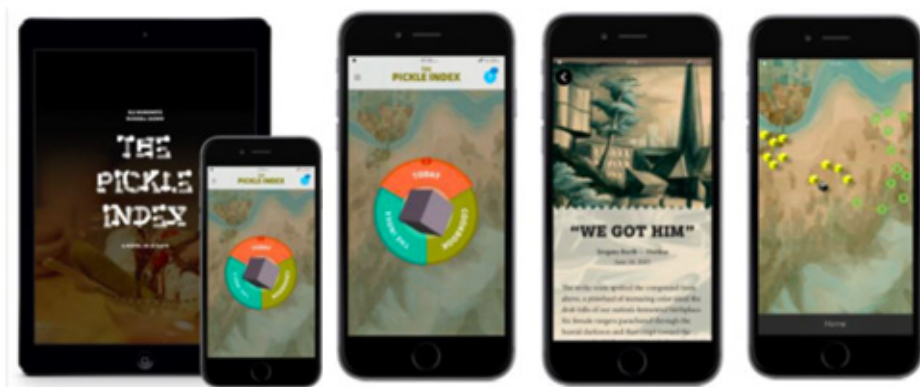
verberando sobre as distintas experiências de leitura. Fazendo transitar narrativas que basculam entre estratégias lineares e multilineares, distanciando-se das referências que ancoram culturalmente o livro impresso, embora mantenha a lógica dos capítulos e sequencialidade imposta por recursos visuais, o referido livro-aplicativo prevê procedimentos que permitem a colaboração dos leitores que, por sua vez, passam a cooperar com aportes de conteúdo multimodal e mesmo com os dados rastreados pelo próprio software-livro, conformando o que aqui foi denominado de *protocolos na leitura*. Mais além, o citado livro também prevê uma dada abertura da obra que, demarcado a partir dos *protocolos do sistema* em sua camada computacional, também permite que incidam sobre a experiência da leitura e tessitura da obra, índices aqui denominados de *protocolos no espaço*.

Resguardando lógicas de uma narrativa seriada – distribuída e anunciada em 10 dias – e, ainda, viabilizando múltiplas vias de acesso ao mundo narrativo, *The Pickle Index* permite que a leitura se inicie em diferentes pontos do contexto narrativo, autorizando cada leitor a experimentar o referido mundo ficcional como um “cidadão/personagem” da história e, nesse sentido, as ações de cada leitor interator direcionam o desenrolar da própria narrativa. Nesse sentido, cada leitor é convidado a colaborar – inclusive como forma de avançar na história –, propiciando, através de pontos georreferenciados e apresentados por meio da interface gráfica, a inter-relação dos mundos físico e ficcional.

Apresentando estratégias de gamificação, o citado livro-aplicativo prevê um sistema de *upvoting*¹³⁷ que permite que o leitor experimente a história como se fizesse parte dela, na medida em que assume o papel de “cidadão”, desenrolando a narrativa no tempo da sua leitura e intervenções que, por sua vez, direcionam o sentido que a história vai tomando. Os leitores são, então, autorizados a colaborar com o livro em pontos que se mostram georreferenciados na interface gráfica do artefato em uso. A colaboração dos muitos legentes se mistura aos distintos modos de acessar a narrativa que se dão pela leitura de perguntas e respostas feitas por personagens, alerta de notícias diárias e o já citado sistema de pontos de cidadania – apresentado pelo cubo que aparece na interface gráfica (Figura 1) –, que, como destacado, classifica cada leitor, ilustrando seu grau de envolvimento e participação na narrativa.

137 Refere-se à estratégia prevista pelo livro-aplicativo que permite medir o grau de “cidadania” de cada interator que, desse modo, parece pertencer ao mundo narrativo. A citada estratégia, além de ilustrar o grau de engajamento de cada leitor com o universo narrativo, viabiliza, ainda, que cada um conquiste meios de avançar na história de modo particular.

Figura 1 – Telas do livro-aplicativo *The Pickle Index*, cubo indicativo do sistema de pontos de cidadania e mapa georreferenciado da narrativa



Fonte: <http://www.suddenoak.com>.

Assim, combinando *storytelling* com *geocaching*¹³⁸, o referido livro prevê que partes da história só possam ser acessadas em locais específicos que o leitor é convidado a encontrar, como partes da história que são escondidas e que levam o leitor a percorrer espaços do mundo físico, onde habita, para encontrá-las. Nesse sentido, observam-se modos de experimentar os espaços da *urbe* que se dão motivadas pela narrativa livresca, fazendo tocar instâncias da realidade concreta de cada leitor e o mundo ficcional proposto pelo livro em questão. É aqui também que se observa o impacto dos *protocolos na leitura* e *protocolos no espaço* que, ao vivenciar a narrativa no espaço que habita – ruas, monumentos, pontos turísticos que carregam memórias, cheiros, estímulos – passa a coexistir no universo ficcional no qual o leitor está imerso. Assim, o livro em questão se apropria das diversas narrativas atreladas às cidades/aos leitores, permitindo a inserção de dados associados às localizações geográficas, fazendo com que os mapas digitais se tornem uma extensão das cidades em si, sobrepondo as realidades física e virtual, concreta e subjetiva, tornando o leitor responsável, em alguma medida, pela construção e ressignificação de dado espaço.

138 Refere-se a uma espécie de passatempo do tipo “caça ao tesouro”, conformando-se como uma atividade em que os envolvidos tentam encontrar pequenos geocaches, usando receptores GPS e partilhando suas experiências na internet.

É, então, no contexto de narrativas como esta, que podem se estender para múltiplos espaços fazendo o leitor transitar com o livro para encontrar uma história ou trecho da mesma, que se faz notar que as fronteiras da geoficção avançam, criando formas que permitem a interação entre os leitores e os espaços da leitura, transformando a forma de ler a/na *urbe*. Essa questão aponta para uma leitura que, dançando ao sabor das múltiplas experiências leitoras, dá-se em uma relação de dependência de quem está lendo, onde e quando se lê.

Enfim, o exemplo apresentado, para além de ser representativo de um universo livresco que vem crescendo, sinaliza ainda para um livro que além de prever a participação dos seus leitores, permite, também, a incidência de vestígios que são antes demarcados pelas andanças leitoras onde estratos do espaço físico são incorporados como índices à obra, interferindo na atividade do ler dos distintos leitores de determinada comunidade de apreço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise aqui apresentada permitiu identificar as características do livro-aplicativo e como ele se apropria da difusão do uso das tecnologias e das mediações digitais presentes no cotidiano. Observou-se como ele transforma os processos de produção textual, implicando em uma transformação no sentido de autoria e de leitura. As tecnologias computacionais e as formas de mediação trazem novas perspectivas à literatura pela experiência articulada entre os espaços físicos e virtuais. O livro-aplicativo, tal como o livro impresso, é um espaço em si, interagindo com outros espaços quando ativado pelo curso de ação/leitura. As ferramentas tecnológicas instituem uma mediação sensível na construção narrativa que passa a estar imbricada com o próprio curso de vida.

Os dispositivos de comunicação se tornaram mediadores essenciais da experiência urbana segundo duas dimensões: a percepção do espaço e as relações sociais. Os livros-aplicativos, integrados a essas tecnologias, tornam-se parte de muitas formas de expressão da sensibilidade emergente e desempenham um papel na representação da identidade dos lugares em função do conteúdo da informação e do contexto físico, aliando a objetividade dos lugares e a subjetividade das experiências na cidade. O livro-aplicativo se abre a complexas possibilidades, desconstruindo as normas da leitura gestual e corporal para permitir que algo “improgramado” aconteça em estruturas

que circulam por espaços improváveis sem necessariamente encontrar um ponto de resolução e, portanto, nenhuma autoridade.

Por fim, livros-aplicativos como os aqui expostos apontam para experiências leitoras que aproximam as narrativas ficcionais e o espaço onde o sujeito lê, permitindo, assim, que a narrativa se desenrole sobre e a partir das paisagens da cidade onde o sujeito experimenta. Exemplos como esses evidenciam o impacto dos *protocolos na leitura* e *protocolos no espaço* como condutores para o encantamento para com a obra, apontando, ainda, para o fato de que a ubiquidade dos dispositivos de leitura vem aproximando as narrativas livrescas das narrativas tecidas na *urbe*, sobrepondo ou mesmo aproximando narrativas ficcionais das narrativas do/no mundo, apontando, em última instância, para um terreno fértil no que se refere ao campo editorial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARTIER, Roger. **Práticas de leitura**. São Paulo, SP: Estação Liberdade, 2011.

CHARTIER, Roger. **O que é um leitor?:** revisão de uma genealogia. São Carlos: EdUSCar, 2012.

DERRIDA, Jacques. O livro por vir. In: DERRIDA, Jacques. **Papel-Máquina**. São Paulo: Estação Liberdade, 2004. p. 19-34.

EL LISSITZZKY. Nosso livro. In: BIERUT, Michael; HELFAND, Jessica; HELLER, Steven; POYNOR, Rick (Orgs.). **Textos clássicos do design gráfico**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. p. 28-32.

FLEXOR, Carina. **Appbook Raízes:** bibliogênese e devir livro. 2012. 179 f. Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

FLEXOR, Carina. **Da ontologia livresca à experiência da leitura em contexto digital:** entre a consonância e o conflito. 2018. Tese (Doutorado em Arte e Cultura Visual) – Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

HORELLOU-FAFARGE, Chantal; SEGRÉS, Monique **Sociologia da leitura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Cultrix: São Paulo, 2000.

MALLARMÉ, Stéphane. **Igitur, Divagations, Un coup de dés.** Paris: Gallimard, 1994.

MANOVICH, Lev. **The language of the new media.** Massachusetts, MA: MIT Press, 2002.

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

NIETZSCHE, Friedrich. **Humano, demasiado humano.** São Paulo: Companhia das letras, 2006.

RIMBAUD, Arthur. **Prosa poética.** Rio de Janeiro: Topbooks, 1998.

SCHERER, Jacques. **Le “Livre” de Mallarmé.** Paris: Gallimard, 1957.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação.** São Paulo: Paulus, 2013.

AUDIOVISUAL, MST E PANDEMIA: NOVAS PERSPECTIVAS ESTÉTICAS

Luara Dal Chiavon¹³⁹

Universidade de São Paulo
luara.dalchiavon@usp.br

INTRODUÇÃO

No presente capítulo, buscamos compreender como, a partir da pandemia do novo coronavírus, gerando diversas limitações, os movimentos sociais dialogaram com a sociedade. Analiso particularmente o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e o programa criado durante esse período, o *Comida de Verdade com MST*.

Podemos observar que muitas mudanças que estavam em curso se aceleraram, dentre elas, destacamos aqui o avanço dos meios e usos da comunicação no cotidiano das pessoas e o aumento das desigualdades sociais em todo o mundo, esses dois eixos são centrais para compreendermos a sociedade de hoje. Ademais, já vivíamos uma crise econômica que se aprofunda cada vez mais e ao mesmo tempo temos um governo no Brasil com um projeto ultra-neoliberal em curso.

Em um primeiro momento, ao longo de todo o ano de 2020, sem ir para as ruas de forma massiva por conta do coronavírus, os Movimentos Sociais tiveram que construir formas alternativas para dialogar com a sociedade e pressionar o governo, a tática política por hora, fora reconstruída. A comunicação, que já era muito importante,

¹³⁹ Militante do Setor de Comunicação do MST e Coordenadora da Brigada de Audiovisual Eduardo Coutinho.

passou a tomar centralidade e atravessar todas as ações e organicidade. E a partir dessa intensificação da comunicação, o que mudou do ponto de vista estético e organizativo?

No segundo ano de pandemia, 2021, mesmo com o aumento do número de casos, os Movimentos Sociais foram para as ruas e convocaram atos massivos, pouco se falava em isolamento social, já que de fato, a grande maioria dos trabalhadores não chegaram a realizar trabalho remoto. Segundo dados do Ipea¹⁴⁰, apenas 11% dos trabalhadores puderam trabalhar remotamente em 2020, o que representa um total de 8,7 milhões de pessoas, em um total de 74 milhões de brasileiros que continuaram trabalhando fora de casa.

Mesmo com um baixo índice de pessoas trabalhando de suas casas, podemos notar, inicialmente, um isolamento social maior em 2020, tendo como consequência mais pessoas consumindo conteúdos via internet, foi latente o aumento do número de programas online, lives e streamings. Assim, os movimentos sociais também passaram a utilizar mais as redes e a realizar programas ao vivo, estabelecendo um diálogo contínuo com a sociedade a partir desse lugar. Segundo pesquisa Cetic.br¹⁴¹,

[...] o uso da internet no Brasil chegou a 152 milhões de pessoas, representando 81% da população no país, entre 2020 e 2021. O estudo destaca ainda, que a proporção de usuários de internet aumentou principalmente entre moradores de áreas rurais: 70% em comparação com 53% da pesquisa de 2019 (BRASIL..., 2021, [s. p.]).

Para se ter uma noção, o MST até 2020, não possuía nenhum programa fixo ao vivo, o streaming só era feito em momentos especiais, quando a própria conjuntura demandava. Ao longo da pandemia foram criados 3 programas fixos e um esporádico: o Comida de Verdade com MST, quinzenalmente, às quartas-feiras, Cantoria de Varanda, semanalmente, aos sábados e o Quarentena Sem Terra, semanalmente, às sextas. Além do programa Café com MST, que era semanal, mas sem dia e horários fixos. A maioria do ibope desses programas eram da militância do próprio movimento.

140 Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=38263&catid=3&Itemid=3. Acesso em: 20 ago. 2021.

141 Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/08/18/tic-domicilios-2020-idosos-usaram-mais-internet-uso-de-smart-tv-cresceu.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 20 ago. 2021.

CRISE POLÍTICA E COMUNICAÇÃO

Com a crise gerada pelo coronavírus, acompanhamos no Brasil os retrocessos de um governo neofascista, que aprofundou a política neoliberal dando prioridade ao grande capital em detrimento da vida da maioria da população. Mas e, para os povos do campo, como a crise chegou e que soluções foram apontadas? Nesse mesmo período, os movimentos populares lutaram para que a Lei Assis Carvalho fosse aprovada na sua integridade, a qual só foi sancionada no dia 23 de dezembro de 2021¹⁴², quase 20 meses depois do início da pandemia.

A Lei Assis Carvalho II garante fomento para a agricultura familiar produzir comida, ampliando o auxílio emergencial para os povos do campo e garantindo crédito para a produção de alimentos, outro item que, diante da crise econômica, está cada vez mais caro e inacessível para a população. Assim, criar condições para o campo produzir mais comida, significa menos fome para a cidade. O Brasil, em 2020, possuía 10,3 milhões de pessoas passando fome e 119 milhões vivem em insegurança alimentar, sem saber como poderão colocar comida na mesa no dia de amanhã¹⁴³.

A conjunção dessas três grandes catástrofes – pandemia, crise econômica e inflação/escassez de alimentos – contribuíram imensamente para um cenário ainda mais desolador, sem a possibilidade de os Movimentos Sociais voltarem às ruas de forma massificada (principalmente em 2020) – essa sua principal ferramenta de luta –, a comunicação por meio das redes sociais atravessou todos os movimentos aumentando sua importância e centralidade na disputa política do período.

Os Movimentos Sociais sempre souberam e acompanharam o papel da comunicação na luta de classes, principalmente em um país como o Brasil, onde o domínio dos meios de comunicação ainda está ligado às capitâncias hereditárias e seção da propriedade privada da terra, em outras palavras: as famílias que detêm os meios de comunicação, também detêm a posse da maioria das terras¹⁴⁴. Além disso, os principais movimentos sociais do campo sempre priorizaram por construir seus próprios setores/frentes de atuação em relação à comunicação, entendendo-a como fundamental para o jogo político e para a organicidade de seus movimentos.

142 Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/12/27/promulgada-lei-que-preve-socorro-de-r-2-5-mil-para-agricultores-familiares-na-pandemia>. Acesso em: 20 ago. 2021.

143 Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-54478223>. Acesso em: 13 fev. 2021.

144 Disponível em: <https://www.intervozes.org.br/arquivos/interrev001crtodnc.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2021.

Então, diante desse cenário, quais são as saídas de mobilização e diálogo com a sociedade possíveis a partir dos movimentos sociais? Como a comunicação tornou-se ainda mais central nesse período em que as demandas sociais não podem ser expressas através de atos, ocupações, marchas e manifestações, que eram as principais táticas de diálogo com a sociedade e forma de fazer pressão política? Dentro dos Movimentos Sociais do campo, qual é a estratégia de comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra?

AUDIOVISUAL É MOVIMENTO

Diante desse panorama, em que a comunicação se coloca como central, é necessário também entendermos o que o audiovisual como linguagem representa. Ou seja, para compreendermos por que o audiovisual e a produção de imagens, colocam-se com tanta força na atualidade, é preciso compreender o efeito e o poder que elas causam nos/as espectadores/as. Não é apenas uma escolha do MST produzir mais conteúdos audiovisuais online para dialogar com a sociedade e sua base, esse também é um movimento crescente em todas as redes sociais e meios de comunicação. Com a facilidade técnica dessa produção, é notório o crescimento da produção de inúmeros tipos de formatos com base na produção de imagens em movimento.

Christian Metz (2014), um dos teóricos da semiologia do cinema, consegue sintetizar o que diversos teóricos questionaram acerca da recepção no cinema e de seu poder sobre as massas. No livro *A significação no cinema*, o autor reflete sobre o início da 7.^a arte, mas acredito que podemos transpor essa reflexão para entendermos como o audiovisual tornou-se central na comunicação nos dias de hoje. O cinema

[d]esencadeia no espectador um processo ao mesmo tempo perceptivo e afetivo de “participação” (não nos entendíamos quase nunca no cinema), conquista de imediato uma espécie de credibilidade – não total, é claro, mas mais forte do que em outras áreas, às vezes muito vivas no absoluto –, encontra o meio de se dirigir a gente no tom de evidência, como que usando o convincente “É assim”, alcança sem dificuldade um tipo de enunciado que o linguista qualificaria de plenamente afirmativo e que, além do mais, consegue ser levado em geral a sério. Há um modo filmico da presença, o qual é amplamente

crível. Este “ar de realidade”, este domínio tão direto sobre a percepção têm o poder de deslocar multidões, que são bem menores para assistir à última estreia teatral ou comprar o último romance. (METZ, 2014, p. 16)

Sendo assim, seja para construir hegemonia e disputar narrativas, o audiovisual se coloca em toda a sua credibilidade e envolvimento para dialogar com as massas. Com a popularização do fazer filmico, podemos observar também a ausência de intermediários nessa relação de quem faz e quem assiste, ainda que essa seja mais uma sensação, já que a internet tem em sua gênese um projeto democrático, mas, o que vemos, é o domínio de meia dúzia de redes sociais bilionárias que são inclusive, as maiores empresas no mundo de hoje. Algo mudou nessa relação, mas não é possível fazermos uma boa análise sem levarmos em conta as plataformas que distribuem – e ganham dinheiro – com todo esse conteúdo produzido.

Ainda assim, o MST desde 2005 construiu o Cinema na Terra, projeto da Rede Cultural da Terra que levou estrutura para exibição de filmes em mais de 126 municípios, atingindo mais de 75 mil assentados/as e acampados/as. Um espaço onde geradores, projetores e kits de filmes chegavam nas áreas rurais, e finalmente os Sem Terra poderiam debater de forma pedagógica as primeiras produções da Brigada de Audiovisual da Via Campesina, como também diversos outros filmes.

Apesar de construir seus próprios espaços de produção, exibição e distribuição, o MST avalia a importância também de ocupar as redes sociais, compreender seu funcionamento e suas contradições, mas também tornar-se presente. Assim, possui desde 2009 um canal no YouTube que, hoje, conta com quase 40 mil inscritos¹⁴⁵, além da publicação de diversos vídeos em todas as outras redes sociais. Entendendo que audiovisual é movimento e esses vídeos produzidos tanto pelo Setor de Comunicação, pela Brigada de Audiovisual Eduardo Coutinho como pela base, criam pontes com a sociedade, assim como elucidada Metz (2014), aprofundando relações de credibilidade e afeto, baseada em princípios da Comunicação Popular, em que todo Sem Terra também é um comunicador e que todas/os têm a tarefa da comunicação, de falar diretamente com aqueles/as que nos acompanham e também com os demais militantes em um processo dialético onde se estabelecem diálogos. E como esses diálogos foram construídos durante a pandemia?

145 Dados de janeiro de 2022.

O MST NA PANDEMIA: COMIDA DE VERDADE PARA TODO/AS!

Enquanto Movimento Social, o MST já compreendia desde o início a gravidade de uma pandemia e o que ela traria junto, o aprofundamento da crise política e econômica. Assim, o MST começou a fazer assembleias online com parte de sua militância toda a semana, em uma tentativa de seguir organizado. Nos estados e regiões fizeram o mesmo, ainda que a internet no campo seja de difícil acesso. Aqueles/as que não conseguiam participar das reuniões online, eram informados por aplicativos de mensagens sobre a conjuntura política, cuidados de saúde e os próximos passos que a organização estava construindo.

Assim, nas primeiras semanas de pandemia, o MST traçou sua estratégia de atuação, que se prolongou por todo o período de 2020 e 2021. Essa estratégia contava com dois eixos principais: o isolamento produtivo e a doação de alimentos. O isolamento produtivo partia da necessidade de se manter o isolamento social, mas o campo seguir produzindo alimentos saudáveis em todo o território nacional. Diferente do trabalho na cidade, o campo teria mais condições de seguir produzindo em segurança, pois os lotes e as casas, em geral, já estão afastados entre si, garantindo a saúde dos acampamentos e assentamentos tendo domínio de seu território. Sem a produção da agricultura familiar, a crise alimentar seria ainda mais profunda, pois é importante ressaltar que boa parte da comida que chega na cidade é produzida pela agricultura familiar, e que é difícil mensurar essa porcentagem porque isso inclui uma diversidade de alimentos e estatísticas complexas, mas segundo “[...] o Censo Agropecuário de 2006, 84,4% do total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros pertencem a grupos familiares. São aproximadamente 4,4 milhões de estabelecimentos, sendo que a metade deles está na Região Nordeste” (BRITO, 2016, [s. p.])¹⁴⁶.

Assim, em abril de 2020, começou o processo de doação de alimentos em todos os 24 estados, no qual é organizado, a definição política foi clara: onde o MST está organizado precisa contribuir com as famílias/grupos que não estão tendo acesso à comida, lugares onde o auxílio emergencial não chegou e/ou não foi suficiente. Ao todo, desde o início da pandemia até janeiro de 2022, o MST doou mais de 6 mil toneladas de alimentos e 1.150.000 de marmitas¹⁴⁷ por todo o Brasil.

146 Disponível em: <http://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/454156/>. Acesso em: 8 set. 2021.

147 Disponível em: <https://mst.org.br/2022/01/20/el-mst-supera-las-6-mil-toneladas-de-alimentos-donados-durante-la-pandemia/>. Acesso em: 27 jan. 2022.

As ações de solidariedade deveriam ser espalhadas e a comunicação tinha papel fundamental nisso: a partir do exemplo, mais gente se sentia inspirada em também partilhar, além de demonstrar para o conjunto da sociedade quais são as práticas e valores que guiam o movimento. Para além disso, espalhar solidariedade significa também espalhar esperança, é mostrar que o povo organizado é capaz de gerar transformações efetivas, além de exigir que o Estado faça a sua parte. Mas de onde vinham todos esses alimentos? Como eram produzidos? Por que eram alimentos sem veneno? Como aquelas pessoas conseguem doar alimentos durante todo esse tempo? E por que elas fariam isso?

Assim, o movimento viu a necessidade de aprofundar o debate da produção de alimentos e da Reforma Agrária Popular, mostrando que é possível produzir comida de forma agroecológica e massiva, diálogo anteriormente feito a partir das feiras locais, estaduais e da Feira Nacional da Reforma Agrária. Então, em 25 de julho de 2020, foi lançado o programa *Comida de Verdade com MST*, produzido e apresentado pela militância do próprio movimento, apresentando a cadeia produtiva do café.

O programa teve a duração média de 70 minutos e era apresentado nas manhãs de quarta-feira, quinzenalmente. Os temas foram escolhidos por um coletivo intersetorial e apresentaram as diversas cadeias produtivas que o MST tem organizadas, além de ter programas exclusivos sobre a participação dos jovens no campo, das mulheres, sobre a saúde no MST e, também, sobre a mãe da agroecologia, Ana Primavesi. Em geral, o programa tinha em média 5 blocos, era apresentado ao vivo e os blocos eram construídos com materiais enviados a partir da base: dos acampamentos e assentamentos de reforma agrária. Os balaios culturais eram marca registrada no programa, assim como são as místicas¹⁴⁸ nas atividades presenciais – e a partir de 2020, também nas virtuais –, marcando as diversas formas estéticas de apresentar o debate proposto. No total, 13 programas foram produzidos no ano de 2020.

