

Reflexões sobre imagens voláteis,
gênero, pós-verdade, fake news
e consumo neste tempo de
espirais fluidas



Pollyana Ferrari (Org.)

FLUXO FLUIDO

As relações no século atual se configuram e reconfiguram no espaço de fluxos, não mais em espaços fixos, pré-determinados. E essa fluidez gera diferentes percepções do ser. No Brasil, o número de dispositivos móveis conectados supera a população: 280 milhões (1,4 dispositivo portátil por pessoa). O livro *Fluido, fluxo* nasce dessa vontade [dos integrantes do grupo de pesquisa Comunidata] de mapear esse tempo fluxo em que vivemos, sejam nas questões de gênero, nas metrópoles, na fotografia, no entretenimento, na velhice, no consumo de informação ou mesmo na avalanche de fake news. Como afirma Castells, o espaço de fluxos é a forma espacial predominante da sociedade em rede e, mesmo se mantendo o espaço físico, o tempo biológico do corpo, das estações do ano, tudo vai sendo moldado por redes fluidas que invadem a privacidade e impõe um novo formato de sociedade.



Fluido, Fluxo



Diretor da série:

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Porto Junior
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Comitê Editorial e Científico:

Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. João Nunes da Silva
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Luis Carlos Martins de Almeida Mota
Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes
UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva
Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil

Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Prof. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul: Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Profa. Dra. Thais de Mendonça Jorge
Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Profa. Dra. Verônica Dantas Menezes
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Fagno da Silva Soares
CLIO & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesq. em História Oral e Memória
Instituto Federal do Maranhão (IFMA)

Dr. Luís Francisco Munaro
Universidade Federal de Roraima (UFRR)

Dr. José Manuel Peláez
Universidade do Minho, Portugal

Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes
Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional do
Ministério Público do Tocantins, CESAF/MPTO

Fluido, Fluxo

**Reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade,
fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas**

Organizadora:

Pollyana Ferrari

φ editora fi

Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Carole Kümmecke - <https://www.behance.net/CaroleKummecke>

Arte de Capa: Eric Viana

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



Associação Brasileira de Editores Científicos

<http://www.abecbrasil.org.br>

Série Comunicação, Jornalismo e Educação — 24

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

FERRARI, Pollyana (Org.)

Fluido, Fluxo: reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas [recurso eletrônico] / Pollyana Ferrari (Org.) -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2018.

269 p.

ISBN - 978-85-5696-428-1

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. fake news; 2. comunicação; 3. pós-verdade; 4. consumo; 5. meios; I. Título II. Série

CDD: 177

Índices para catálogo sistemático:

1. Ética e sociedade

177

“Sou livre, se, e somente se posso agir de acordo com minha vontade e alcançar os resultados que pretendo alcançar”

Zygmunt Bauman

Agradecimentos

O livro *Fluido, fluxo* é uma obra coletiva, tecida com várias mãos e escrituras. Segundo e-book do grupo de pesquisa Comunidata (PUC-SP), procuramos manter a camada musical, com playlist no Spotify, e continuar sob a licença Creative Commons para estimular o download gratuito e colaborar com a pesquisa nacional. Como organizadora quero agradecer aos atentos revisores Margareth Boarini, Amanda Ferrari Gasparin, Eric Viana e Silvio Ferreira Silva. Ao nosso design da capa, Eric Viana, muito obrigado. Gratidão ao Anselmo Penha, que fez a curadoria da playlist do livro no Spotify. Muito obrigado à pesquisadora Lucia Santaella por escrever o prefácio e contribuir imensamente para a reflexão entre os participantes e a todos os autores que compõem essa narrativa sobre os fluxos comunicacionais do século XXI. À Editora Fi, parceira de mais uma obra, obrigado.