148 A mística praticada no MST deve ser entendida como sendo o conjunto de motivações que sentimos no dia a dia, no trabalho organizativo, que impulsiona nossa luta para a frente. É uma espécie de celebração, de expressão da leitura sobre a construção da realidade ou sobre a realidade vivida, a partir de elementos como a poesia, a música, o teatro, as artes plásticas, o audiovisual. Ela é responsável por reduzir a distância entre o presente e o futuro, fazendo-nos viver antecipadamente os objetivos que definimos e queremos alcançar. (MST – Coleção Saber e Fazer nº 2. A Questão da Mística no MST. p. 4)

Já em 2021, na sua segunda temporada, o programa foi reformulado e passou a ser exibido às 19h, ainda às quartas-feiras, entendendo que a dinâmica da vida da maioria das pessoas já tinha voltado a uma certa normalidade. Nesse ano, foram apresentados 18 programas, com duração média de 40 minutos, ainda com a mesma dinâmica de apresentação, de âncoras do MST e o compartilhamento de experiências de produção agroecológica a partir de relatos vindos dos estados.

Para além dos programas em si, os vídeos das experiências que apareciam nele, eram publicados em separado nas redes, assim, foram ao ar 191 vídeos e exibidos 31 programas durante os dois anos de pandemia.

COMUNICAÇÃO POPULAR COMO FERRAMENTA PEDAGÓGICA

Mas por que, além de doar alimentos, o MST resolve fazer um programa sobre produção de alimentos? Isso se dá, pois o movimento possui o entendimento de que a comunicação é fundamental não somente para dialogar com a sociedade, como também para contribuir com a organicidade interna da organização.

Forjado em um país continental, é importante e estratégico que as regiões saibam o que está sendo construído, isso contribui para manter a unidade e força política. Assim, desde os primórdios de sua organização, quando ainda não era oficialmente MST, o Movimento criou, em 1979, o *Jornal Sem Terra*¹⁴⁹, esse jornal foi fundamental para construir a organicidade e unidade do movimento que estava nascendo em todo o Brasil. Como, em um país com dimensões continentais e imensa diversidade regional, construir um movimento de camponeses que atuassem sob os mesmos princípios e ação coletiva? Várias foram as estratégias de atuação para a construção do movimento, a comunicação foi uma delas.

E, apenas nos anos 2000, foi criado o Setor de Comunicação do MST, ainda que a comunicação já estivesse presente e já fosse uma tarefa muito bem definida. Mas, a partir de então, foi ampliada e estruturada, entendendo que em todas as instâncias organizativas do movimento, desde os núcleos de base onde as famílias são organizadas em acampamentos e assentamentos, até a direção nacional, há militantes destacados para essa tarefa.

149 Inicialmente chamado de *Boletim Sem Terra*.

E como toda prática política do MST, ela compunha de um viés pedagógico e massivo, ainda que seja necessário especializar militantes para diversas tarefas, há o entendimento de que todo Sem Terra é um comunicador popular. Alguns cursos formais¹⁵⁰ e não formais foram construídos para a formação de comunicadores populares dentro do movimento, mas a educação não formal tomou diversos espaços nas práticas cotidianas e em cursos que, não necessariamente, versavam sobre o tema da comunicação. O movimento passou a compreender a comunicação como uma ferramenta e como um debate que atravessa o todo da organização e da luta política como um todo.

A educação não formal é um processo sociopolítico, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, entendendo o sociopolítico como a formação do indivíduo para interagir com o outro em sociedade. Ela designa um conjunto de práticas socioculturais de aprendizagem e produção de saberes, que envolve organizações/instituições, atividades, meios e formas variadas, assim como uma multiplicidade de programas e projetos sociais. A educação não formal não é nativa, no sentido de herança natural; ela é construída por escolhas ou sob certas condicionalidades, há intencionalidades no seu desenvolvimento, o aprendizado não é espontâneo, não é dado por características da natureza, não é algo naturalizado. (GOHN, 2015, p. 16)

Como afirma Gohn (2015, p. 17), “[...] os processos de aprendizagem na educação não formal ocorrem a partir da produção de saberes gerados pela vivência”, ou seja, as vivências dos militantes, a partir de oficinas audiovisuais nos assentamentos, acampamentos e escolas do movimento, além de uma cultura audiovisual em que toda semana vídeos do próprio movimento são distribuídos para a base, principalmente através do WhatsApp¹⁵¹ e o Cinema na Terra, constituem uma ampla prática pedagógica do audiovisual. Durante a pandemia, a própria base já possuía um repertório coletivo, que fora expresso principalmente no programa Comida de Verdade. Muitos militantes se filmaram, outros foram filmados por outros militantes que não são do

150 Como o curso de graduação de Jornalismo, na Universidade Federal do Ceará – UFC.

151 Whatsapp é o aplicativo mais popular e de fácil acesso por não necessitar de conexão paga com a internet, já que a maioria das operadoras disponibiliza dados móveis para o uso deste de forma gratuita. A partir de seu uso também podemos compreender melhor os limites do acesso à internet para a população do campo.

Setor de Comunicação, ou seja, a prática filmica foi ampliada, com a militância sendo capacitada na prática, mas a partir de um arsenal histórico que fora construído de forma processual desde a sua fundação.

Mas, essa vivência, como aponta Gohn (2015), faz-se de maneira interdisciplinar, não é somente a vivência e cultura audiovisual que contribuem para a criação desse repertório, mas é, sobretudo a vivência na lida coletiva, no roçado, no encontro, na luta política, nas ações práticas, na organização da produção, no debate coletivo que esses militantes são forjados. É a construção de todo o conteúdo que incide na forma estética. Essa forma foi sendo ampliada, massificada e aperfeiçoada.

A direção política do movimento decide que é hora de comunicar de forma mais profunda e sistemática sobre o que o MST estava produzindo não só durante a pandemia, mas, durante todo o último período, esse era o papel do programa Comida de Verdade com MST, no escopo das inúmeras *lives* que inundaram o período pandêmicos. O programa tinha como objetivo apresentar os debates e saberes do MST a partir da organização da sua produção, e apresentando esse amplo espectro que pode ser muito bem sintetizado com o lema “não se produz alimentos saudáveis a partir de relações de exploração”.

Como pontuado anteriormente, o processo de construção do programa foi feito de maneira intersetorial, entendendo que a comunicação deve ser feita por todo o conjunto da organização e não apenas pelo Setor de Comunicação. Assim, o movimento não só teve que se aprofundar do ponto de vista técnico do domínio das ferramentas para a transmissão, mas também no sentido narrativo de construir essa linguagem com esse coletivo intersetorial que não tinha domínio sobre o audiovisual. Assim, o processo de todo o programa era um processo pedagógico por si só, explicitando que a educação não formal “[...] atua no campo no qual os indivíduos agem como cidadãos, dotados de vontades, em busca de realização de dados objetivos” (GOHN, 2015, p. 19).

Com as limitações de viagens e contato entre as pessoas, já não necessariamente os militantes da comunicação iam para as áreas indicadas para filmar, sendo assim, os outros militantes que não eram do setor, passaram a ter que realizar os registros audiovisuais para o programa, trazendo para o cotidiano da organização as práticas de comunicação popular.

Assim, o processo de construção do programa foi, em si, um processo pedagógico para aqueles que construíram de forma direta, mas também para aqueles que assistiam e puderam ampliar o seu repertório

acerca das práticas que eram sintetizadas no programa, seja uma nova receita, uma nova forma de preparar o solo, um novo jeito de plantar. E, para aqueles/as que não eram do programa, puderam conhecer um processo riquíssimo e cotidiano, de forma consistente, compreendendo melhor o que o MST faz e como ele se organiza para tal.

ORGANICIDADE E ESTÉTICA

Ao debatermos a produção audiovisual dos MST, a partir de sua própria organicidade, de forma direta adentramos dois campos distintos: o campo da comunicação e o campo da cultura. Nesse caso, representação passa a atravessar as duas questões que já são tão interligadas cotidianamente, inclusive o audiovisual no MST surgiu no Coletivo de Cultura e só depois de alguns anos tornou-se uma frente da comunicação, ou seja, para o próprio movimento a representação audiovisual também é um tema transdisciplinar e além de atravessado, tem em sua raiz a cultura e a comunicação.

Então, podemos compreender a cultura como o fazer fílmico, mas também a “[c]ultura assume então um significado moderno de “um modo de vida” característicos, que diz respeito aos elementos que criam uma “identidade” composta pelo conjunto de valores, crenças, costumes, tradições, símbolos, representações e referências de determinados grupos.” (LIMA, 2014, p. 28). Ou seja, a cultura Sem Terra é materializada e propagandeada a partir do fazer fílmico, onde o modo de produção e reprodução da vida no campo, é expresso pelo modo como os Sem Terra se representam.

Até 2020, a produção audiovisual do MST também era intensa, contudo, produzida de forma mais centralizada, tanto por uma equipe nacional, como também por militantes do Setor de Comunicação dos estados. Porém, essa produção, geralmente, atendia a uma forma de fazer, em que a Comunicação era responsável por produzir e distribuir esses vídeos ao mundo. Como podemos observar no canal oficial do MST no YouTube, a grande maioria dos vídeos é construído a partir de ações e atividades do movimento, como encontros, marchas, manifestações, jornadas e, também, por análises e convocatórias, onde geralmente é apenas uma pessoa falando para a câmera.

Durante o programa Comida de Verdade com MST, de certa forma, ambos os formatos se fundiram além de ganhar a complexidade de um programa ao vivo, ou seja, havia sempre dois âncoras de diferentes estados e preferencialmente que estavam envolvidos no tema,

muitos por exemplo, do Setor de Produção que apresentavam o programa, faziam outras entrevistas ao vivo com convidados e apresentavam os vídeos produzidos por quem estava na terra, envolvido/a diretamente na produção de alimentos.

Do ponto de vista estético, geralmente, os vídeos eram produzidos ou em formato de *self* ou com outra pessoa gravando uma apresentação do espaço e da produção, em geral, vemos vários planos-sequências, havendo menos cortes e trabalho de intensa montagem nos vídeos finais, esse é um dos elementos que mais se diferenciam dos vídeos anteriores à pandemia. Como se filmar e ser filmado por um outro do Setor de Comunicação muda a forma como lidamos e apresentamos a imagem. Falar para um outro que se encontra diretamente atrás da câmera é diferente de falar para um outro que está para além da câmera, que existe no imaginário de quem está filmando e aceita a tarefa de mostrar sua própria produção ou a produção coletiva.

Assim, a linguagem tornou-se mais orgânica e dinâmica, favorecendo o reconhecimento deles no material produzido e, também, entre seus pares. O plano-sequência aparenta ser mais “natural” do que uma montagem cheia de cortes, ainda que isso não determine a identificação, só expõe uma forma de fazer. Além da produção de imagens ter mudado, a grande maioria delas feitas, a partir de celulares – diferente da maioria dos outros vídeos –, era notório nos comentários durante o programa que fora criado uma expectativa do encontro com outros/as companheiros/as de outros estados e regiões, não só ver aparecendo no programa, mas também no encontro no chat ao vivo, isso reforçava o sentimento de identificação com as imagens e o programa, como uma forma de participar estabelecendo uma relação diferente dos conteúdos que são gravados e publicados.

As receitas e dicas de saúde também eram dos quadros mais esperados e os que mais tinham repercussão nas redes sociais. Em geral, nesses casos, era um plano fixo, assim como é a estética da maioria dos programas de culinária. Mas em alguns programas, a receita apresentada era da própria produção para comercialização, ou seja, o ambiente não era necessariamente uma cozinha, e sim pequenas fábricas.

Além de ter receitas com as quais acompanhamos todo o processo produtivo, era mostrado a plantação, víamos a colheita e como as pessoas daquele local preparavam determinado alimento. Um dos casos mais representativos foi do milho, o qual foi preparado em receitas de diferentes regiões a partir de um mesmo grão. Essa sequência possibilitou uma agilidade com a câmera, de mostrar diversos passos de um processo, como também mostrava de forma pedagógica para

quem assistia que a comida que comemos é atravessada pelo trabalho de muitas mãos até chegar à mesa de quem está na cidade.

E, no caso das dicas de saúde, podemos assistir muitos vídeos gravados diretamente de quintais produtivos, apresentando plantas e chás direto do pé, explicitando o ciclo produtivo e pedagogicamente apresentando de onde vem nossa comida, como ela é in natura e que muitas vezes não é necessário tanto espaço para produzi-la. Apresentar a realidade pode ser um bom exemplo para desmistificar os inúmeros mitos sobre o MST ou sobre os próprios alimentos.

De certa forma, os vídeos nos levavam para dentro das áreas de reforma agrária e expunham muito mais que a produção de alimentos, mas também a forma de organização e as relações que se estabeleciam a partir delas. Os vídeos eram um convite e não uma troca de saber hierarquizada. Sabemos que a precariedade das imagens sempre fora para o documentário, “sinônimo de verdade” e de alguma forma esses vídeos reforçavam esse aspecto, como índice da realidade, mas por outro lado, ao construir programas ao vivo, com âncoras, mística, entradas ao vivo de convidados/as e inúmeros blocos, o MST mostrou que o domínio da técnica não distancia aqueles que fazem dos que assistem, pois nesse caso os sujeitos estavam em ambos os lados: dentro e fora das telas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAZIN, André. **O que é cinema?** São Paulo: Cosac Naify, 2014.

DELEUZE, Gilles. **Cinema 1 – A imagem movimento.** São Paulo: editora 34, 2018.

DELEUZE, Gilles. **Cinema 2 – A imagem tempo.** São Paulo: editora 34, 2018.

GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos.** 11. ed. São Paulo: edições Loyola, 2014a.

GOHN, Maria da Glória. **Novas teorias dos movimentos sociais.** São Paulo: edições Loyola, 2014b.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não formal no campo das artes.** São Paulo: Cortez, 2015.

LIMA, Rafaella Pereira de. **Cultura, movimentos sociais e lutas sociais**: a experiência da produção de vídeo popular pela Brigada de Audiovisual da Via Campesina. 2014. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Programa de Pós-graduação em Serviço Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora: 2014.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

MÜLLER, Cíntia Beatriz. **Teoria dos movimentos sociais**. Curitiba: InterSaberes, 2013.

NARRATIVAS, CENTROS DE MEMÓRIA E REDES SOCIAIS: UMA REFLEXÃO SOBRE A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE INSTITUCIONAL E LOCAL

Henrique Barreiros Alves
Universidade Federal Fluminense
henriquebarreirosalves@gmail.com

Juliana Gomes da Rocha Barreiros Alves
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense –
campus Macaé/RJ
julianagrb.alves@gmail.com

INTRODUÇÃO

As alterações processadas pela sociedade macaense que culminaram, nas últimas décadas do século XX, em um grande movimento migratório, têm impactos profundos e progressivos na cultura local, trazendo um novo olhar para a sua identificação e análise. Por essa razão, o presente estudo se volta ao arranjo cultural do município e às possibilidades de abordagem, pela via educacional, com ênfase nas interfaces culturais que engendram a sociabilidade dos indivíduos no processo de apropriação da cultura local, em suas manifestações, e do patrimônio.

Partindo da representação do território enquanto campo, no qual se desenvolvem as lutas pelas narrativas de memória e história, é que acessamos a vertente cultural na formação de jovens de uma escola pública de ensino técnico, objetivando deslindar as interações culturais entre o que se entende como patrimônio cultural local e formação cultural, compreendendo que o capital cultural deles também se mescla àquilo que é local, na formação de suas identidades e, nesse contexto, as oportunidades de realizações de um centro de memória.

O capital cultural se apresenta sob três estados, segundo Bourdieu (2004), sendo eles: o incorporado, o objetivado e o institucionalizado. O primeiro, de ordem pessoal e intransferível, organiza-se como disposições duradouras formadas no interior dos corpos e convertidas em posturas corporais, preferências estéticas e habilidades linguísticas; o segundo, transmissível, estabelece-se pela posse de bens materiais que refletem a cultura dominante, tais como quadros, livros e coleções; e, o terceiro e último, manifesta-se sob a forma de certificados e diplomas, que podem ser convertidos posteriormente em capital econômico (MARTINS, 2016). Para os fins deste estudo, interessa-nos o primeiro, o incorporado.

Foi realizada uma pesquisa com 38 (trinta e oito) alunos do ensino médio integrado ao técnico, os quais se disponibilizaram a responder um questionário que abordou seus conhecimentos e contatos com a cultura da cidade. Tal universo se constituiu por meio de amostragem aleatória simples, que se aproximou de 10% (dez por cento) da amostra total de 413 (quatrocentos e treze) alunos residentes apenas na cidade de Macaé¹⁵².

Entre as perguntas realizadas destacam-se duas: a primeira, acerca do conhecimento sobre as manifestações culturais e, a segunda, sobre o conhecimento do patrimônio cultural edificado de Ma-

152 Levantamento realizado junto ao Sistema Acadêmico do IFFluminense campus Macaé, em 18 de maio de 2020. Tratam-se de alunos do Ensino Médio Integrado ao Técnico, matriculados em 2020.1, dos cursos de eletrônica, automação, eletromecânica e meio ambiente. Dentro desse recorte, a amostra pretendida era de 10% (42 discentes), em razão da grande amplitude do empreendimento necessário a uma amostra de maior grandeza, distribuída entre os setores administrativos da cidade, para se reputar as avaliações dos jovens de toda a cidade, igualmente (aproximando, 5 alunos por S. A.). No entanto, devido às condicionantes da epidemia de Covid 19, e a decorrente aplicação da pesquisa via internet, não foi possível realizar o levantamento pretendido em sua totalidade, chegando ao total de 9,2% (38) de respondentes, sem correspondência equivalente por setor administrativo. Contudo, ainda assim, a amostra correspondente é expressiva para a continuidade de aplicação do estudo.

caé¹⁵³. Destacamos que as opções disponíveis se baseiam em pesquisa realizada no ano de 2006 pelo Programa Macaé Cidadão (COSTA, 2007; ANUÁRIO..., 2012), subsidiado pela prefeitura, além de serem amplamente caracterizados como representativos da cidade em outros trabalhos, noticiários e documentos oficiais.

MACAÉ, DE CAPITANIA DE SÃO TOMÉ À CAPITAL NACIONAL DO PETRÓLEO

O princípio da história conhecida de Macaé remonta ao “pós-descobrimento” do Brasil por Portugal, no início do século XVI, com o estabelecimento da Capitania de São Thomé e as fracassadas tentativas iniciais de expansão de povoados para a direção norte, rumo aos Goitacás.

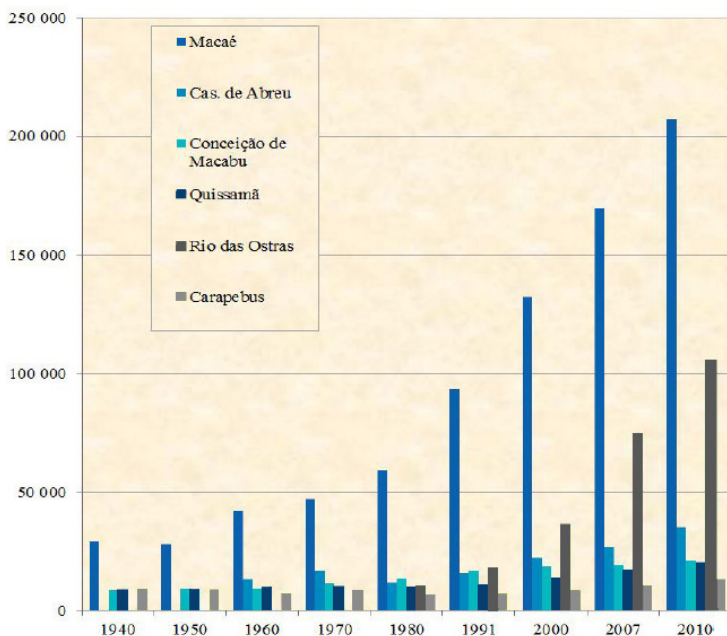
Em 1630, período no qual a capitania já se encontrava sob domínio da Coroa, padres jesuítas dirigiram uma petição ao Capitão-Mór Governador da cidade do Rio de Janeiro, Martim Corrêa de Sá, procurador dos donatários ausentes, para que lhes concedesse duas sesmarias abrangendo as terras entre a barra do Rio Macahé e a do Rio Parahyba, e outra entre o Rio Macahé e o Rio Seripe (atual Rio das Ostras). Em 1813, Macaé foi elevada à condição de vila por D. João VI, príncipe regente naquela época, após reclamações dos moradores sobre a falta de autonomia e sobre a dependência legal das decisões de Cabo Frio e de Campos. A região serrana da cidade era grande produtora de café, enquanto a região de Quissamã e Carapebus trabalhavam com o açúcar, durante o império e até a segunda década do século XX, escoando sua produção pelo Porto de Imbetiba, que progressivamente perdeu espaço para a ferrovia já interligada em trechos ao Rio de Janeiro. Em 1910, após a Proclamação da República, o governador do Estado do Rio de Janeiro, Alfredo Baker, criou a Prefeitura Municipal de Macaé. (TAVARES; CAUTIERO; FRANCO, 2014).

Até a década de 1960, Macaé poderia ser caracterizada como uma economia voltada à produção agrícola e ao comércio urbano dinamizado, naquele momento, pelos operários das Oficinas de Imbetiba e da malha ferroviária, que começou a ser utilizada em 1891. É após esse período da história recente que talvez esteja o principal divisor de águas para a cidade. A partir da década de 1970, com o estabelecimento da sede da Petrobrás na cidade, Macaé experimentou um exponencial crescimento econômico e populacional, com impacto em

153 A Lei complementar n.º 141/2010 que dispõe sobre o Código de Urbanismo do Município de Macaé, também faz referência ao patrimônio cultural material aqui disposto.

diversas áreas, o que modificaria sobremaneira sua dinâmica até os dias atuais. Conforme exhibe o Gráfico abaixo, houve um grande fluxo migratório para a cidade e para as proximidades que se acentuaram após a década de 1970, quando a Petrobrás se instalou na cidade.

Gráfico 1: Evolução da população residente no período de 1940 a 2010, nos Municípios selecionados



Fonte: IBGE apud ANUÁRIO... (2012, p. 171).

Vale ressaltarmos o caráter atípico dessa migração para o município e cidades vizinhas. No ano de 1974, a cidade contabilizava 47.000 habitantes e, já no ano de 2010, ano do último censo realizado, Macaé contava com 206.728 habitantes, dos quais 98,1% concentravam-se nas áreas urbanas. Em 2012, a população era de 217.951 habitantes. Se considerarmos somente o período entre 1970 e 2010, notamos um crescimento de 440%, desconsiderando, ainda, os contingentes populacionais chamados de pendulares, que se desloca-

ram para Macaé com a finalidade de trabalho e estudo, e que não foram registrados no Gráfico.

Essas mudanças, trazem fortes alterações também na perspectiva cultural. Scheila de Abreu e Silva e Teresa Faria (2012) criticaram o processo de desenvolvimento urbano de Macaé, dinamizado pelo grande impacto do capitalismo, anunciando o seu quase desaparecimento enquanto cidade. A política pública na área cultural, caracterizada pela ausência e descontinuidade (RUBIM, 2007) no município, deixou marcas e influenciou a subjetividade dos habitantes. Como bem destacou Scheila Silva e Teresa Faria (2012, p. 117):

[a] ausência de projetos do poder público para preservação destes bens desconsiderados enquanto patrimônio histórico, gerou uma sociedade que desconhece sua essência, não discute o seu passado, não constrói sua identidade a partir da memória do lugar em que vive e, conseqüentemente, não discute o seu presente e o seu futuro.

É nesse território, no interior norte do Estado do Rio de Janeiro e que experimentou diversas transformações, tendo como propulsão os ciclos econômicos, que se instalou uma escola técnica no início dos anos 90 e, duas décadas mais tarde, um centro de memória.

O INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FLUMINENSE (IFFluminense) DE MACAÉ E SEU CENTRO DE MEMÓRIA

O campus Macaé do IFFluminense iniciou seu funcionamento em 1993 ainda como Unidade Descentralizada de Ensino do Centro Federal de Educação Tecnológica de Campos e, com a transformação do Campos em Instituto Federal Fluminense (CEFET), tornou-se campus deste Instituto no final de 2008 (ALVES, 2016).

O histórico dessa instituição está relacionado diretamente à história recente do município de Macaé, que, desde os anos 1970, passou a abrigar a Petrobrás e, por esse motivo, ampliou consideravelmente a demanda por trabalhadores qualificados para atuar nas muitas empresas que operam direta ou indiretamente no setor petrolífero. Sua instalação reúne referências interessantes e que per si já garantem a grande influência da Petrobrás na organização da cidade e da sociedade. Por meio das pesquisas históricas, realizadas pelo projeto do

centro de memória, foi possível identificar que o terreno de mais de cinquenta mil metros quadrados que abriga a instituição foi doado pela prefeitura, mas a construção de todo o complexo foi realizada pela Petrobrás (com custo de U\$3.6 milhões à época), assim como o investimento para a aquisição de equipamentos (com custo de U\$108 mil), constituindo o desfecho de mais de dez anos entre idas e vindas documentados pela imprensa da região.

Chama a atenção o modelo adotado, em que uma empresa constrói e investe na construção de uma instituição escolar, evocando positivamente as grandes mudanças elencadas, ao longo do seu estabelecimento naquela cidade. Merece destaque a grande mobilização social e política que se deu para a instalação da escola técnica no município, visto que este não oferecia capacitação aos jovens para atuar no mercado de trabalho que se implementou, desde o estabelecimento da empresa, o que já indica a falta de planejamento, desde a origem e que hoje salta aos olhos. Os estudantes precisavam se deslocar para a capital (distância média de 183 quilômetros) ou para a cidade de Campos dos Goytacazes (distância média de 106 quilômetros) para ter acesso à educação técnica, o que exigia grande investimento e, na realidade, acabava por vedar as possibilidades de ingresso na formação profissional nesse segmento.

Com isso, a chegada da escola no município provocou grande comoção, o que ficou registrado nas notícias diárias de vários jornais locais, com efeito, reivindicando e agregando capital simbólico positivo para a empresa que alterou toda a paisagem da cidade com sua chegada, e reforçando não somente seu prestígio, mas sua influência nos rumos da cidade, recorrendo ao apagamento do imaginário social da desigualdade, degradação e as contradições crescentes provocadas pelo estabelecimento da cadeia produtiva de extração do petróleo. Isso fica expresso nas manchetes veiculadas no ano da inauguração, como por exemplo: “O maior presente de aniversário nos 180 anos de Macaé” e “Escola técnica federal, um presente de U\$3.6 milhões da Petrobrás”.

Já o Centro de Memória vem desenvolvendo, desde 2014, o trabalho de promoção do patrimônio cultural local e de proteção da memória institucional junto à comunidade acadêmica e da região, por meio de diversas ações pautadas na educação patrimonial através da memória institucional e local. Essas ações suscitaram o desenvolvimento do presente trabalho.

METODOLOGIA

O recorte da pesquisa exploratória aqui apresentada, com abordagem quantitativa, empregou questionário aplicado e disponibilizado através de um formulário no Google Forms, seguido ao contato através do envio de e-mails, com sensibilização de professores e posts em redes sociais via projeto Centro de Memória. Esses expedientes foram utilizados em razão da instituição escolar estar fechada desde março de 2020, funcionando somente com atividades remotas em razão da pandemia de Covid-19.¹⁵⁴ Com a aplicação do questionário, selecionamos duas perguntas que chamam a atenção sobre o desconhecimento de grande parte dos patrimônios culturais locais, sobretudo, considerando que se tratam de jovens do ensino médio que estão em idade escolar, o que indica que não tiveram esse contato proporcionado pela família ou pela escola no ensino fundamental.

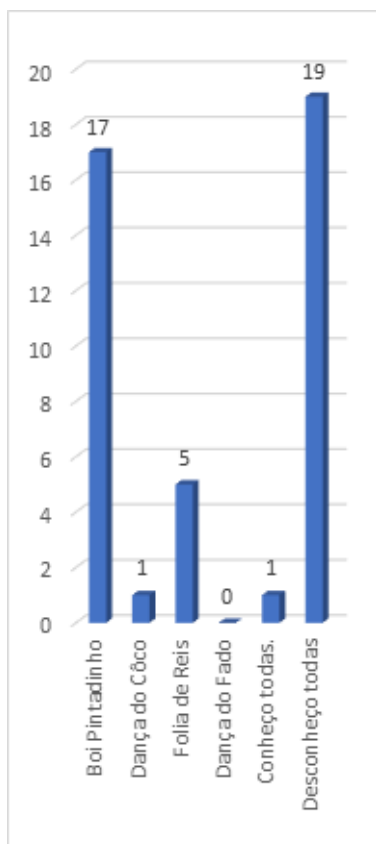
A abordagem dessa temática junto aos jovens é fundamental, pois revela que as legislações da área, merecedoras de um trabalho à parte, não subsidiaram uma agenda de mudança relevante que, se verificasse na mudança de visão dos alunos consultados em relação ao patrimônio cultural da cidade, principalmente o imaterial. Anote-se que foi incluído um campo livre para que os respondentes indicassem outras manifestações que não estivessem listadas, o que não ocorreu em nenhuma das respostas. As questões em pauta foram: a) Conhece alguma das manifestações culturais macaenses listadas abaixo? (Com possibilidade de marcação de mais de uma opção). As opções de respostas foram: Boi Pintadinho, Dança do Côco, Folia de Reis, Dança do fado, Conheço todas, Desconheço todas, e outros, com a possibilidade de mencionar outras manifestações culturais como rap etc. A segunda pergunta, que contemplou os patrimônios culturais materiais foi: b) Conhece algum dos patrimônios culturais listados abaixo? (Com possibilidade de marcação de mais de uma opção). As opções de resposta foram: Igreja de Sant'ana, Igreja de São João Batista, Farolito (Farol Velho), Sociedade Musical Nova Aurora, Sociedade Musical Lyra dos Conspiradores, Solar dos Mellos, Arquipélago de Sant'ana, Teatro Municipal, Galeria de Arte Hindemburgo Olive, Cine Clube, Conheço todas as opções, Desconheço todas as opções, e outros.

154 O questionário levantou diversos enunciados relacionados com a fruição cultural, que fez parte de um estudo mais profundo organizado no âmbito da dissertação de mestrado de um dos autores deste capítulo. Em razão da extensão do estudo, não seria possível apresentar todas as nuances em formato de artigo, dadas as limitações quanto à amplitude do texto. O trabalho completo, defendido em abril de 2021, em breve deverá estar disponível em: <https://www.ppcultuff.com/>. Acesso em: 23 fev. 2022.

RESULTADOS

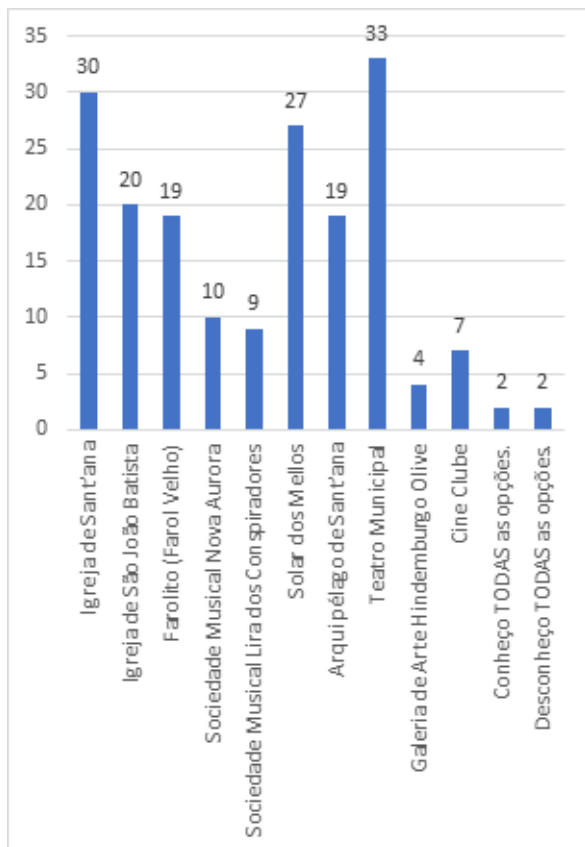
Voltando a atenção às manifestações culturais mais tradicionais da cidade, citadas em diversos manuais e mesmo em legislações municipais, confirma-se o esgarçamento progressivo (observada a pesquisa realizada em 2006 pelo Programa Macaé Cidadão) dessas manifestações junto aos jovens. Entre os consultados, 50% afirmaram não conhecer nenhuma das manifestações culturais citadas e 44% afirmaram conhecer o Boi Pintadinho, conforme Gráfico 2. Esse dado toma corpo e relevância ainda maior se considerarmos que 58% dos respondentes nasceram na cidade e 63% estudaram em escola pública.

Gráfico 2: Conhecimento de manifestações culturais de Macaé



Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Gráfico 3: Conhecimento do patrimônio cultural edificado de Macaé



Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Como se sabe, é competência originária do Estado e de seus equipamentos de cultura, sobretudo das municipalidades, a promoção da proteção do patrimônio histórico-cultural local, e a pesquisa apresentada demonstra que ainda temos um longo caminho para atingir esse objetivo. A abordagem dessa temática junto aos jovens é fundamental, pois é reveladora de que as legislações aqui abordadas não subsidiaram uma agenda de mudança relevante que se verificasse no deslocamento da visão dos alunos consultados em relação ao patrimônio cultural da cidade, principalmente o imaterial. Anote-se que foi incluído um campo livre para que os respondentes indicassem outras manifestações que não estivessem listadas, o que não ocorreu em nenhuma das respostas.

Já no Gráfico 3, também acima apresentado, quanto ao patrimônio edificado a situação é um pouco diferente, pois temos a maioria dos bens culturais da cidade reconhecidos, com mais dos 50% de respondentes apontando o conhecimento de seis entre as dez possibilidades de escolha. Aqui, vale uma ressalva: o reconhecimento da existência não implica necessariamente o acesso e frequência¹⁵⁵.

A leitura da posição dos alunos indica um claro distanciamento tanto das políticas quanto das práticas que envolvem o patrimônio cultural dado como representativo da cidade. O patrimônio imaterial trazido nas manifestações culturais, em sua maioria, resta desconhecido e sem fomento estruturado por meio da escola ou das instituições culturais; o material, com índices mais positivos, ainda que concentrados, tem maior visibilidade. É possível constatar que o patrimônio cultural da cidade de Macaé, de modo geral, tem pouca representatividade entre os estudantes consultados, trazendo questionamentos sobre a gestão pública da temática e as práticas consolidadas, assim como do papel da educação ante a necessária interação com a cultura, reforçando a necessidade de projetos como o centro de memória.

Entre os fatores estruturais que se identificam como possibilidades de entendimento para esse cenário estão a forte presença de migrantes de outras cidades (que carregam outras configurações simbólicas na constituição familiar), a escassa pauta de abordagens em sala de aula, equipamentos sem compromisso definido com a temática, a inexistente ou carente integração entre escola e essas instituições culturais, inefetividade das políticas públicas municipais, distribuição desigual de equipamentos de cultura pela cidade, desestímulo do poder executivo à consolidação de uma agenda que valorize a territorialidade local, restando ações isoladas e intervaladas que restringem avanços.

Nesse contexto de socialização, a construção da identidade e da subjetividade dos indivíduos são invariavelmente afetadas, assim como as práticas culturais restritas a essa vertente. Se a família, a escola e, ainda, os equipamentos de cultura são os principais agenciadores dessa socialização “cultural”, tendo em conta especialmente as atribuições da educação básica na formação da cidadania, é de se ponderar a complexidade no desenvolvimento dos valores culturais expostos, que se apresentam como marcas representativas na trajetória dos indivíduos em coerência com suas práticas culturais, ou seja, na sua experiência.

155 Sobre o acesso e frequência em equipamentos de cultura da cidade, em outra questão subsequente do estudo, grande parte desses mesmos respondentes afirmaram nunca ter ido ao teatro, mas como sua localização é central na cidade, os consultados reconhecem a existência do espaço, por exemplo.

A ação não é a simples execução de uma regra, a obediência a uma regra. Os agentes sociais, tanto nas sociedades arcaicas como nas nossas, não são apenas autômatos regulados como relógios, segundo leis mecânicas que lhes escapam. Nos jogos mais complexos - as trocas matrimoniais, por exemplo, ou as práticas rituais -, eles investem os princípios incorporados de um *habitus* gerador: esse sistema de disposições pode ser pensado por analogia com a gramática gerativa de Chomsky com a diferença de que se trata de disposições adquiridas pela experiência, logo, variáveis segundo o lugar e o momento. Esse “sentido do jogo”, como dizemos em francês, é o que permite gerar uma infinidade de “lances” adaptados à infinidade de situações possíveis, que nenhuma regra, por mais complexa que seja, pode prever. (BOURDIEU, 2004, p. 21).

Entre essas disposições adquiridas pela experiência é que buscamos a fruição cultural no contato com o patrimônio cultural local, como um dos elementos que constituem a identidade do território e sua capilaridade na relação entre o indivíduo e o mundo.

[...] está na própria origem de minha representação da ação - o ajustamento das disposições à posição, das esperanças às chances [...] sendo produto da incorporação da necessidade objetiva, o *habitus*, necessidade tornada virtude, produz estratégias que, embora não sejam produto de uma aspiração consciente de fins explicitamente colocados a partir de um conhecimento adequado das condições objetivas, nem de uma determinação mecânica de causas, mostram-se objetivamente ajustadas à situação. A ação comandada pelo “sentido do jogo” tem toda a aparência da ação racional que representaria um observador imparcial, dotado de toda informação útil e capaz de controlá-la racionalmente. E, no entanto, ela não tem a razão como princípio. (BOURDIEU, 2004, p. 23).

Por meio do exposto, podemos extrair que, no que o autor chama de ajustamento das disposições à posição (considerando o espaço social, o campo educacional e cultural, geografia, condições econô-

micas, a família, o acesso à cultura etc.), enquanto incorporação da necessidade objetiva, temos que o campo patrimonial pertinente a cultura local na relação dialética com o indivíduo, no caso estudado, tem pouca representação junto aos jovens consultados, em uma configuração cultural em instâncias socializadoras, como a família e a escola. Incluímos os equipamentos de cultura nesse processo, que apresentam pouco trânsito, de forma geral, pertinente à temática.

Se o autor defende que existe um ajustamento de disposições, das esperanças às chances, quando tratamos dessa relação indivíduo e cultura (sem desconsiderar toda a dificuldade de conceituação do segundo) é fundamental refletir continuamente sobre os traços dessa disposição cultivada. O que se pretendeu foi, justamente, alcançar o papel da cultura local nesses esquemas interiorizados, em um primeiro passo, acessando o reconhecimento das principais representações da cultura local. Trata-se do uso de conceitos trabalhados por toda a vida de Bourdieu (2004), para se aproximar de uma forma de entendimento da realidade social, partindo do pressuposto de que tal realidade não é dada e sim construída e, dessa forma, acompanhando o autor, “[...] insistir nas capacidades geradoras das disposições, ficando claro que se trata de disposições adquiridas, socialmente constituídas” (BOURDIEU, 2004, p. 25). E assim, entre tais disposições, o emprego de se lançar o expediente da cultura local, e sua estreita relação com a disponibilidade de acesso à equipamentos como centros culturais. Esse fio condutor tem seu desfecho na relação do aluno com a temática na construção de seu capital cultural.

Como afirmou Meynardo Rocha de Carvalho (2020, p. 311), em estudo apresentado recentemente sobre a memória da cidade, em que chama a atenção para o “[...] apagamento da memória social e a falta de preservação cultural correspondente”,

[a]o se conjugar os movimentos convergentes que se sobrepuseram a Macaé, seja na dimensão ditatorial, seja na perspectiva da corrida petrolífera, percebe-se um esgarçamento das relações entre a cidade e as próprias memórias que a compuseram. De modo que, refletindo as disputas de poder implicadas entre sindicalistas e os governos militares, ou, ainda, a instalação da Petrobras e toda a cadeia do petróleo no seu entorno, há uma redundância entre as desconexões provocadas pelo capitalismo mundial, a história e as memórias locais. Estabelecendo na prática cotidiana a existência de duas cidades.

A primeira, alicerce para a segunda, suplantada, ferroviária, esquecida. Desconhecida! A segunda, petrolífera, expoente, diversificada. Expressão mais impactante da atividade de garimpo, argamassada por muitos sonhos e por inúmeras desilusões (CARVALHO, 2020, p. 311-312).

Esse contexto afina as percepções sobre a realidade da cidade e suas contradições, trazendo à tona a “[...] necessidade de ações de reconhecimento de valor social e histórico”, como possibilitadores da “[...] fruição social enquanto processo pedagógico favorável à autor-reflexão e ao aprendizado” (CARVALHO, 2020, p. 313). Esse caminho coaduna com o papel educativo abordado aqui pela escola e por instituições culturais como os centros de memória, enquanto fomentadores de ressemantização das relações no tempo.

Dessa forma, faz-se necessário refletirmos sobre o capital cultural, inscrito nas práticas e conhecimento dos agentes envolvidos no processo de edificação das práticas culturais, neste caso, os alunos.

Ou seja, para se desejar ir a um museu, é necessário ter esta ‘necessidade cultural’, sendo que a ausência da prática se acompanha da ausência do sentimento desta ausência... Esta propensão a consumir certos objetos, esta ‘necessidade’ cultural diferencia-se das ‘necessidades primárias’, sendo o produto da educação: é a Escola que cria a ‘necessidade cultural’, ao mesmo tempo em que fornece os meios de satisfazê-la! (BOURDIEU; DARBEL, 2007, p. 69).

Embora o exemplo dado pelo estudioso se aplique ao museu, importa-nos atentar ao problema da necessidade, pois a influência na constituição identitária e na construção das narrativas dos indivíduos é direta, afetando a apropriação do poder simbólico inerente a construção das narrativas, como é possível assistir nas atuais celeumas que ocupam as manchetes e redes sociais do nosso país, resultando na hegemonia da alienação que assistimos. A relação de todos os fatores apresentados com a formação do capital cultural dos indivíduos é preponderante, visto que podemos afirmar que até o mero desconhecimento pode resultar na intolerância ante ao estranhamento. Se a ausência da necessidade cultural, observada por meio do desconhecimento sobretudo das manifestações culturais imateriais, é determinante para “ausência do sentimento desta ausência”, temos um habitus cujas disposições estruturadas e estru-

turantes se ajustam a um campo que pode não entender a prática cultural como necessária ou relevante, dado que não há apropriação da importância desse patrimônio.

AÇÕES DE UM CENTRO DE MEMÓRIA EM UMA INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO

No esteio dessa interface entre a cultura consubstanciada no patrimônio cultural local material e imaterial e a formação dos indivíduos, como foi apresentado, é que trazemos algumas ações realizadas pelo Centro de Memória do campus Macaé do IFFluminense. São ações que visam possibilitar a fruição cultural e a apropriação e construção das próprias narrativas, abordando a história e a memória da instituição e da região, sem perder de vista que “[...] os centros de memória aparecem como fiadores da responsabilidade histórica. Tal argumento está ligado à ideia de que as organizações não são apenas produtoras de bens e serviços, mas também de significados socioculturais”. (CAMARGO, GOLART, 2015, p. 81).

Isso expressa o compromisso que se funda no trato com a memória e a história, pensando a formação cultural do indivíduo. Esse horizonte está sempre presente nas ações do projeto, procurando trazer elementos para que o conhecimento seja uma construção que considere a pluralidade de perspectivas e ressonâncias com a polissemia de vozes sociais, considerando os esquecimentos e apagamentos que se configuram no processo de sociabilidade, pois, do contrário, teríamos enaltecimentos e estreitamentos que culminariam em um sectarismo que não deve sequer chegar aos portões de uma instituição escolar, quiçá a um centro de memória.

Entre as ações efetivadas, temos a instalação de painéis com a trajetória da instituição na cidade, trazendo a história de Macaé como fio condutor. Essa memória foi recuperada através de artigos de periódicos locais da época de sua construção até seu funcionamento, sempre indicando as fontes de pesquisa, utilizando o acervo captado para o centro de memória da instituição ou disponível em outras instituições. Dando espaço para as alterações que a indústria petrolífera trouxe à sociedade e à paisagem macaense, ante ao “presente” dado pela Petrobrás à cidade, desperta-se a reflexão crítica ante as notícias veiculadas na época. Note-se que não havia anteriormente nenhum material em exposição permanente que versasse sobre a memória e história da cidade e da instituição.

Figura 1: Painéis históricos instalados



Fonte: Acervo do autor (2021).

Figura 2: Painel de apresentação


Centro de MEMÓRIA

Sejam bem-vindos (as) à exposição permanente sobre a história do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense (IFF), Campus Macaé! A presente exposição compreende o período entre os anos de 1983 e 1993. Visa, desta forma, retratar o nascimento da instituição em Macaé, tendo como principais fios condutores os jornais da época, os quais retratam a temática de seu estabelecimento e construção. Entre as fontes consultadas, destacam-se o jornal macaense "O Debate", o acervo documental e iconográfico do Centro de Memória IFF - Campus Macaé, além de entrevistas. O corte temporal acima estabelecido traz à tona os eventos que impulsionaram a instalação da Escola Técnica Federal em Macaé.

O objetivo da exposição é proporcionar às gerações de estudantes, servidores e membros da comunidade o contato com a história no nosso campus, destacando a importância do seu estabelecimento para o município. Ressalta, ainda, a força social empregada para sua construção, e a dedicação e empenho de seus servidores e estudantes.

Imagem 1 - Estação Ferroviária de Macaé

Fonte: RIBEIRO LAMEGO (1944)

Imagem 2 - Macaé Municipalidade

Fonte: BENEFCURT (anos 1970 e 1980)

Imagem 3 - Topografia da Serra da Imbetiba no município de Macaé

Fonte: BENEFCURT (anos 1970 e 1980)

Alberto Ribeiro Lamego em «O homem e a restinga» (1944) retrata Macaé, em sua origem, como uma vila de pescadores e índios aldeados. Amparado por Augusto de Carvalho e citando documentos dos Sete Capitães e dos Assaças, descreve nossa terra como um espaço que, por sua qualidade de porto, atraiu piratas, surgindo daí a necessidade de ser fortificada, atraindo atenção do governo. (ANUÁRIO... 2012, p.34). Durante longo período, Macaé teve papel importante na economia Norte Fluminense, sedando o Porto de Imbetiba como escoadouro da produção açucareira da zona campista [...]. Esse função extinguiu-se, porém, com a construção da Estrada de Ferro Leopoldina, cujos trilhos passaram a ter preferência para o transporte da mercaderia, acarretando um declínio das atividades portuárias. (ANUÁRIO... 2012, p.19).

Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

No mote digital, as ações foram reforçadas após a interrupção das atividades presenciais na instituição, em março de 2020, situação que, infelizmente, prevalece até o momento. Com a pesquisa cultural realizada junto ao alunado, que demonstrou a necessidade de reforçar as ações no âmbito do patrimônio cultural, foram realizadas enquetes, postagens e stories, sobretudo na rede social Instagram¹⁵⁶, com ênfase na educação patrimonial e na discussão sobre a identidade local e institucional, colaborando na formação do capital cultural através da dinamização do acervo constituído com iconografia, livros, documentos, vídeos e outros materiais, visando a apropriação do patrimônio cultural local ou até mesmo sendo uma via de oportunidade de sua ressemantização. Embora o centro de memória possua outras redes sociais, criadas anteriormente à disposição, verificamos o maior engajamento no Instagram, cuja conta foi criada após o fechamento da escola em 2020. Abaixo seguem algumas das postagens realizadas que têm diálogo direto com a temática aqui apresentada.

Figura 3: Postagem de acesso à livro digital sobre a cidade



Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

156 Acesso em: <https://www.instagram.com/centrodememoriaiffmacae/>. Acesso em: 23 fev. 2022.

Figura 4: Postagem de divulgação de resultado da pesquisa realizada



Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

Figura 5: Postagem da 1ª Mostra temática virtual



Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

Figura 6: Postagem de enquete realizada



Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

Figura 7: Postagem sobre patrimônio imaterial local



Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

Figura 8: Postagem sobre patrimônio material local



Fonte: captura de tela elaborada pelo autor (2021).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação que se estabelece entre o centro de memória, enquanto instituição cultural, e os jovens residentes na cidade, pode ser analisada através das lentes de Bourdieu (2004), buscando apreender, por meio de seu capital cultural incorporado, das suas práticas e disposições, como se estabelecem as interfaces com a estrutura, com o campo cultural da cidade.

Parece evidente que a constituição desse capital acumulado, dissociado das práticas culturais provenientes do patrimônio cultural, disposto pelas políticas culturais e pela educação (e que deve contemplar a identidade através da diversidade e da alteridade), engendraria representações simbólicas, afastadas da compreensão alargada que o capital cultural pode oferecer.

Essas questões seriam pertinentes em qualquer sociedade e cidade do mundo, mas, em Macaé, colocam-se de forma mais preponde-

rante em razão da grande fluidez migratória das últimas décadas, hoje em declínio, e da rápida transformação da paisagem da cidade. Muitos dos jovens citados como residentes na cidade podem não ser dela naturais, como seus pais ou avós, e esse fato pode ser apontado como uma característica que contribui para o estranhamento da cultura local, culminando no seu apagamento, o que aumenta a necessidade e responsabilidade do trabalho desenvolvido pelo centro de memória.