Sumário

Prefácio	13
Acelerações espaço-temporais evanescentes	
Lucia Santaella	
Introdução	21
Sintomas da Pós-Verdade	
Capítulo 1	31
Arquiteturas recombinantes	
Luciana Moherdaui	
Capítulo 2.....	43
Contra fake news, educação	
Pollyana Ferrari	
Capítulo 3.....	53
O design de experiência na sociedade hipermoderna	
Amanda Porto	
Capítulo 4.....	75
O automóvel volta a ser um simples sistema de transporte	
Margareth Boarini	
Capítulo 5.....	89
Como insetos em volta da lâmpada	
João Luiz Peçanha Couto; Adriana Rocha Bruno	
Capítulo 6.....	109
Aquilo que sobra e seu tempo fluido	
Humberto Giancristofaro	

Capítulo 7.....	123
Ficção e Fotografia - imaginando a realidade	
Cristiano Franco Burmester	
Capítulo 8	139
Em busca do novo “tempo” para a narrativa televisiva	
Stanley Teixeira	
Capítulo 9.....	157
O tempo passa, o tempo voa e a poupança...	
Eric Marcel Viana	
Capítulo 10	175
O jornalismo na era das verdades fluidas	
Alberto Freitas; Anselmo Penha	
Capítulo 11.....	193
O poder feminino no tempo fluido	
Tamires Cardoso	
Capítulo 12	207
Valorização das imagens voláteis nas redes sociais digitais	
Mariana Leonhardt Hallage	
Capítulo 13	225
A dinâmica do Planejamento Estratégico Digital nas Instituições de Ensino Superior	
Amanda Vieira Ferrari Gasparin	
Sobre os autores	237
Referências	243

Prefácio

Acelerações espaço-temporais evanescentes

Lucia Santaella

Nós humanos sempre vivemos em ambientes híbridos, rodeados de objetos naturais e artificiais. A natureza e o artifício não são dois reinos separados, nem são os objetos artificiais simples instrumentos por meio dos quais conquistamos o mundo natural. De saída, desde a invenção do fogo, as inscrições nas cavernas etc., o humano esteve dentro e fora da natureza. Isso veio em um crescendo, acelerou-se na revolução industrial, com suas máquinas já dotadas de inteligência sensória como é a máquina fotográfica para atingir seu ponto de exponenciação nas máquinas cerebrais, máquinas inteligentes como são os computadores que expandem a inteligência humana.

Naquilo que está hoje sendo chamado de “quarta revolução industrial” (SCHWAB, 2017) e também “quarta revolução epistemológica” (MAZLISH, 1993; FLORIDI, 2014), ou seja, a revolução que implica tecnologias de interface humano-computador (LEONHARD, 2016), o mais fundamental a se considerar, no que diz respeito ao incremento da cognição humana, espraiada nas inumeráveis atividades que o ser humano realiza e em suas variadas consequências, é o desenvolvimento da inteligência computacional que está embutida no processamento das máquinas. Isso quer dizer que é necessário abandonar a concepção minimizadora do computador como mera ferramenta, pois as tecnologias

computacionais são, acima de tudo, tecnologias da inteligência em interfaces com o humano cada vez mais multifacetadas e complexas.

Diante disso, entre os muitos fatores, que têm chamado a atenção tanto de especialistas quanto de curiosos, encontra-se a questão da aceleração com que a era digital, que passei a chamar de “tsunami digital”, vem se desenvolvendo na multiplicação de rebentos computacionais, carregados de textos, imagens e sons, como são os *smartphones*, o turbilhão de plataformas, aplicativos e o variegado número de telas que nos rodeiam.

Para se compreender essa crescente aceleração, é preciso abandonar a tendência ao “presentismo”, quer dizer, a tendência a uma visão da conjuntura atual no seu imediatismo. Não chegamos ao estado de coisas atual por um golpe do destino. Há raízes do fenômeno que vêm de longe. Mas nem é necessário realizar uma longuíssima viagem ao passado. Podemos começar a pensar a partir da Revolução Industrial. É justamente isso que têm feito os grandes especialistas no Antropoceno, que significa a mudança do período geológico do planeta Terra. As marcas que o humano foi deixando na biosfera são tão pesadas que mudaram a estrutura geológica do globo.

Aquilo que esses especialistas chamam de grande aceleração teve início no período da industrialização cujas máquinas de produção e transporte levaram à serialização produtiva que culminou nas linhas de montagem do fordismo. Mas o grande acelerador resultaria da segunda Guerra, na qual foram gestadas as sementes da era computacional que, dos últimos 70 anos para cá, tem conduzido o ser humano a uma aceleração exponenciada.