O que se impõe é pensar estratégias que provoquem o diálogo contínuo com a realidade cotidiana da cidade e da instituição, inclusive no meio digital, promovendo a reflexão através da observação das transformações sociais identitárias, fugindo do binarismo que insiste em se fazer presente, e trabalhando o reconhecimento da ressemantização da tessitura social, ao longo do tempo, enquanto espaço para apropriação e mudança, com o apoio do patrimônio na qualidade de vertente formadora dessa identidade. Mesmo com as várias limitações que compeliram ao fomento de todo o trabalho em meio remoto, perdida a potência das trocas presenciais, é possível buscar formas de contato que visem oferecer o centro de memória como espaço de resistência, utilizando as redes sociais enquanto ferramentas para essa proposição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Henrique Barreiros *et al.* A construção do Instituto Federal Fluminense campus Macaé e sua relação com a história macaense. **Cadernos de Extensão do Instituto Federal Fluminense**, Campos dos Goytacazes/RJ, v. 2, p. 81-109, 2016.

ALVES, Henrique Barreiros. **Das políticas às práticas culturais na cidade do petróleo**. 2021. Dissertação (Mestrado em Cultura e Territorialidades) – Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, 2021.

ANUÁRIO de Macaé 2012. Macaé: Coordenadoria Geral do Programa Macaé Cidadão, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

CAMARGO, Ana Maria; GOULART, Silvana. **Centros de memória**: uma proposta de definição. São Paulo: Edições Sesc, 2015.

CARVALHO, Meynardo Rocha de. **Memórias ferroviárias e ditadura civil-militar**: identidade de classe, poder e esquecimento em Macaé. 2020. Tese (Doutorado em Memória Social) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

COSTA, Ricardo Cesar Rocha. **Exclusão Social e desenvolvimento humano**: um mapeamento das desigualdades e do desenvolvimento sócio-econômico do município de Macaé: Análise Sociológica da Pesquisa Domiciliar do Programa Macaé Cidadão. Macaé/RJ: Prefeitura Municipal de Macaé. Programa Macaé Cidadão, 2007.

MARTINS, Thiago Lucas R. A frequência aos museus: uma análise à luz dos estudos de Pierre Bourdieu. **Revista MovimentAção**, [S. l.], v. 3, n. 4, p. 107-118, 2016.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: Rubim, Antônio Albino Canelas (Org.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SILVA, Scheila Ribeiro de Abreu e; FARIA, Teresa de Jesus Peixoto. Migração em Macaé: Impactos da Industrialização no Processo de Urbanização. **VÉRTICES**, Campos dos Goytacazes, v. 14, n. especial 2, p. 111-132, 2012.

TAVARES, Alice F.; CAUTIERO, Gisele Muniz dos Santos; FRANCO, Maria da Conceição Vilela (Orgs.). **Relatos e personagens na história de Macaé**. Macaé: Solar dos Mellos, 2014.

O PAPEL DA ESPACIALIDADE VIRTUAL DO BLOG NAS PERFORMANCES IDENTITÁRIAS DA DOMINATRIX RAINHA FRÁGIL

Pamella Opsfelder de Almeida

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)
pam4.1.7@hotmail.com

INTRODUÇÃO

O acrônimo BDSM (*Bondage*, Disciplina, Dominação, Submissão e Sadomasoquismo) reúne adeptos de práticas fetichistas que não se encaixam nos padrões de normalidade sexual vigentes e se caracterizam pelo “[...] uso consciente de dominação e submissão psicológica, e/ou restrição física, e/ou dor [...] a fim de que os participantes experimentem excitação erótica” (WISEMAN, 1996, p. 10).

Nesse contexto, o *Bondage* abarca técnicas de imobilização do corpo, podendo se dar pelo uso de algemas, correntes, cordas, roupas de látex, dentre outras. A Disciplina, a seu turno, relaciona-se a fantasias que envolvem castigos e punições. O Sadismo e o Masoquismo, por sua vez, utilizam-se da dor para obtenção de estímulos eróticos, com inspiração na literatura de Marquês de Sade e de Sacher-Masoch. Por fim, as fantasias de Dominação e Submissão se realizam quando o dominador, aquele que deve ser obedecido, humilha e comanda o submisso, aquele que deve servir e obedecer (SILVA, 2018). É importante ressaltar que, nessa subcultura, “[...] as posições ocupadas pelas

pessoas e as interações estabelecidas entre elas não são pautadas pelo sexo biológico [...]” (GREGORI, 2015, p. 254), sendo possível que uma mulher ocupe a posição de dominadora, na hierarquia dos jogos eróticos de dominação e submissão, denominando-se assim Dominatrix.

Conforme Marques da Silva (2017), as práticas de BDSM e seus adeptos são historicamente estigmatizados. Segundo a autora, “[...] o essencialismo sexual – a crença de que o sexo diz respeito à natureza humana e, portanto, nada tem a ver com a vida social, a cultura e suas instituições – marca a medicina, a psicologia, a psiquiatria e mesmo o senso comum ocidental” (MARQUES DA SILVA, 2017, p. 34), de forma que as sexualidades desviantes vêm sendo tratadas desde o século XIX como perversões, parafilias ou transtornos. Na atualidade, essas sexualidades ainda são marginalizadas, uma vez que “[...] várias das práticas sexuais que permeiam o universo BDSM são classificadas pela Psiquiatria e pela Psicologia como patologias sexuais, como, por exemplo, o sadomasoquismo e o fetichismo” (MARQUES DA SILVA, 2017, p. 26).

Apesar desse estigma social, pesquisas recentes (SILVA, 2018; ZILLI, 2007) sugerem que a Internet tem sido utilizada pelos sujeitos pertencentes ao BDSM para contestar tais discursos médicos patologizantes. Nesse sentido, os chamados “manuais” de BDSM, que ditam regras a serem seguidas pelos participantes, asseguram que as práticas fetichistas são consentidas, distanciando-se, assim, das práticas consideradas patológicas que envolvem o não-consentimento sexual. Da mesma forma, a proliferação de sites e blogs pessoais, a partir da década de 1990 (PIMENTEL, 2011), possibilitou a publicação virtual de escritos autobiográficos de adeptos do BDSM, aumentando a visibilidade e a circulação dessas narrativas.

Tendo em vista esse panorama histórico a respeito do BDSM e daqueles que o praticam, e considerando ainda a escassez de estudos a respeito dessa subcultura (SILVA, 2018), esta pesquisa investigou a construção identitária nas narrativas de memória publicadas nos sites e blogs pessoais da dominatrix E. A.¹⁵⁷, que assina sob o pseudônimo de Rainha Frágil. Ao longo dos anos de 2001 até 2021, a dominadora tem mantido diversos sites e blogs, nos quais registra suas vivências como mulher que assume a posição dominante em relações de dominação e submissão.

Nessa perspectiva, este trabalho teve por objetivo compreender como, em suas produções discursivas postadas na Internet, a dominatrix Rainha Frágil constrói suas performances identitárias a partir

¹⁵⁷ Os nomes verdadeiros da autora e de terceiros foram substituídos por iniciais, de forma a preservar suas identidades. *Nicknames* e pseudônimos foram mantidos como nos textos originais.

da espacialidade do reino – espaço abstrato que representa o domínio do sujeito que exerce o papel dominante nos jogos de BDSM. Para tanto, considerou-se os espaços virtuais dos sites e blogs mantidos pela dominadora como espacialidades constituintes do reino, procurando, assim, entender como as escolhas estéticas de criação e personalização desses domínios virtuais influem na produção discursiva de sua identidade como Rainha Frágil e vice-versa, em um intervalo de tempo de vinte anos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

Tendo em vista o caráter narrativo e autobiográfico dos textos publicados pela dominadora, este estudo adotou como fundamentação teórico-metodológica a perspectiva transdisciplinar de Arfuch (2010, 2018). Concebendo a narrativa – e, em especial, a narrativa de memória – como uma divisão do discurso imbricada nos eixos da temporalidade e da espacialidade, Arfuch (2010) toma o tempo e o espaço não como fenômenos físicos do mundo, mas como abstrações produzidas na e pela enunciação, em consonância com o pensamento de Benveniste (1976).

Na teoria benvenistiana, o espaço é organizado “a partir de um ponto central, que é ego” (BENVENISTE, 2006, p. 69), de modo que o espaço narrativo só existe em relação ao *aqui* que o *eu* ocupa ao enunciar. Considerando que o local em que a dominatrix enuncia é o ciberespaço e, mais especificamente, seus sites e blogs, esta pesquisa propõe-se a compreender como essas espacialidades virtuais ajudam a construir sua identidade como dominadora. Assim, este estudo mobilizou o topônimo *reino* como categoria de análise para a descrição do espaço, seja ele físico ou virtual, sobre o qual a dominadora exerce seu domínio.

A noção de performance identitária mobilizada neste estudo apoiou-se também na perspectiva de Arfuch (2010; 2018), que considera que toda investigação analítico-crítica da linguagem deve levar em conta as discussões filosóficas de John Austin (1990). Evocando o conceito austiniano de *performatividade*, Arfuch (2010) reafirma “[...] a potência da linguagem para criar realidades e construir mundos e não meramente ‘representá-los’” (ARFUCH, 2010, p. 60). Nesse sentido, considerou-se que, ao criar e manter seus diferentes sites e blogs e neles enunciar, a autora está produzindo discursiva e performativamente sua identidade enquanto Rainha Frágil.

A partir dessa fundamentação teórica, tomou-se como *corpus* os sites e blogs mantidos pela dominatrix de 2001 a 2021, conforme mostra o Quadro 1:

Quadro 1: O corpus da pesquisa

Sigla	Nome do blog	Domínio virtual	Vigência
Site 1	Samia, Rainha Frágil ¹⁵⁸	http://br.geocities.com/rainhafragil/	2001-2002
Blog 1	Frágil Reino ¹⁵⁹	http://www.fragilreino.blogspot.com.br/	2003-2004
Blog 2	Frágil Reino ¹⁶⁰	http://fragilreino.blogspot.com/	2004-2008
Blog 3	Frágil Reino ¹⁶¹	https://fragilreino.com/	2008-2021
Total			20 anos

Fonte: elaborado pela autora.

Para a interpretação e análise das duas décadas de escrita de si produzidas por E. A., esta pesquisa lançou mão de *eixos de coordenadas*, conforme sugere Lejeune (2008). Segundo o autor, “[...] o discurso da memória é um labirinto” (LEJEUNE, 2008, p. 161) e, portanto, a primeira preocupação de um pesquisador que trabalha sobre dados de caráter memorialístico é orientar-se. Sendo assim, os *eixos de coordenadas* foram utilizados como ferramenta teórico-metodológica, de maneira a constituir uma indexação sobre a qual se pudesse apoiar a narrativa fragmentada tecida em diversas plataformas da Internet pela dominatrix Rainha Frágil.

Apoiando-se nas teorizações de Lejeune (2008), Sérgio Branco (2017) identifica dois eixos de coordenadas importantes para a organização da memória: o *eixo cronológico* e o *eixo temático*. Uma vez que o tema de interesse deste trabalho é a relação entre a espacialidade e a performance identitária da dominatrix, considerou-se, portanto, o eixo temático como *eixo espacial*. Por essa lógica, tendo em vista os diferentes cruzamentos possíveis entre os eixos cronológico e espacial, este capítulo buscou compreender como a criação, a ma-

158 Disponível em: <https://web.archive.org/web/20091019074450/http://br.geocities.com/rainhafragil/geral3.html>. Acesso em: 06 jan. 2021.

159 Disponível em: <https://web.archive.org/web/20080110111534/http://www.fragilreino.blogspot.com.br/>. Acesso em: 06 jan. 2021.

160 Disponível em: <http://fragilreino.blogspot.com/>. Acesso em: 06 jan. 2021.

161 Disponível em: <https://fragilreino.com/>. Acesso em: 06 jan. 2021

nutrição e a enunciação nos sites e blogs mantidos pela dominadora relacionam-se com a construção de sua identidade como Rainha Frágil ao longo de duas décadas.

Esta pesquisa também levou em conta que uma das características da página web é sua multimodalidade. Lemke (2006, p. 3) aponta que a “[...] multimodalidade refere-se à combinação ou integração de vários sistemas de signos ou sistemas de recursos semióticos como linguagem, representação, gestos, matemática, música, etc”. O autor também ressalta que a materialidade da comunicação é inerentemente multimodal, já que todo meio físico carrega signos que podem ser interpretados por meio de outros sistemas de significado (LEMKE, 2002).

Tendo em vista a inerente multimodalidade da web – e das mídias de comunicação como um todo –, este estudo analisou a espacialidade dos sites e blogs da Rainha Frágil perscrutando não só a linguagem verbal neles utilizada, mas principalmente a linguagem não-verbal. Nesse sentido, a análise focalizou na descrição e comparação dos recursos semióticos utilizados para a composição estética dos sites e blogs da autora, dando especial atenção à formatação das fontes utilizadas nos textos, às paletas de cores e à organização da página web de um modo geral. Procurou-se compreender, assim, como a performance identitária da autora como Rainha Frágil relaciona-se às escolhas estéticas de personalização de seus sites e blogs, encarnações virtuais de seu Frágil Reino, ao longo de vinte anos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES: O REINO COMO CIBERESPAÇO

A análise do corpus da pesquisa revelou que a liberdade de criação e personalização proporcionadas pelas diferentes ferramentas e recursos semióticos disponibilizados no ciberespaço desempenharam um papel de grande importância para a fundação virtual do Frágil Reino, o espaço o qual a Rainha Frágil comanda.

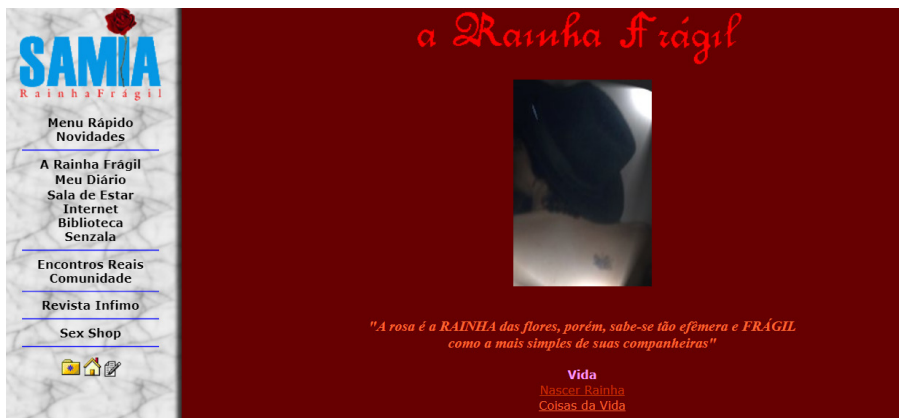
É importante pontuar que os processos de nomeação dos sites e blogs, de sua formatação segundo preferências estéticas e sua organização em seções e subdivisões não devem ser reduzidos a um processo meramente cosmético. Considerando o poder performativo da linguagem (AUSTIN, 1990), a produção de uma determinada aparência para os sites e blogs pode ser considerada como parte do processo de elaboração subjetiva da autora. Ao estruturar sua escrita de si em uma espacialidade virtual, que pode ser moldada de acordo com sua vontade, a dominadora (re)interpreta e (re)constrói as signi-

ficações de sua identidade, ao mesmo tempo em que produz espaços nos quais faz valer suas regras e desejos.

Considerando, assim, o eixo de coordenadas proposto por Lejeune (2008), sobre o qual se estruturou este texto, constatou-se que, de acordo com variações no eixo cronológico, foi possível observar mudanças no eixo espacial representado pelas espacialidades dos blogs e sites da dominatrix. Em outras palavras, no decorrer de suas duas décadas como blogueira, a dominatrix modificou as maneiras de performar sua identidade como Rainha Frágil, e as caracterizações estéticas de seus blogs e sites acompanharam essas transformações.

As relações entre a espacialidade do blog, a espacialidade do reino e a construção performativa da identidade de E. A. como Rainha Frágil podem ser observadas já em seu primeiro site criado em 2001 e, aqui, referido como Site 1. Organizando o espaço virtual à semelhança do espaço de um castelo, a dominadora cria, por meio das ferramentas de edição disponíveis na época, seu Frágil Reino, conforme demonstra a Figura 1.

Figura 1: Captura de tela do Site 1



Fonte: Site Samia, Rainha Frágil (2021).

A análise das páginas que constituem o Site 1 revela que os recursos semióticos mobilizados em sua personalização evocam uma estética associada à aristocracia e nobreza. Nota-se, com isso, que várias das fontes utilizadas pela autora são rebuscadas e enfeitadas, imitan-

do letras cursivas com iniciais capitulares, como demonstra o título *a Rainha Frágil* na Figura 1, formatado na fonte Engrossing. A empresa Scriptorium, desenvolvedora da fonte, afirma oferecer fontes “[...] decorativas e caligráficas, com base em fontes históricas e folclóricas” (MY FONTS, 2021). Fica evidente, nesse sentido, que a opção da dominatrix pela fonte Engrossing para a formatação do título da página *A Rainha Frágil* procura emular um estilo de caligrafia antigo, que seria utilizado por uma rainha. Ainda nessa página, a formatação da fonte na cor vermelha-clara e a coloração do plano de fundo em vermelho-escuro evocam sentidos de sensualidade associados à cor vermelha.

De modo semelhante, o logotipo do site, em que se lê *Samia: Rainha Frágil*, é adornado com o desenho de uma rosa vermelha, evocando sentidos de sensualidade e feminilidade associados a essa flor e à coloração rubra, enquanto que a textura de mármore branco da barra lateral remete a sentidos de riqueza.

Por meio das escolhas de design do Site 1, a dominatrix reforça sua identidade como Rainha Frágil, uma vez que mobiliza elementos estéticos convencionalmente relacionados à aristocracia¹⁶², como as fontes decoradas, as cores fortes e a textura de mármore. Utilizando-se dos recursos virtuais de construção de páginas na Internet, a dominadora emula a decoração de um palácio, construindo, assim, seu Frágil Reino situado no ciberespaço.

Além da decoração, o Site 1 assemelha-se a um castelo ou palácio, à medida em que é constituído por páginas nomeadas como cômodos de uma habitação, que podem ser acessadas pela barra lateral do site. Dentre as seções em que o site é dividido, que se destacam por serem nomeadas a partir de espaços do mundo físico, encontram-se a Sala de Estar, a Biblioteca, a Senzala e a Sex Shop, além da própria seção Internet, que poderia fazer referência a uma Sala de acesso à Internet. Cada uma dessas páginas comporta-se como uma espacialidade própria, podendo ser interpretada como uma subdivisão do Frágil Reino.

Nesse contexto, a Sala de Estar consiste de uma página arquivadora e redirecionadora de links para outras páginas, nas quais a dominadora apresenta seus amigos do mundo do BDSM, como a do-

162 De acordo com McClintock (2003, p. 25), o S/M “[...] toma emprestada a decoração, os objetos e vestimentas (algemas, correntes, cordas, vendas) e suas cenas (quartos de dormir, cozinhas, masmorras, conventos, prisões, império) das culturas cotidianas do poder”. Ou seja, não é de se surpreender que Rainha Frágil performe sua identidade enquanto dominatrix mobilizando recursos semióticos que remetem à estética do poder monárquico.

minadora Helga Vanny Freya, as *switchers*¹⁶³ hannie e vampira, e os submissos *sissymaid*, *servo68*, *zepierre{HVF}*, *Dumuz* e *Arabian Knight*. Trata-se, desse modo, de uma Sala de Estar em que a dominatrix recebe e hospeda seus amigos fetichistas, conforme é possível observar na descrição que ela mesma dá dessa página, expressa no Exemplo 01:

Esta sala é um brinde aos amigos e às pessoas que admiro. Entre e fique à vontade. Sirva-se de algo. Temos uma mesa farta. E todas as forças do Bem abençoam esta casa.

O funcionamento performativo da página Sala de Estar como uma espacialidade que emula o espaço físico de uma habitação é ressaltado pela expressão “entre e fique à vontade”, geralmente, proferida pelo anfitrião que recebe visitas em sua casa. Da mesma forma, o convite “sirva-se de algo” e as constatações “temos uma mesa farta” e “todas as forças do Bem abençoam esta casa” apresentam-se como dizeres típicos de uma interação no mundo físico, empregadas performativamente na espacialidade virtual do site.

Com um funcionamento semelhante, a seção Biblioteca indexa links para páginas que contêm textos e poesias de amigos da dominadora, enquanto a seção *Senzala* reúne links para páginas que descrevem os tipos de submissos que servem à dominatrix. Fazendo alusão às *senzalas* do período escravocrata, a página *Senzala* reúne, no espaço virtual do site, os perfis de escravos da dominatrix, a saber: *ideiafix {S}*, *O escravo-namorado, amado!*, seu namorado de longa data e futuro marido; os *escravos virtuais*, com quem se relaciona por meio de telefonemas, chats e listas de discussão na Internet; e, por fim, os *escravos casados*, homens comprometidos que desejam explorar seus fetiches com a dominadora.

Por fim, a página Internet indexa links para listas de discussão da temática da Dominação Feminina e para a página *Meus Links preferidos*, em que a autora elenca blogs e sites que abordam o tema do BDSM, como o site da dominadora Helga Vanny Freya; o site do dominador Sir Ganon; o site *BDSM: Um Estilo de Vida*, que traz informações sobre práticas sadomasoquistas; o site *Clube Amor com Podólatras*, que trata do fetiche da podolatria, dentre outros.

O ato de linkar sites e blogs de amigos do universo fetichista demonstra a importância que esses domínios virtuais desempenham

163 Na hierarquia do BDSM, *switcher* é aquele que pode adotar tanto uma posição de dominante quanto de submisso a depender do parceiro com que está se relacionando.

no início dos anos 2000 para criação e manutenção da comunidade BDSM no Brasil. Segundo Gregori (2015, p. 253), o advento da Internet foi “[...] um fator decisivo na difusão dessa forma de erotismo em nosso país, sobretudo nas interações entre adeptos e a criação de suas comunidades”.

Conforme explica a autora, no Brasil, “[...] até a década de 1990, o acesso a informações sobre as técnicas, os objetos e as possibilidades de encontrar pessoas interessadas nessas práticas era bastante reduzido” (GREGORI, 2015, p. 253), de forma que os adeptos do BDSM recorriam a anúncios classificados em jornais ou revistas eróticas para estabelecer contato com outros membros da comunidade. Com a popularização da Internet, o contato entre adeptos do BDSM migrou dos meios de comunicação impressos para o meio digital, de modo que os sites e blogs pessoais assumiram um papel de grande importância para a discussão de práticas fetichistas.

É interessante notar que a maioria dos sites e blogs linkados na página *Meus Links preferidos* também trazem, em suas seções de links de domínios virtuais recomendados, os sites e blogs da dominadora Rainha Frágil. Observa-se, nesse sentido, a formação de uma rede de sites e blogs que, citando-se mutuamente por meio de hiperlinks, estruturam uma comunidade virtual fetichista.

Nesse sentido, a página Internet ilustra o papel coesivo do ciberespaço para a comunidade BDSM. Observando a descrição dessa página, reproduzida no Exemplo 02, compreende-se que a dominatrix considera a Internet como uma espacialidade propícia para o encontro de pessoas com interesses afins.

Havia que se abrir um espaço especial para a Internet. [...] É um universo tão rico em diferenças e contrastes que em algum lugar, neste cyber espaço, você encontrará seus pares. [...] Gosto também da liberdade que temos de IR e VIR. Me lembra a época dos barzinhos em Sampa. Onde eu tinha no canto de cá uma paquerinha. No bar ao lado, um desafeto. Ali o cinema. Do outro lado, uma livraria.

Reforçando a noção de que a espacialidade do blog se inspira em espaços do mundo físico, o Exemplo 02 reafirma a importância das espacialidades virtuais para a construção não só do Frágil Reino da dominadora, mas também da comunidade BDSM como um todo. Sendo tão real e concreto quando a própria cidade de São Paulo, o cibe-

respaço é caracterizado pela dominatrix como um espaço multifacetado, repleto de subdivisões que se pode visitar à vontade e nas quais se pode conhecer pessoas que compartilham dos mesmos desejos.

Conforme evidenciado pela análise da estrutura do site e das escolhas estéticas referentes à tipografia e à paleta de cores, fica claro que o Site 1 possui características de uma época inaugural da Internet, na qual os blogs eram, em sua maior parte, páginas estáticas povoadas de hiperlinks e de edição restrita a indivíduos com conhecimento de programação. Segundo Blood (2000, p. 1), “[...] os weblogs originais eram sites dirigidos por links. Cada um era uma mistura de proporções únicas de links, comentários, pensamentos e ensaios pessoais. Weblogs só poderiam ser criados por pessoas que já sabiam fazer um site”.

Talvez, devido a essa necessidade de edição manual, os produtores de sites e blogs dessa época inaugural da Internet possuíam grande liberdade de produção e personalização dos domínios virtuais. Essa característica dos primeiros websites propiciava a criação de designs visualmente carregados, em que os webdesigners utilizavam-se de todos os recursos semióticos disponíveis para produzir os efeitos de sentido desejados, beirando uma estética do exagero (THORLACIUS, 2007).

Devido às dificuldades de usabilidade desses sites, no início do século XXI estabeleceu-se uma nova tendência no webdesign que favorecia “[...] sites hiperfuncionais sem nenhuma estética supérflua” (THORLACIUS, 2007, p. 65). Assim, é possível verificar que os sites e blogs mais antigos da dominadora, como o Site 1 e o Blog 1, apresentam forte influência de um primeiro momento do webdesign, em que os designers podiam exercer a criatividade livremente, enquanto os Blogs 2 e 3 seguem a nova tendência de simplificação das páginas web.

Nesse sentido, observa-se que os dois blogs criados em seguida pela dominadora, referidos pelas siglas Blog 1 e Blog 2, possuem estruturas e designs bastante semelhantes entre si. O primeiro deles pode ser observado na Figura 2.

De modo semelhante ao que se pode observar no Site 1, o Blog 1 possui um logotipo com os dizeres *Frágil Reino: Uma Rainha e seu escravo, dentro e fora do Palácio. BDSM e coisas da vida*. Formatado na fonte *Blackminster italic* e na coloração vermelha, o logotipo contrasta com o fundo de coloração preta, criando uma estética visual impactante. Segundo seu próprio criador David Kerkhoff, a fonte *Blackminster* “[...] é uma fonte Gótica, inspirada por um conjunto de

letras manuscritas” encontrado em “um livro de 1916 sobre letras” (KERKHOFF, 2021, [s. p.]). O criador da fonte recomenda que ela seja utilizada em capas de álbuns de Heavy Metal, além de “skates e bicicletas de montanha de downhill” (KERKHOFF, 2021, [s. p.]).

Figura 2: Captura de tela do Blog 1



Fonte: Blog Frágil Reino, 2021.

A escolha de um logotipo com fonte gótica em coloração vermelha, aliada ao plano de fundo preto, produzem no Blog 1 uma estética intimidadora. Nesse sentido, a tonalidade vermelha da fonte do logotipo evoca tanto o sangue –reforçando assim o sadismo da Rainha Frágil – quanto a sensualidade, uma vez que essa cor é associada, no senso comum, à paixão, ao amor e à luxúria. Por meio dessas escolhas estéticas, que remetem ao vampiresco, a dominadora comunica imediatamente aos internautas que seu blog se relaciona a conteúdos adultos.

A evocação de sentidos ligados ao universo do gótico, da nobreza e do vampirismo é reforçada pela divisão do Blog 1 em seções que podem ser acessadas por meio de links na barra lateral. Alguns dos títulos dessas seções retomam significados relacionados a um passado histórico aristocrático, como Livro de Visitas, Palácio, Eras Passadas, Antigo Blog, Reinos BDSM&Afins e Arredores, enquanto outros fazem alusão ao universo do ocultismo, como Rituais e Escritos.

Da mesma forma que o Site 1 organiza suas seções de forma a fazer referência aos cômodos de um castelo, o Blog 1 ordena seus links de maneira a emular a estrutura de um reino, que possui em seu centro um palácio governado pela Rainha Frágil. Na seção Livro de Visitas, os internautas, percebidos como visitantes do Frágil Reino, podem deixar suas assinaturas. Por sua vez, na seção Palácio, observa-se um link com o nome *Samia, a Rainha Frágil*, que redireciona os internautas ao Site 1 e que evidencia a importância da dominatrix para a construção discursiva do reino: o Palácio, centro do Frágil Reino, é onde habita a Rainha Frágil.

As fronteiras virtuais desse reino são delimitadas pelas seções Reinos BDSM&Afins e Arredores, nos quais se agrupam links de redirecionamento para outros sites e blogs. Apresentando links para outros domínios da Internet que tratam da temática do BDSM, a seção Reinos BDSM&Afins apresenta os blogs pessoais de outras dominadoras, dominadores, submissos e submissas, a exemplo do blog *Castelo da Luxúria*, descrito como o “precioso diário de Lord Ruthwen e sua escrava Colombina{LR}”, do blog *përsëfønë*, caracterizado como “o dia-a-dia e as reflexões de uma escrava” e do site *Moirá Sévdah*, descrito como “Site da Dominadora residente em Curitiba com delicada abordagem do tema Dominação Feminina”. A seu turno, a seção Arredores, dividida nas subseções Blogs e Sites, exhibe as fronteiras do Frágil Reino com o universo “baunilha”, ou seja, aquele que se encontra fora das práticas fetichistas. Encontram-se, nessa seção, links para outros domínios virtuais que interessam à dominadora, mas que não têm relação com o BDSM.

Além de possuir um Palácio, um Livro de Visitas e fronteiras, o Frágil Reino possui também sua história documentada nas seções Era Passadas e Antigo Blog, que figuram, respectivamente, links para páginas arquivadas do Blog 1 indexadas por data e para um blog anterior da dominadora, intitulado *Samia, a Rainha Frágil, e idéiafix{S}*. Constrói-se, assim, uma espécie de periodização do Frágil Reino, em que as versões anteriores do Blog 1 e de outros blogs da autora funcionam como documentos históricos a serem consultados por seus visitantes.

A construção discursiva do Frágil Reino não se limita, no entanto, à criação de uma história e de uma geografia próprias a essa espacialidade, mas envolve também a produção de uma liturgia específica. Isso pode ser exemplificado pela seção Rituais, em que a dominadora lista as práticas fetichistas que costuma empregar em suas sessões de BDSM. Dentre os rituais listados, encontram-se Açoitamentos,

Controle de Castidade, Feminização¹⁶⁴, Humilhação, Imobilização, Inversão de Papéis¹⁶⁵, Equitação¹⁶⁶, Palmadas, Pisoteamento e Podolatria. Somando-se aos Rituais, os textos da dominatrix, arquivados na seção Escritos, ajudam a constituir a liturgia do reino, agrupando as narrativas de memória da autora e canonizando-as como escrituras sagradas do Frágil Reino.

Assemelhando-se ao Blog 1, o Blog 2 possui o mesmo logotipo na fonte *Blackminster italic* e na coloração vermelha do blog anterior, conforme é possível observar na Figura 3.

Figura 3: Captura de tela do Blog 2



Fonte: Blog *Frágil Reino*, 2021.

A maior diferença do Blog 2, em relação ao Blog 1, encontra-se na cor do plano de fundo, que deixa de ser preta para possuir uma gama de outros tons, dentre eles o cinza e três tonalidades de vermelho. Nesse sentido, a coloração cinza escolhida para compor o plano de fundo, em um tom pastel, pode ser interpretada como uma atenuação em relação à coloração preta do Blog 1, que criava um contraste gritante com o vermelho do logotipo.

164 No BDSM, a prática da feminização consiste em vestir um homem de mulher e/ou fazer com que ele se comporte de maneira feminina.

165 A inversão de papéis é uma prática sexual em que a mulher penetra o ânus do homem utilizando uma cinta peniana ou strap-on.

166 As práticas de equitação ou pony play dizem respeito a uma forma de encenação em que os participantes desempenham os papéis de cavalo e jóquei.

De uma forma semelhante, a coloração vermelha, que também compõe o plano de fundo, pode igualmente ser considerada como uma suavização em relação ao preto do Blog 1, já que não chega a ser tão escura quanto a coloração do blog anterior, criando assim menos contraste com o texto de cor branca. Por outro lado, realçam-se os sentidos evocados pela cor vermelha, muito mais presente nesse blog, como a sedução, a paixão e a sensualidade.

Esse abrandamento do visual impactante do Blog 1 é acompanhado, no Blog 2, por uma simplificação nas nomeações das seções nas quais é dividido. Nesse sentido, apenas as seções Livro de Visitas e Arredores mantêm-se inalteradas em relação ao Blog 1. Por sua vez, a seção Reinos BDSM&Afins é substituída pela nova seção BDSM & Afins, enquanto a seção Escritos dá lugar à nova seção Textos, e a seção Eras Passadas cede seu lugar à seção Arquivo. Por fim, a seção Palácio é dividida nas novas seções *Rainha Frágil* e *Ideiafix{RF}*, enquanto as seções Antigo Blog e Rituais desaparecem por completo na transição do Blog 1 para o Blog 2.

Verifica-se, assim, uma simplificação estética do Blog 2 em relação ao Blog 1. À vista disso, a performance identitária da Rainha Frágil nesse blog também muda: ele passa de uma vampiresa sádica que mora em um reino antigo para uma dominadora que vive em um mundo moderno. Embora ela ainda se refira a si mesma como Rainha Frágil, não é mais tão fácil traçar paralelos entre as nomeações das seções do blog e os cômodos de um castelo ou as partes de um reino. O *Livro de Visitas*, os *Arredores* com o qual o reino faz fronteira e o *Arquivo* que guarda suas histórias permanecem como indicadores da relação entre as espacialidades do blog e do Frágil Reino, porém essa relação não é tão íntima quanto costumava ser no Site 1 e no Blog 1.

Por fim, o blog mais recente da autora, posteriormente chamado de Blog 3, contrasta com todos os sites e blogs anteriores devido a sua simplicidade de design. Com uma paleta de cores pastéis que vão do marrom do cabeçalho ao cinza da barra lateral e ao branco do plano de fundo, o blog não traz em sua estética qualquer evocação da temática do BDSM, conforme se pode observar na Figura 4.

Esse distanciamento da estética fetichista também pode ser constatado no logotipo do blog, em que se lê o título *Frágil Reino: Crônicas da vida. Mulher de 60!! E Dominatrix e empreendedora*. Diferentemente dos logotipos dos sites e blogs anteriores da autora, que enfatizavam sua identidade como Rainha Frágil, este logotipo cita a temática da dominação quase que de forma incidental. Mais relevante do que sua identidade como dominatrix, parece tornar-se central no

Blog 3 a identidade de E. A. como mulher idosa, conforme indicam as predicções *crônicas da vida* e *mulher de 60*, atribuídas ao Frágil Reino por meio do logotipo.

Figura 4: Captura de tela do Blog 3



Fonte: Blog *Frágil Reino*, 2021.

A valorização da velhice e da experiência de vida, que se refletem na mobilização de uma paleta de cores sóbrias, também é evocada pelas fontes simplistas e minimalistas na cor cinza-escuro utilizadas pela autora na formatação do logotipo. Para o título *Frágil Reino*, a dominatrix optou pela fonte *Lato Black*. Segundo o site *Fonts 2 u*, *Lato Black* é uma fonte que “[...] deve parecer bastante ‘transparente’ quando usado no corpo do texto” (FONTS 2 U, 2021, [s. p.]). Nesse sentido, “[...] seu elegante visual sem serifa deixa evidente o fato de que *Lato* foi desenhado em 2010” (FONTS 2 U, 2021, [s. p.]), enquanto sua “estrutura forte proporciona estabilidade e seriedade” (FONTS 2 U, 2021, [s. p.]). Evidencia-se, nessa descrição, a legibilidade, a simplicidade, as bordas retas e o caráter moderno dessa fonte, que contrastam com as bordas arredondadas e estilizadas das outras fontes utilizadas nos logotipos da dominatrix. Nesse sentido, ao invés de passar a impressão de uma letra antiga, a fonte *Lato* é, caracteristicamente, uma fonte dos anos 2010, trazendo ao *Frágil Reino* um design atual e voltado à acessibilidade na Internet.

A segunda fonte utilizada no logotipo, por sua vez, é a *Merriweather*, descrita pelo site *Mais Fontes* como uma fonte “projetada para

ser uma face de texto agradável de ler nas telas” (MAIS FONTES, 2021, [s. p.]). Trata-se, portanto, de uma fonte sem ornamentação e de fácil leitura, que busca adequar-se às novas demandas dos meios digitais.

A escolha dessas duas fontes para a composição do logotipo do blog é sintomática de um novo ideário que atualmente permeia o design das páginas Web. Privilegiando a compreensão, a condensação de informações e a rapidez de leitura, a tipografia do novo webdesign deve seguir os seguintes princípios, elencados por Joel Sklar, em *Principles of Web Design* (2012): redução do número de fontes e tamanhos; utilização de fontes acessíveis; design para legibilidade; e evitamento do uso de textos gráficos.

A respeito da utilização de fontes que favoreçam a legibilidade, Sklar (2012, p. 194) sugere ao webdesigner que “[...] pense em termos de famílias de fontes, como fontes *serif* e *sans-serif*, em vez de estilos específicos”. Fica evidente, nesse sentido, a adesão do design do Blog 3 a esse novo modelo de tipografia, tendo em vista a opção por uma fonte sem serifa (pertencente à família *sans-serif*) para a formatação do título do logotipo, e a escolha de uma letra de fácil legibilidade para a formatação do subtítulo.

A opção por um logotipo mais simplista, no caso do Blog 3, implica também no abandono daquilo que Sklar (2012) chama, em uma tradução literal, de textos gráficos. Tratam-se, em realidade, de imagens que trazem textos estilizados, comumente utilizadas em títulos e *banners* nos primeiros blogs da Internet. Os logotipos do Site 1 e dos Blogs 1 e 2 são textos gráficos, enquanto o logotipo do Blog 3 não é. Situando a utilização de textos gráficos em diferentes eras da Internet, Sklar (2012) afirma que, atualmente,

[...] o aumento do número de fontes comuns e a disponibilidade de fontes especiais significa que menos designers da Web devem recorrer a criar gráficos simplesmente para apresentar texto. Esta técnica costumava ser comum nos primeiros dias do design da Web, quando as opções de fontes eram mais restritas (SKLAR, 2012, p. 197).

A adoção dos princípios do novo webdesign na personalização do Blog 3, expressa pela opção por uma paleta de cores pastéis e de um logotipo com fontes simples e de fácil leitura, pode ser interpretada como uma adaptação necessária para a sobrevivência da plataforma do blog atualmente. A popularização do *microblogging*, “[...] nova forma de comunicação na qual os usuários podem descrever seu sta-

tus atual em postagens curtas” (JAVA *et al.*, 2007, p. 56), representada principalmente pelo uso de redes sociais como Twitter, Facebook e Instagram, atende à demanda por “[...] um modo de comunicação ainda mais rápido” (JAVA *et al.*, p. 57). Para tentar competir com esse novo modelo de comunicação, os blogs tendem a adotar uma estética e estrutura simplista, facilitando a apreensão da informação no menor tempo possível.

A preferência por uma estética neutra e simples também pode ser observada nas seções da barra lateral do Blog 3, com títulos menos relacionados ao universo fetichista que as seções dos sites e blogs anteriores. A primeira seção, que consiste de uma barra de busca nomeada Procure no Reino, permite que os internautas pesquisem textos do blog por meio de palavras-chave.

Além da seção Procure no Reino, constituem a barra lateral as seções Categorias, Arquivos, Páginas, Blogs e Sites. A seção Categorias possibilita que o internauta encontre uma página por meio de sua categorização em subseções. Dentre elas, aquelas que merecem maior atenção são as subseções A Masmorra, Canil, Galeria, Sala de Leitura e Arquivo, nomeadas a partir de espaços do mundo físico e que fazem alusões a espacialidades constituintes do Frágil Reino.

É, principalmente sob a marcação das subseções, A Masmorra e Canil, que se encontram os relatos nos quais a dominadora apresenta os escravos que a servem, narrando as relações sexuais que mantém com eles. De maneira semelhante, na subseção Galeria, cujo nome faz referência ao local em que se expõem obras de arte, encontram-se textos que são constituídos não só por linguagem verbal, mas também por fotografias. A maior parte dessas fotos retratam os submissos da dominatrix nus, amarrados e cobertos por marcas vermelhas. É possível apontar, nesse sentido, que as subseções A Masmorra, Canil e Galeria apresentam os habitantes do Frágil Reino, com os quais a Rainha Frágil se relaciona sexualmente.

Outras duas localidades que integram o *Frágil Reino* são o Arquivo e a Sala de Leitura, subseções nomeadas a partir de espaços físicos reservados ao armazenamento e à leitura de textos. Ordenando por data as publicações da dominatrix, o Arquivo organiza as narrativas de memória de E. A., enquanto a Sala de Leitura aparece como uma marcação que agrupa textos selecionados, que vão desde contos até produções de caráter mais ensaístico.

As outras seções do blog, por sua vez, têm títulos mais simples, que poderiam ser encontrados em blogs de quaisquer outras temáticas. Como o próprio nome sugere, a seção Páginas apresenta links

para páginas selecionadas do blog. A seção Blogs, por sua vez, traz links de redirecionamento para blogs de temática BDSM recomendados pela autora, enquanto a seção Sites apresenta um link para o site da sex shop da qual a dominadora é proprietária.

É interessante notar que a maioria dos blogs relacionados ao universo do fetichismo linkados na seção Blogs ou não são atualizados há anos, como é o caso dos blogs *Overmundo*, *Infantilismo de A a Z* e *Rainha Sarah*, cujas últimas postagens datam de 2008, 2011 e 2014, respectivamente, ou encontram-se fora do ar, como é o caso dos blogs *A Masmorra do Senhor Werther* e *Brenno Furrier*. A descontinuidade ou abandono desses domínios virtuais pode ser explicada pela perda da popularidade dos blogs a partir da década de 2010. De acordo com Kottke (2013, p. 1), “[...] em 1997 adolescentes conectados criaram diários online e em 2004 o blog era rei. Hoje, os adolescentes estão tão propensos a começar um blog [...] quanto estão dispostos a comprar um CD de música”. Os blogs, completa o autor, “[...] são para pessoas de 40 com filhos” (KOTTKE, 2013, p. 1), uma relíquia de outra geração.

Observa-se, assim, que apesar dos esforços da dominadora de manter uma rede virtual de relações com outros blogs e sites de temática BDSM, como era comum no início dos anos 2000, esse modelo de interligação entre diferentes domínios virtuais por meio de links já não se sustenta, tendo em vista a diminuição da relevância do blog na cibercultura atual. Evidencia-se, desse modo, que a estética e a estrutura do Blog 3 inscrevem o *Frágil Reino* e a dominatrix Rainha Frágil em um mundo contemporâneo em que a plataforma do blog encontra-se em decadência e se valoriza um webdesign inspirado nos modelos de comunicação rápida estabelecidos pelos microblogs, com pouco espaço para a expressão estética individual.

Diante dessas circunstâncias desfavoráveis para a prática do *blogging*, o fato de E. A. continuar sendo blogueira após o extenso período de duas décadas é memorável. Um dos motivos para a perseverança da dominatrix em postar escritos de si na Internet após tantos anos, sugere-se, é a interdependência existente entre os sites e blogs da dominadora, a espacialidade do reino e sua identidade como Rainha Frágil. Por meio do ato performativo de escrever em seus domínios virtuais, a autora reafirma para si mesma e para a comunidade BDSM sua identidade enquanto dominadora, reforçando os pilares sobre os quais estrutura seu *Frágil Reino*.

De forma semelhante, devido à importância desempenhada pelo ciberespaço e, mais especificamente, pelos blogs e sites pessoais para o estabelecimento da comunidade fetichista no Brasil, acredi-

ta-se que a produção de escrita de si e sua postagem em domínios virtuais componha, ao menos para uma parcela dos adeptos dessas práticas eróticas, a experiência de participar da comunidade BDSM. Com isso, a publicação de narrativas de memória em sites e blogs da Internet não só produz performaticamente a identidade de E. A. como dominatrix, mas também compõe sua experiência como participante da subcultura do BDSM.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do corpus, por meio dos eixos cronológico e espacial (LEJEUNE, 2008), evidencia que as várias escolhas estéticas que envolveram a construção dos sites e blogs da Rainha Frágil ao longo do tempo acabaram por realçar, a cada momento, aspectos diversos de sua identidade como dominadora, assim como características do *blogging* em diferentes períodos da cibercultura.

Nesse sentido, o primeiro site da dominadora, o Site 1, reitera a identidade da autora como Rainha, por meio da evocação de sentidos relacionados à nobreza e à realeza. A divisão do site em seções nomeadas, por intermédio de topônimos que designam cômodos ou partes de um castelo como Sala de Estar, Biblioteca e Senzala transformam esse espaço em um palácio virtual no qual a Rainha Frágil recebe os amigos, aprisiona escravos e arquiva escritos. Decorado com o mármore da barra lateral, revestido de cortinas e tapetes vermelhos, como sugere a coloração do plano de fundo do site, e preenchido por documentos escritos em letras cursivas e ornamentadas, esse palácio é um espaço digno de uma Rainha.

Tal mobilização de recursos semióticos apresenta características de um momento inicial da Internet, em que os blogs consistiam em aglomerados de links e valorizava-se uma estética que prezava pelo excesso de informação visual, por textos estilizados e por cores chamativas. Os dois blogs criados em seguida pela dominadora, o Blog 1 e o Blog 2, também obedecem a essa estética do exagero.

Utilizando-se de fontes góticas na coloração vermelha e de um plano de fundo preto, o Blog 1 brinca com as temáticas do vampirismo e do ocultismo. A sugestão do sangue enfatiza a performance da autora como uma dominadora sádica, enquanto as seções nomeadas a partir de partes de um reino antigo associam a Rainha Frágil à imagem de uma vampiresa que vive em seu palácio, performa rituais e mantém a história das eras passadas de seu reino em um arquivo.

Com poucas alterações em relação ao Blog 1, o Blog 2 caminha em direção à tendência atual de simplificação do webdesign. A substituição da paleta de cores contrastantes do Blog 1 por uma paleta amena e a opção por nomes mais simples para as seções apontam para esse movimento de condensação das informações e facilitação da leitura. Como consequência dessas mudanças estéticas no blog, aponta-se uma modernização da própria identidade da Rainha Frágil, que parece mais viver no mundo atual do que em um período histórico antigo.

Esse processo de simplificação do webdesign atinge seu ápice no último blog da autora, o Blog 3, que traz um logotipo básico em fonte sem serifas e uma paleta de cores pastéis que oscilam entre o cinza, o marrom e o branco. A opção por um plano de fundo, majoritariamente, branco contrapõe-se diretamente a todos os outros sites e blogs da dominadora, que apresentam planos de fundo de cores fortes e escuras. Essa estética minimalista, acompanhada da expressão *Mulher de 60!!*, que figura no subtítulo do logotipo, auxilia a dominadora a performar a identidade de uma dominatrix sofisticada e experiente. Após uma longa trajetória de vida, ela não mais sustenta sua performance identitária em uma estética assustadora ou explicitamente erótica, optando por construir uma espacialidade moderna para seu Frágil Reino.

Fica evidente, nesse sentido, que os designs dos diferentes sites e blogs da dominadora Rainha Frágil, além de facilitar ou dificultar determinadas performances identitárias, seguem estilos de webdesign específicos, segundo sua popularização ou queda durante determinados períodos da cibercultura. Ademais, tendo em vista a importância do ciberespaço para a comunidade fetichista brasileira, compreende-se que mais do que uma performance individual, as duas décadas de publicações na Internet da Rainha Frágil representam uma parte importante de seu pertencimento à comunidade BDSM.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARFUCH, Leonor. **La vida narrada**: Memoria, subjetividade y politica. Villa María (Argentina): Eduvim, 2018.

ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: Editora da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2010.

AUSTIN, John Langshaw. **Quando dizer é fazer: palavras e ação**. Porto Alegre: Artes médicas, 1990.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Linguística Geral**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1976.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de linguística geral II**. Campinas, SP: Pontes, 2006.

BLOOD, Rebecca *et al.* Weblogs: A history and perspective. **Rebecca's pocket**, [S. l.], v. 7, n. 9, p. 1-5, 2000.

BRANCO, Sérgio. **Memória e esquecimento na internet**. Porto Alegre: Arquipélago, 2017.

GREGORI, Maria Filomena. Prazeres perigosos: o contrato e a erotização de corpos em cenários sadomasoquistas. **Etnográfica**, Lisboa, v.19, n. 2, p. 247-267, 2015.

KERKHOFF, David. Blackminster. **Hanoded Fonts**, 2021. Disponível em: <https://www.hanodedfonts.com/fonts/blackminster/>. Acesso em: 30 jul. 2021.

JAVA, Akshay *et al.* Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. In: THE JOINT 9TH WEBKDD AND 1ST SNA-KDD WORKSHOP ON WEB MINING AND SOCIAL NETWORK ANALYSIS, 2007, California. **Anais [...]**. New York: Association for Computing Machinery, 2007, p. 56-65. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1348549.1348556>. Acesso em: 27 out. 2021.

KOTTKE, Jason. The blog is dead, long live the blog. **Nieman Lab**, 2013. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2013/12/the-blog-is-dead/>. Acesso em: 27 out. 2021.

LATO BLACK. Fonts 2 u, 2021. Disponível em: <https://pt.fonts2u.com/lato-black.fonte>. Acesso em: 30 jul. 2021.

LEJEUNE, Philippe. **O pacto autobiográfico: de Rosseau à Internet**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

LEMKE, Jay. Travels in hypermodality. **Visual Communication**, [S. l.], v. 1, n. 3, p. 299-325, 2002.

LEMKE, Jay. Toward critical multimedia literacy: Technology, research, and politics. In: MCKENNA, Michael; REINKING, David; LABBO, Linda; KIEFFER, Ronald (Orgs.). **International handbook of literacy and technology**. 2 v. London: Routledge, 2006. p. 3-14.

MARQUES DA SILVA, Vera Lucia. A psiquiatrização do sexo não normativo: BDSM e a 5ª edição do manual diagnóstico e estatístico de doenças. **Vivência: Revista de Antropologia**, [S. l.], v. 1, n. 48, p. 25-37, 2017.

MCCLINTOCK, Anne. Couro imperial: Raça, travestismo e o culto da domesticidade. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 20, p.7-85, 2003.

MERRIWEATHER. Mais Fontes, 2021. Disponível em: <https://pt.maisfontes.com/merriweather>. Acesso em: 30 jul. 2021.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da. **Discursos de identidades**: discurso como espaço de construção de gênero, raça, idade e profissão na escola e na família. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2003.

PIMENTEL, Carmen. A escrita íntima na internet: do diário ao blog pessoal. **Revista da Pós-Graduação em Literatura Portuguesa**, Rio de Janeiro, v. 14, 2011. Disponível em: www.omarrare.uerj.br/numero14/carmenPimentel.html. Acesso em: 16 jul. 2020.

SCRIPTORIUM. My Fonts, 2021. Disponível em: <https://www.myfonts.com/foundry/Scriptorium/>. Acesso em: 30 jul. 2021.

SILVA, Vera Lucia Marques da. Sexualidades dissidentes: um olhar sobre narrativas identitárias e estilo de vida no ciberespaço. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 10, 2018.

SKLAR, Joel. **Principles of Web Design**. Boston: Cengage Learning, 2012.

THORLACIUS, Lisbeth. The Role of Aesthetics in Web Design. **Nordicom Review**, [S. l.], v. 28, n. 1, p. 63-76, 2007.

WISEMAN, Jay. **SM 101: A Realistic Introduction**. San Francisco, CA: Greenery Press, 1996.

ZILLI, Bruno Dallacort. **A Perversão domesticada** – estudo do discurso de legitimação do BDSM na internet e seu diálogo com a psiquiatria. 2007. 95 f. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) – Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

O QUE O CASO DARKO MAVER TEM A NOS ENSINAR SOBRE ATIVISMO EM REDE?

Camila Mancio

Universidade Federal do Paraná (UFPR)
cmancio@alunos.utfpr.edu.br

Sionelly Leite

Universidade Federal do Paraná (UFPR)
sionelly@gmail.com

Myrian Del Vecchio-Lima

Universidade Federal do Paraná (UFPR)
Contato: myriandel@gmail.com

INTRODUÇÃO

O caso Darko Maver (DM) – em análise neste capítulo – foi uma intervenção 0100101110101101.org (01.org) e Luther Blissett (LB), no final da década de 1990. Embora o caso seja antigo, sua análise favorece a compreensão das estruturas artísticas e comunicacionais, tendo em vista que os coletivos se uniram com o plano de burlar o setor das artes, ao mostrar que, trilhando determinados caminhos, poderia se fabricar um artista; isso revelou que a arte, acima de tudo, é legitimada por circuitos artísticos e organizações comunicacionais, que, ao discursarem sobre um objeto de arte em um ambiente próprio, validariam ele como tal.

A experiência em questão trata da criação do personagem Darko Maver (DM), um artista plástico, dono de um perfil controverso que desafia a sociedade com o teor agressivo de suas instalações artísticas, por meio das quais suscita temas tabus, como assassinato, estupro, aborto, explorando os corpos.

A construção da farsa Darko Maver levou muitas pessoas e organizações, sobretudo dos setores artístico e comunicacional, a acreditarem nos *press-releases* que recebiam via e-mail, entre eles os que diziam que o então artista teria sido preso sem direito a julgamento, sob acusações de praticar atos antipatriotas, propaganda hostil e, posteriormente, teria sido assassinado na prisão, criando um clima ainda mais obscuro e polêmico em torno de sua imagem. Tais repercussões criaram uma onda de mistério, mas também levaram o nome do falso artista a exposições e homenagens reais.

É válido lembrar que Darko Maver ganhou repercussão no início dos anos 2000, quando a Internet ainda engatinhava. A farsa – que contou com auxílio de diferentes mídias, online e offline – pode provocar reflexões sobre a veracidade das informações expostas no ambiente midiático e, em especial no espaço online, é justamente o que nos instigou a elaborar este capítulo, que busca refletir sobre a seguinte questão: o que o caso Darko Maver tem a nos ensinar sobre o ativismo em rede? Afinal, ao criar a farsa, os coletivos 01.org e LB nos alertam para a fruição da arte, mas também apontam aspectos sob a fruição de informações nas redes, a velocidade com que circulam informações e a constatação da Internet como um espaço em aberto onde tudo flui.

Para responder à questão de pesquisa, a metodologia empregada tem caráter qualitativo, suportada em duas fases¹⁶⁷. A primeira, que consiste em uma pesquisa documental, compreendeu a revisão dos dados sobre o caso Darko Maver disponíveis no site 0100101110101101.org, página virtual em que há informações gerais e imagens que são reproduzidas neste trabalho para endossar a interpretação do caso. Para Antonio Carlos Gil (2008, p. 147) as “[...] fontes documentais são capazes de proporcionar ao pesquisador dados em quantidade e qualidade suficiente para evitar a perda de tempo e os constrangimentos que caracterizam muitas das pesquisas em que os dados são obtidos diretamente das pessoas”.

167 É importante ressaltar que este trabalho é derivado da dissertação de mestrado de uma das autoras, Sionelly Leite, que explorou em sua pesquisa as transmutações das imagens atribuídas às artes e ao personagem Darko Maver. O que este capítulo propõe de original é revisar o caso a partir da ótica dos conceitos de net-ativismo e ativismo.

Em um primeiro momento deste texto é feito, portanto, um descritivo da história de Darko Maver, de sua criação aos personagens envolvidos na trama, até se chegar a sua morte midiática. Na sequência, abordamos a revelação da farsa, explorando principalmente como a trama ocorreu, com quais objetivos e alguns desdobramentos reflexivos. A segunda fase da pesquisa integra a revisão bibliográfica, com embasamento teórico para discutir os conceitos de 1) net-ativismo, pelas perspectivas dos pesquisadores Massimo Di Felice (2012) e Erick Rosa (2012); e 2) artivismo, desta vez com Miguel Chaia (2007), suscitando, a partir de tais linhas teóricas, questionamentos sobre o potencial político da estética de Darko Maver e a fluidez da informação em rede.

DARKO MAVER, UM ARTISTA CONTROVERSO¹⁶⁸

Darko Maver (DM) foi um personagem ficcional (Figura 1) criado pelos coletivos 0100101110101101.org (01.org) e Luther Blissett (LB), dois grupos italianos net-ativistas, de *hackers* e artivistas, que buscavam, em alguns de seus projetos, revelar os modos da fruição da comunicação e da arte ao fazer projetos experimentais. No caso do Darko Maver, segundo Rares Iordache (2010, p. 47, tradução nossa), “[...] o projeto tinha todos os ingredientes para ser bem-sucedido: obras de arte chocantes presentes apenas no espaço virtual, o desempenho de grupos de artistas que tinham um propósito político e um artista fictício que construiu uma reputação e imagem no mundo da arte”.¹⁶⁹

Um dos passos mais importantes para a execução do projeto DM foi a construção do perfil e características do personagem, pensado nos detalhes para verdadeiramente provocar impacto nas pessoas: Darko Maver teria nascido no ano de 1962, em Kuprani, cidade localizada a cem quilômetros de Belgrado (Eslovênia); o artista teria, logo cedo, demonstrado habilidades artísticas. No entanto, o garoto foi abandonado pelos pais em um orfanato de Belgrado aos oito anos de idade, até ser adotado por uma família envolvida com

168 Todas as informações descritas sobre o caso Darko Maver, inclusive o perfil da dupla Eva e Franco Mattes, foram retiradas da página oficial do coletivo que chamamos aqui, por abreviação, de 01.org. Disponível em: <http://0100101110101101.org/about/>. Acesso em: 11 de out. de 2020.

169 Do original: “*The project had all the ingredients: shocking artworks that were present only on the website, an actual working space – the virtual space, the performance of the group of artists that came up with the idea and a fictional artist that built a reputation and image in the art world.*” (IORDACHE, 2010, p. 47).

comércio de armas, o que o torna um jovem frustrado pelas circunstâncias violentas em que sua vida esteve envolvida¹⁷⁰.

Figura 1: Darko Maver (1998-99)



Fonte: Coletivo 010010111010110.org

Disponível em: <https://0100101110101101.org/darko-maver>. Acesso em 11 de out. de 2020.

Ainda de acordo com a trama fictícia, Maver, em 1981, teria entrado na Academia de Belas Artes de Belgrado, espaço onde iniciou uma teorização obscura sobre as dimensões do corpo humano, fazendo esculturas hiper-reais de fetos, membros mutilados, com uso de cera, plástico, borracha, tinta e outros materiais, chocando a academia com uma produção incomum. Nesse período, o artista teria produzido um par de pernas, que teria deixado em prateleiras na sessão de congelados de um supermercado, entre outras obras peculiares. Em 1983, DM teria realizado o *Dança da Aranha* – projeto que havia criado uma teia, uma rede de eventos de representação da violência com o objetivo de penetrar nas páginas de crime dos maiores periódicos nacionais, em revistas de arte e nos arquivos

¹⁷⁰ É importante lembrar que 1968 foi um ano-marco da violência em um contexto internacional de grande simbolismo cultural e cívico, com os protestos contra a Guerra do Vietnã, o emblemático maio de 1968 na França, a Primavera de Praga, acontecimentos que foram destaque nos veículos de comunicação da época.

da polícia, fatos que ajudaram os coletivos 01.org e LB a construir a imagem de um artista incompreendido.

Das esculturas iniciais, as obras creditadas à DM teriam se transformado em instalações, dispostas em locais públicos e privados, como albergues, casas abandonadas, reproduzindo simulações de assassinato construídas com manequins, que à primeira vista, pareciam cenários de crime. Nesse período, DM teria abandonado o curso na faculdade e vagado por dezenas de cidades, dando continuidade ao projeto *Dança da Aranha*: em 1990, na cidade de Porec, teria realizado a instalação *Jung* (Figura 2); e em Umag, no ano de 1991, a instalação *Va Pensiero* (Figura 3). Na verdade, as imagens referentes às falsas obras eram extraídas da internet, se tratando de cenas de crimes e acidentes. No entanto, sem saber, os *releases* para a imprensa apontavam que a polícia era acionada por transeuntes que se deparavam com tais cenas, mas ao checar o local logo se averiguava tratar-se de um “trote”. A perícia fotografava o lugar e destruía a cena, enquanto jornais locais citavam os estranhos casos dos “falsos crimes”.

Figura 2: Instalação *Jung*



Fonte: Coletivo 010010111010110.org
Disponível em: <https://0100101110101101.org/darko-maver>. Acesso em 11 de out. de 2020.

Figura 3: Instalação *Va Pensiero*



Fonte: Coletivo 010010111010110.org

Disponível em: <https://0100101110101101.org/darko-maver>. Acesso em 11 de out. de 2020.

Até que em 13 de janeiro de 1999, foi noticiado em mais um *re-release* que Darko Maver havia sido preso pela Polícia de Kosovo e levado a um presídio em Podgorica – Montenegro – sob acusações de práticas de propaganda hostil, promoção de atos violentos, produção de textos de conteúdo subversivo e difamatório e por ter projetado e glorificado atos violentos e armados. Era mais uma parte do plano sendo colocada em prática, e tudo saísse como planejado. Em apoio ao então artista, em fevereiro de 1999, acontece a primeira exposição dos trabalhos de Darko Maver na galeria Livello 57, em Bolonha, e duas revistas italianas – *Tema Celeste* e *Flesh Out* – repercutiram os eventos, chamando ainda mais atenção para o caso. Em abril de 1999, foi noticiada a falsa morte do artista plástico, informação confirmada em *release* enviado junto a uma fotografia (Figura 4), na qual se vê a figura que se acreditava ser de Maver desacordado.

Figura 4: Maver desacordado



Fonte: Coletivo 010010111010110.org

Disponível em: <https://0100101110101101.org/darko-maver>. Acesso em 11 de out. de 2020.

Andrea Natella, em matéria publicada na revista italiana *Modus Vivendi* (1999), escreve a primeira publicação sobre a morte do então artista, no artigo intitulado *Manichini di Guerra* – em tradução livre, *Fantoches de Guerra*. Em Roma, o grupo italiano de teatro *Sciatto Produzie* dedica ao artista a performance teatral “*Awakening – A tribute to Darko Maver*”, um espetáculo realizado dentro de um matadouro com bonecos no teto pendurados por ganchos usados em açougues, e que respingavam sangue na plateia. Por fim, em setembro de 1999, na 48ª Bienal de Veneza, o pavilhão italiano traz uma instalação com o *preview* do documentário “*Darko Maver - The art of war*”, rendendo homenagens a DM. Tais homenagens marcavam a saída de DM da internet para o mundo, e aproximava a hora da revelação da fraude.

A REVELAÇÃO DA FARSA: COLETIVOS EM CENA

Em de fevereiro de 2000, foi lançado o *press-release* “*La grand truffa dell’art*” – a grande fraude da arte –, enviado via e-mail a dezenas de veículos de comunicação e setores artísticos, e que começava assim: “Você já teve a sensação de estar sendo enganado?”. *La grand truffa dell’art*¹⁷¹ foi a revelação da farsa Darko Maver, assinada por 0100101110101101.org (01.org) e Luther Blissett (LB), que declaram a inexistência de Darko Maver e de suas obras. No texto, é revelado que, aquele a quem todos viram na pele de Darko Maver era, na verdade, Roberto Capelli, integrante do grupo LB. Já o nome Darko Maver vinha de um médico legista esloveno. As imagens das obras, que teriam sido registradas por jornais locais e também pela perícia criminal, além das instalações, eram fotografias retiradas da Internet, a maioria do site *rotten.com*. Em suma, nenhum boneco jamais existiu e nenhum jornal sérvio analisou as performances de Maver.

No entanto, após a declaração de censura/prisão/morte de DM, houve, sim, manifestações nas revistas, exposições póstumas, exposição na Bienal de Arte e performance teatral. É importante relatar, também, que havia pessoas envolvidas infiltrando informação/notícias em jornais e, até mesmo, organizando algumas performances, no sentido de apoiar o projeto DM. Com a revelação de que DM não passou de um plano, que contava com as pessoas certas nos lugares certos, o ponto alto do projeto teria sido a Bienal de Veneza, quando DM, como o cavalo de Troia, entra pela porta da frente em um dos maiores eventos de arte no mundo. Após criarem essa “situação artística”, os grupos declararam de fato o ápice de DM como artista e decidem revelar a verdade. Mas quem são 0100101110101101 e Luther Blissett, os criadores da farsa?

Os coletivos 0100101110101101.org (Figura 5) e Luther Blissett (Figura 6) são grupos net-ativistas, *hackers* e *ativistas*. O 0100101110101101.org é comandado pelo casal Eva e Franco Mattes, que se autointitulam “artistas-provocadores”, que buscam desobstruir a fruição da comunicação e da arte ao fazer projetos experimentais como os de DM. O grupo 01.org tem como princípio ideológico a liberdade de expressão, liberdade de comunicação e acessibilidade aos conhecimentos para que a informação se torne, de fato, acessível ao público, abrangendo o máximo de pessoas quanto for possível, para que os conteúdos possam circular livremente. E isso é possível na Internet. O grupo 01.org acredita ainda que os direitos autorais limitam a cria-

¹⁷¹ Disponível em: http://www.lutherblissett.net/archive/487_it.html. Acesso em 11 de out. de 2020.

tividade e o fluxo de conteúdos, por isso, como artistas, buscam fazer intervenções no cenário da comunicação e da arte para demonstrar as potencialidades do meio virtual.

Figura 5: 0100101110101101



Fonte: Coletivo 010010111010110.org
Disponível em <https://0100101110101101.org/about>. Acesso em 11 de out. de 2020.

Figura 6: Luther Blissett



Fonte: Coletivo 010010111010110.org
Disponível em <https://0100101110101101.org/luther-blissett>. Acesso em 11 de out. de 2020.

Luther Blissett¹⁷², por sua vez, é uma identidade coletiva que nasceu em 1994, em Bolonha, Itália. Eles praticam “guerrilha psíquica”, que pode ser definida como a construção da identidade ou como se auto-descrevem, “[...] uma identidade em aberto”, visto que pode ser adotada e compartilhada por *hackers*, ativistas e em operações culturais que tenham por reivindicação a liberdade de expressão e/ou artística. São descritos também como “anticristo da informação”, definição que explica o propósito de LB de unir-se à contrainformação. O rosto da identidade LB é uma montagem gerada em programa de edição de imagem e não corresponde a ninguém específico, mas, ao mesmo tempo, pode ser de qualquer um, desde que se adequa à proposta.

NET-ATIVISMO E ARTIVISMO NO CASO DARKO MAVER

Para dar corpo a este capítulo, recorreremos a dois conceitos, net-ativismo e artivismo, para enquadrar, momentaneamente, Darko Maver, pois entendemos que ambos os conceitos representam formas de ação política complementares para tensionar a farsa ativista em exame. A primeira abordagem se dá pelo net-ativismo, uma forma de ativismo em rede que conecta diversos atores que descrevem interações colaborativas resultantes de sinergias de diversas naturezas: pessoas, circuitos informativos, dispositivos, redes sociais digitais, territorialidades informativas etc. Para pensar o caso pelo viés do net-ativismo, aqui, exploramos os estudos dos pesquisadores Massimo Di Felice (2012) e Erick Rosa (2012).

A segunda abordagem deste trabalho dá-se pelo viés estético das obras exploradas, as quais podem ser lidas enquanto uma antiarte, tendo em vista que o artivismo eleva a arte a uma estratégia política: uma movimentação que se opõe à estética do belo e busca tirar o leitor da sua zona de conforto, convidando-o à reflexão sobre temas considerados “gatilhos” em uma determinada cultura; para explorar o artivismo, recorreremos aos estudos de Miguel Chaia (2007), que pensa o conceito como uma arte que imprime um novo significado à obra, criando novas possibilidades de se pensar a realidade; e François Soulages (2009), que explora as imagens e fotografias trazidas no caso Darko Maver como artefatos produtores de ficção e sentidos.

172 As informações sobre o Luther Blissett também foram retiradas do 01.org. Disponível em: <http://0100101110101101.org/luther-blissett/>. Para mais informações: <https://estudarobjetoseditoriais.wordpress.com/livia-damaceno/>. Acesso 11 de out. de 2020.

NET-ATIVISMO

Para Di Felice (2012), o net-ativismo é marcado pela difusão de informações na rede com objetivo de boicotar o consumo de determinados produtos e também das ocupações, dar visibilidade para temas ligados aos direitos humanos, civis e ambientais, entendendo que, diante desses tipos de ações, surge um novo tipo de participação baseada na construção de redes informativas com objetivos diversos, como a defesa dos recursos naturais e do ambiente, das diversidades culturais e das culturas indígenas, além do ativismo nos territórios e pelo direito efetivo da cidadania.

Em completude, Rosa (2012) busca analisar o ativismo digital em/na rede, que se articula como maximização das possibilidades de autonomia e do desenvolvimento da criatividade. Segundo Rosa (2012), o ativismo digital representa uma forma de identidade cidadã global e plural cujas pautas reivindicatórias avançam na direção do atendimento das necessidades comuns, tais como a democracia, equidade, consumo consciente, sustentabilidade etc.

Essa identidade cidadã, apontada por Rosa (2012), pode ser representada pela face de Luther Blissett ou, ainda, na identidade de Darko Maver, esse falso artista que nos leva a refletir sobre as falsas realidades, as falsas histórias, os falsos contextos, os falsos artistas, as falsas notícias, as falsas verdades. Afinal, o papel que as ações de ativismo em rede desempenham são importantes para construção de um cenário político, social, comunicativo no contexto da cidadania, sendo as redes sociais digitais os novos espaços democráticos na medida em que oferecem um campo de ação e interação indiscriminado a todos que nela habitam, no entendimento de Di Felice (2012). E mais: com *hashtags* circulando pelo mundo, esses movimentos de ação social são um marco que demonstram o potencial de interação, mas não só – o fenômeno transfigura a concepção clássica da mídia, colocando em xeque os imperativos dos meios massivos, superando:

[...] a percepção antropocêntrica da sociedade, reconhecendo a complexidade da ação em rede. Convém aceitar o processo de transformação em andamento. É preciso então considerar os novos caminhos que o net-ativismo propõe, questionando velhos e novos paradigmas, despidendo-se de preconceitos e, com olhar crítico, observar os rumos que a ação e a interação em rede podem levar. (VIEIRA, 2017, [s. p.]).

Mas o ativismo em rede tem gerado não somente experiências novas, como as experiências do 01.org ou do LB, ele também nos mostra que a interação pode nos levar muito longe, com grupos, redes, vontades, ideias e ações. Ao reconhecer o território epistemológico como já sendo explorado por autores como Raquel Recuero, Pierre Lévy, Manuel Castells e outros, Di Felice busca se diferenciar ao “[...] entender e pensar a qualidade da ação na rede que acontece através das interações entre sujeitos, tecnologia e informações” (DI FELICE, 2012, [s. p.]). Afinal, sem ação, a vontade morre na praia. E, amigos navegantes, na Internet “o mar sempre tem peixe”. É assim que 01.org e LB mostram, na ação e na prática, a falência dos circuitos de arte e a manipulação da informação. O que caracteriza o caso DM, portanto, como uma ação net-ativista à medida que boicota o sistema de arte, mas também escancara quanto ele é sensível à fruição da informação – seja em meios físicos (como revistas e exposições) seja no meio digital – que, para além do espaço em rede, se desdobra, necessariamente, em ações sociais e políticas.

ARTIVISMO

Para Miguel Chaia (2007), o ativismo delimita o âmbito de ação que parte do individual e passa pelo coletivo, alcançando insuspeitados espaços no qual se localiza o outro. A prática desloca o cenário da arte e da política para o espaço público, isto é, sai do espaço fechado e branco para as ruas ou para o ciberespaço, com inúmeras possibilidades de interação. Nesse sentido, Darko Maver nos fornece algo provocante, pois sua trajetória não consegue ser compreendida nem resumida em algumas linhas, mais que isso, é preciso ver e sentir o que reserva sua história e suas imagens. Darko Maver é um desafio porque, para entendê-lo, é necessário partir do impacto de suas obras, de sua arte.

Para analisar as fotografias mórbidas – que são tomadas em um primeiro momento como vestígios de registros das instalações e de outras obras de DM – recorreremos à estética fotográfica de François Soulages (2010, p. 165), para quem estamos sempre diante da “[...] dupla natureza (sem-arte e arte) da fotografia”. O “sem arte” seria “[...] aquilo que não é feito com uma intenção, um projeto, vontade ou pretensão artística: a maior parte das fotos pertence primeiramente à esfera do sem-arte” (SOULAGES, 2010, p. 159), enquanto a arte precisa de intenções artísticas. No caso das fotografias utilizadas no projeto DM, elas passam por essa transformação de sem-arte para

arte, e regressam ao estatuto da sem-arte: 1) de imagens “sem-arte” – enquanto imagens de arquivo, sites – as fotografias são selecionadas pelos grupos e por sua vez são contextualizadas; e 2) rotuladas enquanto obras do artista, ou seja, ganham outro sentido, outra leitura. Mas, com a revelação da farsa, surge outra mudança de percepção: 3) de fotografias artísticas, regressam para imagens sem-arte. Surgem a partir daí novas imagens: uma verdadeira metamorfose que imprime novas formas e significados de se pensar a realidade das coisas.

Entre a realidade e a ficção, as fotografias trazidas no projeto DM oferecem uma experiência singular com a imagem da morte, que é metamorfoseada pela arte, que, por sua vez, tem propósitos políticos, o que nos convida a refletir não somente sobre sua aparição na mídia, mas, além disso, nos remete à gênese ambígua tributária à possibilidade de ficcionalizar e de ter sua interpretação induzida por fatores externos e internos à imagem, pois “[...] mudando de lugar, a foto pode mudar de natureza e mudar do novo lugar: a metamorfose da arte” (SOULAGES, 2010, p. 279).

Diante dessa (re)contextualização da imagem, podemos pensar, assim, o projeto DM como uma forma de ativismo, isto é, uma mobilização política pela arte – pela fotografia – que, segundo Chaia (2007), tende a se aproximar de uma antiarte, pois o que está em jogo neste tipo de intervenção é passar uma mensagem política e não a apreciação da obra em si. Para Chaia (2007), com o ciberespaço, o próprio movimento artista se reformulou, constituindo um suporte para ampliar o potencial de artistas políticos e alastrar o campo de ação do ativismo. “O espaço e o tempo se reduzem significativamente, propiciando as mais diferentes e inusitadas práticas” (CHAIA, 2007, p. 9).

Entender a trajetória de Maver pelo ativismo, portanto, pode levar a refletir sobre a imagem da morte e da violência, ou ainda a transfiguração da imagem, mas também o papel da arte enquanto ferramenta política. Pode ainda levar a questionar até mesmo sobre o que deve ser considerado arte, se levarmos em conta que as intervenções citadas, que expõem a morte com uma crueza de detalhes, são cenas verídicas disponibilizadas gratuitamente na Internet. Todo o repertório de imagens horríveis utilizado para dar vida ao artista plástico foi obtido na própria Internet (em páginas como <http://www.rotten.com>) e em outros sites similares que estão à disposição de qualquer um que “tenha estômago” para ver.

Enquanto fornecem suporte para demonstração da arte de Darko Maver, inseridas em mostras e homenageadas em exposições e performances, as fotografias experimentam a visibilidade da morte em uma percepção artística, produzindo uma certa área de confronto

nesse espaço para tais tipos de representação. É após a revelação da fraude pelos grupos ativistas que as estas imagens se contradizem e revelam aquilo que de real retratam: no que se diziam obras artísticas vemos a morte em seu sentido estrito. Por elas podemos evidenciar que a construção habilidosa de uma narrativa consistente, que trouxe evidências e registros – ainda que falsos –, foi o que fortaleceu a criação de uma narrativa potente que passou a circular no ciberespaço/na imprensa sem averiguações ou checagens.

Quem produz uma narrativa falsa, como o caso DM, seja no contexto do ativismo seja do net-ativismo, tem objetivos específicos, por exemplo, promover a reflexão social e política. Como confiar na imprensa, se matérias podem ser incluídas/infiltradas, por consentimento ou não de quem publica? Darko Maver nos leva a refletir, ainda, sobre os fenômenos das chamadas *fake news* (notícias falsas), mostrando a pressa em realizar averiguações para confirmar ou negar os conteúdos publicados. Exemplo disso são as *fake news*, que ganharam visibilidade, em 2016, com a campanha do então presidente estadunidense Donald Trump, ao disparar mentiras em formato noticioso contra sua concorrente Hillary Clinton pelo Facebook. No Brasil, o mesmo ocorreu na campanha de 2018, do atual presidente Jair Bolsonaro, quando diversos empresários apoiadores do presidente foram acusados de espalhar mentiras sobre seus oponentes pelo WhatsApp para prejudicá-los nas eleições.

ARTE, TECNOLOGIA E POLÍTICA

O que o caso DM nos alertava com sua ação política nos anos 2000, hoje se mostra como parte do tecido social da sociedade contemporânea: a urgência em entender que, sim, uma narrativa falsa pode ser construída estrategicamente e repercutida anonimamente no ciberespaço, circular livremente pelas redes sociais, pelos veículos de imprensa e nos círculos artísticos. E embora a estratégia, como projeto artístico apresente propósitos em sua gênese, como *fake news*, deve ser combatida e desmascarada.

Em resposta à questão principal deste capítulo – o que o caso Darko Maver pode nos ensinar sobre ativismo em rede? – trouxe, ao longo do texto, algumas problematizações que envolvem net-ativismo e artivismo, tendo em vista que ambas as formas não tradicionais de ativismo aqui exploradas, apesar de suas especificidades, têm como justificativa a democratização da informação e da tecnologia, ao ver no ciberespaço um campo com o potencial de ampliar as for-

Figura 8: Exposições



Fonte: Coletivo 010010111010110.org
Disponível em <https://0100101110101101.org/darko-maver>. Acesso em 11 de out. de 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os elementos narrativos do projeto DM – personagem, contexto, obras, identidade, história etc. – foram pensados estrategicamente para armar uma situação, e fazer as pessoas “caírem na isca”: pela ação, visou-se passar uma mensagem política transfigurando o sentido da arte e escancarando as possibilidades de se construir histórias na internet. Assim, com o envio de *releases* por e-mail, contendo as últimas notícias sobre Darko Maver, os coletivos criaram uma rede para não só se comunicar, mas também para construir a identidade do personagem – abrigados pelo anonimato das redes – e assim o fizeram “viver” na Internet, como se fosse uma pessoa, digamos, real. Maver tinha sua trajetória, motivações, paixões, nome, rosto, história, causa e uma estética provocativa: elementos fundamentais para criar e fazer com que os internautas aderissem ao seu discurso de defesa – pela censura de sua obra – ou para que se aliassem a estética trágica do artista, que expunha a violência de forma crua, tão bem justificada pelo peso de sua história de vida.

Ao acrescentar “ruídos” comunicacionais, os coletivos 01.org e LB nos alertam para a fruição da arte, a fruição de informações, a ve-

localidade com que circulam informações e a constatação da Internet como um espaço em aberto em que tudo flui. Um lugar que pode ser protagonizado por diferentes sujeitos com potencial de interação e resistência sobre as mais diversas lutas, mas também com o potencial de destruição: de desinformação e de mentiras, considerando ainda que a ação dos grupos 01.org e LB contou com a validação – ainda que de forma não intencional em alguns casos – de veículos de comunicação com credibilidade que fizeram com que sua trajetória repercutisse no cenário europeu. Essa validação da narrativa de DM também se mostrou presente no setor artístico, pois exposições e intervenções do então artista plástico foram realizadas, como forma de crítica à censura de sua obra.

O projeto tem outras camadas que merecem ser exploradas em um espaço apropriado para a discussão. Afinal, num primeiro momento, ao se deparar com as chocantes obras, o usuário da Internet pode se enganar ao pensar que é o artista quem convida à reflexão de sua estética violenta, mas com a revelação da farsa, o que se vê é um cenário ainda mais desconfortável, em particular, por pensar nos horrores das cenas exibidas enquanto fragmentos verídicos. A situação artística gerada é um convite a refletir sobre a morte e a violência – com a exposição de vísceras à mostra – e não apenas por representações delas como se pensava inicialmente.

Cenas de violência, especialmente em ambientes marcados pela opressão e pela tragédia vem, cada vez mais, tornando-se banais. As chamadas *hard news*¹⁷³ (“notícias duras”, ou sérias, factuais) expõem diariamente a morte e a mutilação, temas abordados na estética de Maver, de forma naturalizada. Essa repetição constante das formas de abordar a violência faz com que temas como estes sejam ignorados e, por consequência, afastados de uma discussão crítica no debate público. Assim, quando o leitor se depara com a estética violenta do artista plástico pode se sentir desconfortável a priori com as exposições trágicas, porém ainda se sente em uma zona de conforto por se tratar apenas de uma representação do real¹⁷⁴. Mas o caso ganha mais uma camada ao se descobrir que as fotografias são, de fato, tragédias e não manequins hiper-realistas, e o leitor é obrigado a olhar temas tabus de perto. Esse tipo de reflexão que Darko Maver pode suscitar é amplificado no ciberespaço, que surge como esfera de democratização para

¹⁷³No jargão jornalístico, traduzida como notícias duras, as *hard news* se opõem às *soft news* que são notícias leves e cotidianas.

¹⁷⁴Como quando se assiste um filme de terror. O desconforto do telespectador tem sua zona de conforto por se tratar de apenas de uma representação da realidade, ainda que a narrativa seja baseada em fatos verídicos.

o artista contemporâneo, trazendo novas formas de exposição e disseminação estética. Caiu na rede, lembre-se da dança da aranha.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHAIA, M. W. Artivismo–Política e Arte Hoje. **Aurora**. Revista de Arte, Mídia e Política, São Paulo, n. 1, p. 9-11, 2007. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/viewFile/6335/4643>. Acesso em: 11 set. 2020.

DARKO Maver, 0100101110101101.org, 2000, Itália. Disponível em: <http://0100101110101101.org/darko-maver/> Acesso em: 05 out. 2020.

DI FELICE, M. Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 27-45, 2012. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/11339/7730>. Acesso em: 11 set. 2020.

GIL, A. C. **Modos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

IORDACHE, R. From Transgression to Virtual Space or the End of Art. **Styles of Communication**, [S. l.], v. 2, n. 1, p.41-49, 2010. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3515129>. Acesso em: 14 fev. 2022.

LA GRAND truffa dellarte. Luther Blissett, 6 fev. 2000, Itália. Disponível em: http://www.lutherblissett.net/archive/487_it.html Acesso em: 12 out. 2020.

MOREIRA, P. H. R. Eva & Franco Mattes: nomes falsos e caraminholas. **Revista do Colóquio**, [S. l.], n. 17, p. 20-30, dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/colartes/article/view/27944>. Acesso em: 11 set. 2020.

ROSA, E. A. **Net-ativismo**: comunicação e mobilização em contextos reticulares. 2012. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

SOULAGES, F. **Estética da fotografia: perda e permanência**. Tradução de Iraci D. e Regina Salgado. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2010.

VIEIRA, K. Net-ativismo: a ação em redes digitais. **Revista Maquiavel**, 10 abr. 2017. Disponível em: <https://revistamaquiavel.com.br/net-ativismo-a-a%C3%A7%C3%A3o-em-rede-digitais-4af3092f38ba> Acesso em: 5 out. 2020.

VELHICES LGBTQIA+, ATIVISMO PARA NÃO GUARDAR NO ARMÁRIO

Cíntia Liesenberg

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)

Universidade de São Paulo (USP)

cintialie@puc-campinas.edu.br

INTRODUÇÃO

O presente trabalho deriva-se de achados da pesquisa de doutorado (LIESENBERG, 2019), focada no estudo das representações sociais da velhice e do envelhecimento, a partir de sua apresentação pelas mídias, como importante lócus de visibilidade para questões públicas na contemporaneidade.

A pesquisa de base foi motivada pelas profundas transformações na pirâmide etária, com envelhecimento populacional crescente e também por uma nova configuração da velhice em nossos dias, marcada pela presença cada vez maior dos idosos em diversos espaços da sociedade, num processo em que a longevidade humana se posta de forma mais ativa e participativa, mas também, repondo sua face mais dependente e vulnerável (ILC – Brasil, 2015).

Conforma-se daí um universo plural, heterogêneo e que pede maior compreensão, em diversos níveis, para fazer frente às novas demandas que se colocam de maneira cada vez mais intensa, na busca por caminhos que contribuam para melhor qualidade de vida e experiências mais plenas dos sujeitos, ao longo de toda sua trajetória.

Nessa toada, desponta como um dos aspectos relevantes aquele relativo às questões de gênero na velhice. Nele, as velhices LGBTQIA+¹⁷⁵ ocupam um lugar próprio em termos das problemáticas que suscitam, diante da reposição de preconceitos e violências a que têm sido alvo, mas também, diante de maiores mobilizações em torno da afirmação da diferença e procura por condições mais dignas de existência e de uma velhice em que as singularidades não sejam condição de ainda mais opressão, em uma sociedade que tem tratado essa parcela da população de forma bastante destitutiva e violenta.

Dados do Sistema Único de Saúde (SUS), apresentados pela Carta Capital (2020), reforçam a dimensão do problema, pelo registro de mais de 24,5 mil notificações de violência contra essa população, o que significa, em média, mais de 22 notificações por dia no período, diante de uma realidade de violência ainda maior, quando a mesma pesquisa afirma a subnotificação dos casos.

AS BASES QUE NOS SUSTENTAM

Nesse cenário, o capítulo toma como ponto de ancoragem inicial o conceito de Representações Sociais, na compreensão de Serge Moscovici, ou seja, como representações de algo ou alguém, que atuam como um mecanismo que permite a apreensão do mundo pelas categorias e imagens comuns por elas circunscritas (MOSCOVICI, 2011). Nesse ato, implicam-se os sujeitos, que passam a ser enquadrados por um conjunto de comportamentos, hábitos e regras que estimulam o que é, ou não é, permitido em relação àqueles pertencentes a essa classe (MOSCOVICI, 2011).

Tomando as representações sociais como expressão de linguagem, considera-se que essas carregam em si palavras de ordem e discursos que implicam os sujeitos em seus posicionamentos e coordenadas de vida (DELEUZE; GUATTARI, 2011b). São assim, construções simbólicas, a que nos atamos, como também pelas quais julgamos e atribuímos ou não valor a nós mesmos e àquilo que está ao nosso redor. Situando-se, dessa forma, como mecanismos de poder.

Nesse registro, Deleuze e Guattari (2011b) defendem a noção de um modelo para pensar a linguagem, a partir de Louis Hjelmslev, pautado na solidariedade e dependência entre conteúdo e expressão, como elementos da função simbólica. A linguagem é entendida por

175 O termo LGBTQIA+ refere-se às pessoas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transgênero, Queer, Intersexuais e Assexuais e às outras possibilidades de expressão, relação e vivência sexual e afetiva (GOMES, 2021).

eles em termos de apresentação de palavras de ordem que se colocam nesses planos de conteúdo e de expressão, e assim também, como intervenção da expressão nos corpos¹⁷⁶, no sentido de que os atributos incorpóreos “[...] são o expresso dos enunciados, mas são atribuídos aos corpos” (DELEUZE; GUATTARI, 2011b, p. 27).

Em tal terreno, tomamos o sujeito como um sujeito do enunciado, ou seja, como um conjunto de posições que podem ocupar aqueles que ali vierem a se inscrever (FOUCAULT, 1995). O processo de subjetivação se dá a partir dos lugares e determinações nas quais nos engatamos, como também, nas quebras em relação a tais coordenadas, ou seja, só existe efetivamente diante da possibilidade de ruptura com o estabelecido (FOUCAULT, 2010; DELEUZE; GUATTARI, 2011; 2012).

Essa abordagem em torno da fixação simbólica em determinados territórios e a possibilidade de sua reinscrição permite pensar as narrativas sobre Samantha Flores e João Nery, objetos de atenção neste artigo, frente às questões de gênero sobre as quais se expressam e que conformam seu modo de existência em torno da identidade que assumem.

Nessa inscrição, pode-se abarcar o ativismo social como processo de tomada de posição do sujeito que acede a um patamar de referência e mobilização em torno das causas pelas quais advoga. Aparece, então, o lugar do sujeito ativista, como “[...] um agente engajado, movido por sua ideologia a práticas concretas – de força física ou criativa – que visam desafiar mentalidades e práticas do sistema sociopolítico-econômico, construindo uma revolução a passos pequenos” (ASSIS *apud* BATISTA, 2012, p. 32). Ou seja, “[...] um perfil de ator social, estabelecido conforme um contexto e de acordo com uma causa (OLIVER; MARWELL *apud* BATISTA, 2012, p. 33).

Em nosso caso, consideram-se, nesse âmbito, as questões etárias e de gênero como aspectos que se sobrepõem em contexto e causa e passam a se articular como eixos de atributos minoritários pelos quais populações passam a ser estigmatizadas e colocadas em situação de precariedade e que se tornam, por outro lado, lugar de aliança (BUTLER, 2018). Questões para enfrentamento e propulsoras para a ação que despertam nosso interesse e dão a tônica desse capítulo.

176 Os autores utilizam a palavra corpo em sentido mais geral, como corpos morais e almas entre outros, apontando que “[...] devemos, entretanto, distinguir as ações e as paixões que afetam esses corpos, e os atos, que são apenas seus atributos não corpóreos, ou que são o expresso de um enunciado” (DELEUZE; GUATTARI, 2011b, p. 19).

O ENCONTRO COM AS VELHICES LGBTQIA+

Como mencionamos, este trabalho pauta-se por achado de estudo mais amplo que busca, entre outros aspectos, a identificação de discursos e representações sociais em circulação nas mídias sobre a velhice e o envelhecimento, como um elemento chave para acesso às questões sociais de nosso tempo.

Dessa forma, a metodologia do estudo de base pautou-se pela procura de palavras de ordem e elementos discursivos que permitissem depreender condicionantes para os sujeitos, como reforço de construções redutoras em seu modo de se portar ou, ao contrário, visadas que permitissem promover novos agenciamentos e a expressão da multiplicidade nessa fase de vida.

Consideramos, assim, o discurso como prática social que confere sentidos à experiência humana, à medida que esse se coloca em circulação, na dualidade da linguagem, constituída por elementos formais, mas também como prática “[...] integralmente atravessada pelos embates subjetivos e sociais” (MAINGUENEAU, 1989, p.11-12). Somamos aí a inscrição da temática no campo das mídias em um cenário de profusão de discursos, cada vez mais complexo, em uma época marcada por uma cultura em que os sujeitos são incentivados a procurar informações e novas conexões em meio a conteúdos e formatos de mídia dispersos (JENKINS, 2009).

Sendo assim, serve-nos o conceito de convergência midiática em sua forma ampliada, como “[...] um processo contínuo e uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas de mídia”, que configura “uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem, articulando conteúdos que passam por eles fluidamente[...]” (JENKINS, 2009, p. 377), em um processo cultural de transformação constante, que implica desde indivíduos em uma esfera privada a grandes grupos, em um âmbito socialmente inscrito.

Tal realidade levou-nos à opção pela realização da pesquisa a partir de um espaço que permitisse reunir publicações variadas e conteúdos de diversas fontes, daí a escolha do ambiente digital da *world wide web* (web), como um lócus privilegiado, por permitir acesso aos conteúdos diversificados em torno do tema e sua expressão nas mídias, conduzindo o trajeto de pesquisa, mais especificamente, para as comunidades do Facebook, como espaço potencial de convergência, cujas páginas são criadas a partir de interesses comuns de seus produtores e integrantes e considerando na época

o lugar de destaque da plataforma em âmbito mundial, como também no Brasil.¹⁷⁷

Desse lócus foi escolhida a página do Portal do Envelhecimento, pelo destaque que ocupou como espaço de referência, adesão de usuários e diversidade de conteúdo e fontes. Fundado em 2004 como um projeto do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), o Portal do Envelhecimento é, atualmente, uma empresa social, com curadoria da jornalista Beltrina Côrte¹⁷⁸ e constituída além do espaço na web, pela Revista Longevidade e pela Portal Edições – que trazem publicações diversificadas sobre a temática do envelhecimento e longevidade – e Espaço Longevidade, um ambiente de formação sobre temas relacionados à vida e ao envelhecer. A tônica que marca seus trabalhos passa pela socialização de informações e saberes de forma democrática, com geração de conteúdo de acesso gratuito, entre outras ações que visam promover a consolidação da cultura da longevidade¹⁷⁹.

É, então, desse lugar situado no contexto de promoção de uma causa, que se formou o corpus do estudo, composto por matérias jornalísticas do gênero perfil (FERRARI; SODRÉ, 1986), originadas por diferentes fontes e compartilhadas pelo Portal. Entre os agrupamentos do material encontra-se aquele das velhices LGBTQIA+ que inclui, entre outros, o encontro com os perfis de Samantha Flores e de João W. Nery, cuja narrativa é pautada pela afirmação da posição de gênero e pelo ativismo em torno da causa.

GÊNERO E ATIVISMO PARA UMA VELHICE MAIS PLURAL

Sobre as matérias em destaque, a escrita por Victor Usón (2017), traz a história de Samantha Flores, apresentada como ativista transexual da Cidade do México, de 84 anos, motivada pelo mês do orgulho gay (junho) e por sua mobilização para abertura de centro de

177 Levamos em conta o fato de o Facebook ser a rede mais acessada na internet no Brasil, inicialmente de acordo com pesquisa da ComScore (2014) – empresa de atuação global de medição de audiência digital –, como também a ratificação de tal posicionamento pelo relatório divulgado pelo Facebook, em abril de 2018, segundo Agência Brasil. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/facebook-chega-127-milhoes-de-usuarios-no-brasil>. Acesso em: 17 out. 2018.

178 Beltrina Côrte é também pós-doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP e docente da faculdade de Ciências Humanas e da Saúde da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), desde 2001.

179 Conforme informações disponíveis pelo próprio Portal: <https://www.portaldoenvelhecimento.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

convivência para pessoas LGBTQIA+. Foi publicada originalmente em 2017, pelo jornal *El País*, e compartilhada pelo Portal do Envelhecimento, em maio de 2018. A segunda, de Vinícius Lisboa, traz o perfil de João Nery, apresentado como primeiro transhomem operado no país e motivada pelo anúncio de agravamento de um câncer. Da *Agência Brasil*, foi postada pelo Portal em setembro de 2018, mesmo mês e ano da publicação da fonte original.

Para a abordagem que aqui nos interessa, com base nos fundamentos apresentados, foi considerado o lugar discursivo ocupado pelos sujeitos e sua construção pela identificação de variantes comuns entre as narrativas, consideradas como traços ou unidades que, à medida que são colocados em relação, adquirem função significativa (LÉVI-STRAUSS, 1989) e cujas regularidades de incidência contribuem para melhor apreensão dos aspectos discursivos expressos no enunciado (FOUCAULT, 1986), apresentados ainda como elementos que conformam o imaginário sobre um tema ou sobre algo, conferindo atributos e sentidos a uma representação (MOSCOVICI, 2011).

Entre esses traços, nas matérias, observamos já nos títulos, a posição enunciativa ocupada do sujeito atrelada à condição de gênero e/ou em associação a seu lugar como pessoa idosa: “Na terceira idade, o gay volta para o armário para sobreviver” (USÓN, 2017); “Primeiro trans-homem a ser operado no Brasil, João Nery prepara livro” (LISBOA, 2018, [s. p.]).

Agrega-se a variável de ação, em ambos. No primeiro caso, observamos a marca complementar de movimento de retrocesso, associada à ideia de haver necessidade de encobrimento de condição de gênero na velhice, como elemento interdito, lugar de exclusão. No segundo, a marca é de ação positivada, que reforça a posição escritor diante do sujeito que recentemente anuncia situação de doença grave que o acometera, como demonstra a linha fina¹⁸⁰ da matéria.

Em ambos os casos utiliza-se também o termo ativista como forma de nomeação dos sujeitos, agregando ao lugar discursivo essa posição. Na matéria sobre Samantha Flores, a expressão mencionada no título – extraída de uma das falas da personagem ao longo do texto e associada ao ocultamento da identidade de gênero que foge ao padrão heteronormativo – forma o pano de fundo para valorização de seu investimento na construção de lar para idosos LGBTQIA+: “Pelo Facebook, ativista anunciou câncer no cérebro na última semana” (LI-

180 Linha fina: pequena linha de texto usada sobre ou logo abaixo do título para destacar as principais informações da matéria. Recurso também usado para instigar a curiosidade do leitor sobre o assunto do texto. Extraído de: <https://dicionariodejornalismo.blogspot.com/2012/01/linha-fina.html>. Acesso em: 25 fev. 2022.

SBOA, 2018, [s. p.]); “A ativista transexual Samantha Flores abrirá na Cidade do México um centro de convivência para idosos gays com o objetivo de combater a solidão que os atinge” (USÓN, 2017, [s. p.]).

No último caso, ao chamar a atenção para a solidão de maneira generalizante, o enunciado destaca aspecto que atribui efeito de precariedade ao lugar por sujeitos LGBTQIA+, o que ocorre, por vezes, de forma recorrente, como elemento que minora esse universo, na valorização do lugar ativista da personagem principal, ao que cabe aqui a frase de Zygmunt Bauman (1998, p. 119), ainda que utilizada em outro contexto: “[q]uanto mais escuro o segundo plano, mais reluzente o brilho”.

Por outro lado, é tênue a marca entre a utilização de uma estratégia enunciativa de validação do lugar de destaque do sujeito, em relação a uma efetiva posição de luta contra a distribuição desigual da condição precária, como retomaremos à frente com Judith Butler (2018) e que se apresenta em torno da ação ativista dos sujeitos.

A despeito do recurso retórico, outros aspectos contribuem para a construção do lugar ativista das personagens, uma vez que não é apenas por afirmar-se como tal que determinada condição apresenta-se realmente como prática, daí a busca por novos marcadores indicativos de sua efetivação.

Assim, observamos que a afirmação do lugar ativista também se coloca em vários trechos da matéria, atrelada, na maior parte das vezes, ao empenho da personagem Samantha Flores na construção do centro de convivência para idosos LGBTQIA+, como se observa no trecho destacado:

80 anos de força –esse é o título dado pela revista *Out* ao perfil que publicou sobre Samantha, que aproveitou para angariar 400.000 pesos (cerca de 76 mil reais) por meio de um *crowdfunding*. Com esse dinheiro, ela abrirá um centro de convivência LGBT, que, com o tempo, pretende transformar em albergue. É a sua luta pelos direitos de uma comunidade que o imaginário coletivo associa à juventude e festas, mas que, quando chega a terceira idade, “volta para o armário para poder continuar vivendo em sociedade”. “Não somos casados nem temos filhos ou família”. Estamos sozinhos. Precisamos formar um grupo de pessoas da terceira idade para dar conta das nossas necessidades de afeto”, explica Samantha (USÓN, 2017, [s. p.]).

Sobre o lugar ativista de João Nery, outras marcações se apresentam, primeiramente como escritor, na recorrente menção aos livros que publica¹⁸¹, destacados pelas narrativas autobiográficas que operam como depoimento e incentivo a outros sujeitos que enfrentam questões semelhantes. No entanto, sua posição como tal vai além, quando se visualiza a utilização de diversos recursos para sua ação, mediação e mobilização de outros sujeitos em torno da causa:

Nery organizou grupos de apoio para homens trans em todos os estados brasileiros, disponibilizou sua página no Facebook para que candidatos transexuais de todo o país divulgassem suas plataformas e participou de iniciativas para aumentar a empregabilidade da população trans, como o site Transempregos (LISBOA, 2018, [s. p.]);

“Impossibilitado de viajar, Nery gravou um vídeo para participar do I Congresso Internacional Multidisciplinar em Sexualidades, que acontece nesta semana na Universidade de Campinas” (LISBOA, 2018, [s. p.]); “Sempre presente em eventos acadêmicos e do movimento LGBT, ele será homenageado com a concessão do título de *doutor honoris causa* pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) [...]” (LISBOA, 2018, [s. p.]).

Ainda sobre o lugar ativista de Samantha Flores, mas também de João W. Nery, notamos uma construção que os situa como sujeitos referência, que se colocam como influenciadores no comportamento de outros, numa visão de militância que abarca posição includente:

“Será um local de convivência diurna [...] Trata-se de reunir a terceira idade LGBT para combater a nossa solidão. Mas se alguém disser que tem uma amiga íntima que não é gay, mas que quer ir lá também, será muito bem-vinda. [...] Fomos rejeitados durante tantos anos, não é agora que começaremos a discriminar”, diz (USÓN, 2017, [s. p.]);

Aos jovens trans que o procuram para pedir conselhos e dividir suas angústias, o ativista pediu união. “Muitos garotos vêm falar comigo que estão sofrendo transfobia dos próprios trans, porque não são sarados, não fazem academia e não tinham se hormonizado”, destacou.

“A transfobia causa muito sofrimento, então o que o

181 Vide referências deste capítulo.

transmasculino quer é fugir dessa dor, é fugir dessa discriminação, em princípio. Então, se hormonizando, tendo barba, engrossando a voz consegue se fazer inteligível para a sociedade e sofrer menos transfobia. Posso entender isso perfeitamente. Agora, isso não contribui para o movimento trans, até porque ele, muitas vezes, não quer ser reconhecido como trans, mas como homem cis”, completou (LISBOA, 2018, [s. p.]).

No caso de João Nery a força da enunciação se potencializa ao ser considerado o “[...] primeiro homem transexual a passar por cirurgia de redesignação de sexo no Brasil” (LISBOA, 2018, [s. p.]). Assim, ainda que a matéria em muitos momentos destaque a doença que o acometera, a potência do lugar transgressor, na ocupação da identidade de gênero com a qual se reconhece é ponto a ressaltar:

Nery explica que o câncer no cérebro, no estágio três, “não é dos mais curáveis”, mas mantém a esperança, que vem da força de quem enfrentou procedimentos cirúrgicos experimentais na década de 1970 e mudou os documentos quando isso ainda era considerado crime (LISBOA, 2018, [s. p.]).

O tom testemunhal e o pertencimento a um mesmo espaço de luta e apresentando demandas comuns a outros sujeitos conferem potência ao lugar ativista, pelo efeito de imersão e proximidade com os demais implicados pelas condições que visa fortalecer ou transformar. Marca na materialidade dos corpos e no percurso de vida do sujeito de maneira indelével. É o que também se observa na construção da trajetória de Samantha Flores, que destaca desde aspectos relacionados à violência, invisibilidade da comunidade LGBTQIA+ e também da pessoa idosa, com reposição do preconceito e violência nessa fase da vida, mas também com ganhos.

Filha de um operário da fábrica de cervejas Moctezuma, de Veracruz, Samantha nasceu em 1932 em Orizaba, uma localidade daquele Estado, onde, passados 84 anos, continuam a se registrar denúncias de crimes cometidos contra a comunidade LGBT. [...] Em 1957 [...] Instalou-se em uma cidade onde ser gay representava uma cicatriz e

onde a palavra homossexual nunca era pronunciada. [...]” (USÓN, 2017);

“Os heterossexuais da terceira idade estão esquecidos, abandonados, postos de lado, segregados. Mas os idosos LGBT são simplesmente invisíveis. Ninguém sabe que nós existimos. Queremos satisfazer a mais básica das necessidades: acabar com a solidão e podermos nos reunir como uma grande família”, diz Samantha, que foi homenageada em Madri durante os eventos do Orgulho Gay (USÓN, 2017);

Samantha olha para trás e lembra os anos de desprezo e repressão. “Hoje, ela se sente “em um filme de Walt Disney”. “Já podemos nos casar, adotar, herdar do nosso cônjuge...”. [...] que agora sonha com que a ideia desse centro de convivência para idosos se espalhe pelo mundo [...] (USÓN, 2017, [s. p.]).

Os últimos enunciados nos remetem às lutas ativistas que levam à conquista de direitos, mas também, não apenas como elemento de ganho, e sim, como espaço que pede ocupação e luta constante, o que se reforça na voz de João Nery.

O ativista defende que os homens trans precisam ocupar espaços políticos e conquistar protagonismo de suas lutas. Na mensagem publicada na semana passada no Facebook, ele pede coragem. “Não se acovardem. Ser o que somos não tem preço. Viver uma mentira nos enlouquece” (LISBOA, 2018, [s. p.]).

Ainda no âmbito dos direitos, a questão da moradia vale ser novamente mencionada sob essa ótica. Marcada como eixo central no texto de Usón (2017), mas com outro recobrimento, também é visível naquele de Silva (2018) e se expande no sentido do direito à saúde, acolhimento e atendimento digno para essa população na velhice, quando se repõem estigmas, preconceitos e violências, mais uma vez marcando uma condição de precariedade desigualmente distribuída em função das questões de gênero que se sobrepõe ao preconceito etário.

“A velhice na nossa cultura é a partir dos 60, mas se uma mulher trans, por exemplo, fez 50, ela já é uma sobrevivente. Já pode se considerar uma mulher velha. E não tem asilo para os trans velhos, não tem saúde específica para atendê-los. Eles muitas vezes não têm estudo e não têm casa para morar”, destacou. Nery conta que recebe relatos de idosos trans que tentam reverter a transição e fingir ser do sexo oposto para serem aceitos nos asilos. “É uma morte social” (SILVA, 2018, [s. p.]).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No conjunto dos aspectos observados, algumas considerações podem ser melhor tecidas, dessa forma, podemos apontar que a afirmação da posição de gênero aliada ao lugar ativista ocupado pelos sujeitos rompe visões estereotipadas da velhice como lócus da heteronormatividade e passividade, comumente atreladas a essa fase da vida e reforçam a defesa de um campo marcado pela heterogeneidade e que, como tal, precisa ser apreendido e considerado, tanto do ponto de vista de produção de conhecimentos, como de intervenção e ação diretas.

Mais do que isso, o lugar imersivo que faz frente a visões redutoras da velhice, pela ótica do universo LGBTQIA+, opera como elemento de denúncia diante da violência que se repõe no tratamento a essa comunidade, bem como gera visibilidade à causa, ao que se incluem as práticas desenvolvidas, num jogo sustentado, sob muitos enfoques, a gestos que ilustram transgressão e solidariedade, como apresenta Tim Jordam (*apud* BATISTA, 2012, p. 33). O autor toma a transgressão como “[...] a prática de oposição a certa condição social, com vistas a sua transformação” e a solidariedade, como “[...] o sentido coletivo de suporte mútuo em busca dessa transgressão. Aspectos, que para ele, são o próprio sinônimo do ativismo, entendido como atividade política que articula esses polos de ação” (JORDAM *apud* BATISTA, 2012, p. 33).

Um propósito coletivo se forma, diante de um sentimento de identidade compartilhada, que pode ser melhor compreendida pelo reconhecimento de emoções diversas no processo de transgressão social. Ou seja, “[...] os ativistas reconhecem uns nos outros o desejo de transformar a maneira pela qual suas vidas são vividas” (JORDAN *apud* BATISTA, 2012, p. 33).

A partir das matérias, visualizamos também, uma solidariedade que se instaura na vaga de uma norma pouco abrangente, posta diante de uma condição de precariedade, ou seja, uma “[...] situação politicamente induzida na qual determinadas populações sofrem as consequências da deterioração das redes de apoio sociais e econômicas mais do que outras, e ficam diferencialmente expostas ao dano, à violência e à morte” (BUTLER, 2018, p. 40).

Ou seja, o entendimento da precariedade, como “[...] a distribuição diferencial da condição precária” (BUTLER, 2018, p. 40), como já mencionamos, condição que em nossas matérias se apresenta nas relações de gênero, quando essas se tornam um elemento de opressão ou subjugação.

A reprodução do gênero é, portanto, sempre uma negociação com o poder (BUTLER, 2018, p. 39), isso porque somos obrigados a reproduzir as normas de gênero que nos precedem, no entanto “[...] no curso dessa reprodução, parte da fraqueza da norma é revelada”, uma vez que essa reprodução nem sempre se efetua da forma como a norma generalizante se apresentou. Pode haver de outro conjunto de convenções culturais intervir, “[...] ou no meio da nossa representação, outro desejo começa a governar, e formas de resistência se desenvolvem, alguma coisa nova acontece, não precisamente o que foi planejado” (BUTLER, 2018, p. 38).

Nesse processo, a conquista de direitos que se apresenta em determinados trechos das matérias é ponto significativo e nos faz pensar nas conquistas e ganhos, mas também, em retrocessos, na luta em busca de uma norma “[...] que guarde em si a possibilidade de não conformidade” (BUTLER, 2018, p. 38), na qual a ocupação de posições em espaços de maior visibilidade e de representatividade para essa população se faz necessária, como as matérias ilustram

Para Sandra Gomes (2021), tratando da pessoa idosa LGBTQIA+, para garantia do respeito à livre orientação sexual e identidade de gênero diante de medidas já apresentadas à sociedade¹⁸², é fundamental que essa população “[...] se aproprie dos seus direitos para se fortalecer diante de dois grandes preconceitos que irá enfrentar: etarismo e homofobia”. Ela lembra também da importância de atuação na participação junto a Conselhos e Conferências, como espaços políticos que garantem “[...] a inclusão da pauta do segmento na agenda pública do país” (GOMES, 2021, p. 42-44), em linha com o pensamento de João Nery.

182 A autora refere-se ao Programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH-3) de 2009, que apresenta diversas medidas de direito à população LGBTQIA+.

Por outro lado, as matérias permitem observar a complexidade do tema, diante de conflitos internos, inerentes às diferentes apreensões da causa e de uma idealidade que em torno dela se forma. Como afirma Butler (2018, p. 37),

[e]xiste uma idealidade, quando não uma dimensão fantasmática, para as normas culturais de gênero, e mesmo que humanos emergentes busquem reiterar e acomodar essas normas, eles certamente também tomam consciência de uma persistente lacuna entre esses ideais – muitos dos quais são conflitantes uns com os outros – e os nossos vários esforços de corporificação vividos, nos quais o nosso próprio entendimento e o entendimento dos outros têm finalidade opostas.

Tal abordagem permite justapor ao lugar de ativista, o papel do mediador, como um importante espaço ocupado na articulação e união dos envolvidos na causa, como as matérias demonstram.

Nesse amplo cenário, a referência à importância dos meios, como elementos do ativismo se destaca. Ainda que não sejam os únicos espaços para o ativismo, pela sua abrangência, tornam-se importantes elementos de ruptura e no fomento à legitimação de novas formas de territorialização à sociedade.

A partir dos meios, ajuda-se a difundir as demandas e estratégias, a criar novas controvérsias, com as quais se aumentam as oportunidades de formar outros movimentos e se reforça a possibilidade atrair novos integrantes. Os meios desenvolvem um papel importante tanto na origem do movimento como em sua consolidação. (BATISTA, 2012, p. 31).

O que se acentua ao se considerar a abertura que permitem aos sujeitos o advento de novas ferramentas de comunicação e dispositivos móveis, que ampliam o acesso à produção, distribuição de mensagem, derrubando barreiras e colocando recursos para o ativismo e a crítica social nas mãos de cidadãos comuns (JENKINS, 2009).

Nesse sentido, as diversas formas de posição e utilização dos meios no ambiente da comunicação mediada pelo computador acenam o poder da ação dos sujeitos, como observamos a partir dos casos em estudo, uma vez que “[...] o poder está (mais) diluído em

rede. O indivíduo é capaz de melhor estabelecer as suas conexões, selecionar conteúdos, produzir as suas mensagens e transmiti-las a um grande público” (BATISTA, 2012, p. 19).

Pelo exposto, as narrativas em estudo permitem a apreensão de um lugar ativista, pautado pela ação de sujeitos que se apropriam das redes de relacionamento, sejam elas midiáticas ou de contato físico, as quais permitem não apenas aos mesmos o rompimento ou reposicionamento diante dos lugares opressores que tendiam a seu assujeitamento, como também, contribuem para o auxílio a outros, pela reverberação e construção de visadas associadas a uma maior expressão da multiplicidade da experiência humana nesse terreno das representações de gênero e da sexualidade, tão vasto, idiossincrático e alvo de repressão, mas também, passível de deslocamento e reconfiguração.

Formam, dessa maneira, imagens de uma velhice atuante, passível de ser vivida em plenitude, com participação social e apoio a outros, e cuja sexualidade e questões de gênero, longe de serem relegadas ao lugar obscuro da invisibilidade, como se inexistentes, são pontos a serem problematizados e acolhidos, postulando outras palavras de ordem em torno do tema, mais abrangentes e inclusivas, na defesa e necessidade de estruturas que abarquem a diversidade humana em sua potencialidade, legitimando diferentes modos de existência e promovendo uma vida mais plena em todas as suas fases e modos de existência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt, **Mal-estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BUTLER, Judith. **Corpos em aliança e a política nas ruas** – notas para uma teoria performativa de assembleia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI; Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 1. São Paulo: Editora 34, 2011a.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI; Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 2. São Paulo: Editora 34, 2011b.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI; Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 3. São Paulo: Editora 34, 2012.

FERRARI, Maria Helena, SODRÉ, Muniz. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

FOUCAULT, Michel. **A Hermenêutica do sujeito**. Curso dado no Collège de France (1981-1982). São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2005.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1986.

GOMES, Sandra. Participação e representatividade. In: REBELLATO, Carolina; GOMES, Margareth Cristina de Almeida; CRENITTE, Milton Roberto Furst (Orgs.). **Introdução às velhices LGBTI+**. Rio de Janeiro: SBGG – Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia, 2021. p. 40-45.

CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE BRASIL – ILC. **Envelhecimento ativo: um marco político em resposta à revolução da longevidade**. Centro Internacional de Longevidade Brasil, Rio de Janeiro, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LIESENBERG, Cíntia. **Sob o signo do tempo: velhice e envelhecimento em perfis de idosos nas mídias**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

LISBOA, Vinícius. Primeiro transhomem a ser operado no Brasil, João Nery prepara livro. El País. **Agência Brasil – EBC**, 15 de setembro, de 2018. Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2018-09/primeiro-transexual-ser-operado-no-brasil-joao-nery-prepara-livro>. Acesso em: 03 abr. 2021.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes/Editora Universidade Estadual de Campinas, 1989.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais** – Investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2011.

NERY, João W. **Erro de pessoa**: Joana ou João? São Paulo: Record, 1984.

NERY, João W. **Viagem solitária** – memórias de um transexual 30 anos depois. São Paulo: Leya, 2012.

NERY, João W. **Velhice transviada**. São Paulo: Objetiva, 2019.

PUTTI, Alexandre. Um LGBT é agredido no Brasil a cada hora, revelam dados do SUS. **Carta Capital**, 16 jul. de 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/um-lgbt-e-agredido-no-brasil-a-cada-hora-revelam-dados-do-sus/>. Acesso em: 03 abr. 2021.

USÓN, Víctor. Na terceira idade o gay volta para o armário para sobreviver. **El País Brasil**, 24 jun. 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/23/internacional/1498191350_245967.html. Acesso em: 14 fev. 2022.

SOBRE OS ORGANIZADORES

João Paulo Hergesel

Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Doutor em Comunicação (UAM), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura (Uniso). Membro do grupo de pesquisa Entre(dis) cursos: sujeito e língua(gens). Participante da Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (Recria), da Rede Brasileira de Pesquisa em Ficção Televisiva (Obitel Brasil) e da Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales (Red Inav). E-mail: joao.hergesel@puc-campinas.edu.br

Juliana Doretto

Jornalista, professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte e do curso de jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. É autora de “Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças” (Alameda, 2013). Jornalista Amiga da Criança, título concedido pela Andi - Comunicação e Direitos. Foi repórter e redatora na Folha de S.Paulo e no portal UOL. E-mail: juliana.doretto@puc-campinas.edu.br

Tarcisio Torres Silva

Professor pesquisador do Centro de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte. Doutor em Artes Visuais pela Unicamp, com estágio no departamento de Estudos Culturais, Goldsmiths College, Universidade de Londres. Foi professor visitante do Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. Autor do livro “Ativismo Digital e Imagem: estratégias e engajamento e mobilização em rede”. E-mail: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br

SOBRE OS AUTORES

Andrea Volterran

Professor Associado da Universidade de Roma Tor Vergata. Sociólogo de processos culturais e de comunicação. Diretor do mestrado em Comunicação Social e do mestrado em Agricultura Social. Ensina teoria e técnica da comunicação de massa e sociologia da comunicação em vários cursos de graduação. E-mail: andrea.voltterrani@uniroma2.it

Bianca Colvara

Mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF (PPGCOM UFJF). Integrante do grupo de pesquisas Conexões Expandidas. E-mail: bianca_colvara@hotmail.com

Bruno Madureira Ferreira

Designer gráfico, bacharel em Comunicação Social pela Faculdade Esamc de Uberlândia (2015). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Pesquisa sobre design digital, plataformas digitais e participação política intermediada por plataformas digitais. É membro do Centro Internacional de Pesquisa Atopos (ECA/USP), onde desenvolve trabalhos ligados a cidadania digital e design. E-mail: brunomadureira@protonmail.com

Camila Mancio

Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: cmancio@alunos.utfpr.edu.br

Carina Ochi Flexor

Docente da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Arte e Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Membro da Rede de Pesquisa em Narrativas Midiáticas e Práticas Sociais e do grupo Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Mídias Interativas – Media Lab/UFG. E-mail: carina.flexor@fac.unb.br

Carlos Raíces

Jornalista, mestre em sociologia pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais PUCSP. Pesquisador do NEAMP (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política) e do Núcleo de Estudos Críticos da Contemporaneidade (NEEC). E-mail: craices12@gmail.com

Cíntia Liesenberg

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, professora da Faculdade de Relações Públicas, do Centro de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. E-mail: cintialie@puc-campinas.edu.br

Cláudia Pereira Ferraz

Antropóloga. Mestre e Doutora em Ciências Sociais pela PUC-SP. Pesquisadora do Grupo de Estudos Juvenália – sobre questões estéticas, geracionais, raciais e de gênero na comunicação e no consumo do PPGCOM da ESPM e do NEAMP- Núcleo de Estudos sobre Arte, Mídia e Política da PUC-SP. E-mail: claudiapferraz7@gmail.com

Denise Cogo

Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo – ESPM, onde coordena o grupo de pesquisa Deslocar – Interculturalidade, Cidadania, Comunicação e Consumo <https://deslocar3ci.wordpress.com/>. Pesquisadora Nível 1C do CNPq. E-mail: denise.cogo@espm.br

Erivelto Amarante

Doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Comunicação e especialista em Sociologia Política pela UFPR. E-mail: novo.eri@gmail.com

Gabriel Soares de Almeida

Publicitário, mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), com bolsa Capes. Integrante do grupo de pesquisa Deslocar: Interculturalidade, Cidadania, Comunicação e Consumo. Pesquisa sobre migrações, fluxos de comunicação e de discursos à periferia do debate hegemônico, disputas discursivas, táticas de resistência, e desobediência civil. E-mail: gabrielsoarescr@protonmail.com

Henrique Barreiros Alves

Mestre em Cultura e Territorialidades pela Universidade Federal Fluminense (PPCULT-UFF). Bibliotecário e Coordenador do Projeto Centro de Memória do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense, campus Macaé. E-mail: halves@iff.edu.br

Isabel Alfano

Pesquisador júnior, Universidade de Roma Tor Vergata. Trabalha com comunicação visual e comunicação da diversidade. Leciona no Mestrado em Comunicação Social. E-mail: alfanoisabel9@gmail.com

Jaqueline Suarez Bastos

Jornalista e comunicadora popular, mestre em Mídia e Cotidiano pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Integra o Centro de Pesquisa e Produção em Comunicação e Emergência (Emerge) da UFF. E-mail: suarez.jaque@gmail.com

Juliana Gomes da Rocha Barreiros Alves

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense Campus Macaé/RJ. E-mail: julianagrb.alves@gmail.com

Juliana Marques Borghi

Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPG-COM-UFPR). E-mail: juliana.marks@hotmail.com

Luara Dal Chiavon

Cineasta e fotógrafa, militante do MST, coordena a Brigada de Audiovisual Eduardo Coutinho. Possui graduação em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e atualmente é Mestranda do PPGMPA|ECA-USP. E-mail: luara.dalchiavon@usp.br

Missila Loures Cardozo

Doutora em Tecnologias e Inteligências e Design Digital pela PUCSP. Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, docente da Escola da Indústria Criativa da USCS – Universidade Municipal de São Caetano e dos cursos de Publicidade e Propaganda e Design de Interação da PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Assessora da Pró-Reitoria de Graduação da PUC-SP. Pesquisadora no grupo de pesquisa Comunidata (CNPq). E-mail: missila.cardozo@gmail.com

Myrian Del Vecchio

Jornalista. Professora permanente e pesquisadora do Departamento de Comunicação e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Líder do Grupo de Pesquisa Click – Comunicação e Cultura Ciber. E-mail: myriandel@gmail.com

Pamella Opsfelder de Almeida

Doutoranda e mestra em Linguística Aplicada na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e graduada em Letras na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Participa do Grupo de Pesquisa MíDiTeS: Mídias Digitais, Tecnologia e Sociedade. E-mail: pam4.1.7@hotmail.com

Rogério José Camara

Professor do Departamento de Design da UnB. Graduado em Comunicação Visual pela PUC – RJ (1990), mestre e doutor em Comunicação pela UFRJ (1999 e 2004). Foi docente do programa das pós-graduações em Artes (2010 – 2021) e em design (2012 – 2021), ambos da Universidade de Brasília. Realiza pesquisas sobre as relações entre escrita e cidade com ênfase na poesia visual. E-mail: rogeriojcamara@gmail.com

Rosemary Segurado

Professora do Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais da PUCSP. Coordenadora do Curso Redes Digitais: Política e Cultura (Cogeae – PUCSP), pesquisadora do NEAMP (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUCSP). E-mail: roseseg@uol.com.br

Sionelly Leite

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: sionelly@gmail.com

Soraya Ferreira

Professora Titular da Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação - UFJF-FACOM. Membro do corpo permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade. Coordena o Grupo de Pesquisa Conexões Expandidas. ufjf.br/conexoesexpandidas. E-mail: sovferreira@gmail.com

Tathiana Senne Chicarino

Cientista Política. Doutora e Mestre em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professora de pós-graduação da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, onde também é coordenadora acadêmica de MBA. Pesquisadora do NEAMP (Núcleo de Estudo em Arte, Mídia e Política) da PUC-SP. Participa do projeto do Observatório de Conflitos da Internet. E-mail: tschicarino@gmail.com

Coleção:
Redes Digitais e Culturas Ativistas

Revisão textual:
Paloma Guimarães de Lima

Edição:
João Paulo Hergesel

trigg
ed out of view
= false;
modified fn with some additional
iedFn = function() {
nk the element as visible
t. eared = true;
is this suppressed to happen
/settings.one) {
remove the check
ind('.scroll')
ay



ISBN 978-659966873-9



9

786599

668739