Deixando as questões do capitalismo, de suas implicações políticas, da cadeia produtiva e do mercado consumista para serem discutidas pelos especialistas, para nós que estamos interessados na problemática social-cultural-psíquica a que a hipercomplexidade atual está nos levando, torna-se nitidamente perceptível que a grande aceleração, que levou o planeta a uma nova era geológica, fez-se acompanhar por uma aceleração no crescimento das

linguagens humanas, provocado pelo crescimento das mídias e estas pelos contínuos avanços das tecnologias cognitivas, informativas e de entretenimento. Embora já tenha trabalhado sobre esse tema (SANTAELLA, 2015), vale a pena retomá-lo em poucas linhas, visto que pode bem funcionar como um contexto de fundo para os capítulos de que esta coletânea de ensaios se compõe.

Aliás, tenho visitado esse tema com certa insistência porque ele nos leva a perceber que, iniciada na primeira revolução industrial, que, em termos midiáticos corresponde à era da reprodutibilidade técnica, foi justamente a aceleração no crescimento das linguagens e mídias a grande responsável pelo estado de coisas atual e que o título escolhido para este texto – “Acelerações espaço-temporais evanescentes” – tenta sintetizar.

A era da soberania do livro, a Galáxia de Gutenberg (MCLUHAN, 1971) durou quatro séculos. A era midiática eletromecânica (telégrafo, fotografia, cinema etc.) dominou apenas por algumas décadas, pois, dentro dela, já estava sendo gestado o rádio que, pouco depois, com a televisão, inaugurou a era eletroeletrônica. Esta, nas suas alianças com a publicidade, tomou conta do cenário do entretenimento e dos *flashes* noticiosos. Embora a TV tenha tido muita visibilidade no tempo de seu apogeu, por baixo desse apogeu, já na metade do século passado, o computador estava dando início à sua escalada ininterruptamente crescente.

Enquanto o computador preparava o seu caminho para se tornar uma mídia comunicacional potente, dadas as suas habilidades interativas, a existência humana ia sendo povoada de pequenos gadgets (controle remoto, vídeo cassete, locadoras de filmes, *walkman*, TV a cabo etc.) a que dou o nome de tecnologias do disponível as quais, em termos mais amplos, correspondem à cultura das mídias, quer dizer, uma cultura intermediária, de passagem entre a cultura de massas, até então soberana, para a cultura digital (SANTAELLA, 2010).

De fato, quando o computador aflorou como mídia comunicacional e cultural, sua natureza interativa, já estava sendo

preparada pelas tecnologias do disponível. Estas implicavam certa personalização nas escolhas de entretenimento, um tipo de lógica que a navegação computacional levaria à potência máxima, além de que, por sua natureza híbrida, o computador realiza não apenas a intersecção e mistura de todas as linguagens quanto também uma fusão inédita da informação com o entretenimento, o “infotenimento”. É importante atentar para o fato de que a sequência de passagens acima indicadas sinaliza apenas o período de soberania de cada uma das eras midiáticas. Portanto, isso não significa que elas tenham sido levadas ao desaparecimento. Ao contrário, continuam vivas, basta ver, para exemplificar, que as livrarias ainda continuam existindo.

Entretanto, à medida que uma nova mídia surge, todo o panorama se movimenta e se refuncionaliza. Isso se intensifica com o advento da era digital, pois esta traz uma outra grande novidade: a adaptação das tecnologias anteriores, como, por exemplo, a máquina fotográfica mecânica, para o digital. O mesmo sucedeu com a produção cinematográfica e televisiva também sob o sinal digital. Contudo, outro importante fator a ser percebido é que, mesmo mudando a tecnologia de produção, a linguagem que é característica dessas mídias permanece. Veja-se o caso do jornalismo na sua passagem do papel para as telas navegáveis. Embora a mídia imponha necessárias modificações na configuração das mensagens e nas maneiras como são consumidas, a natureza em si da linguagem e suas funções sócio comunicacionais se mantêm.

Se a aceleração no crescimento das linguagens e mídias, para os mais atentos, já se fazia notar antes da cultura digital, assim que o computador entrou pela vida social e pessoal adentro, tornou-se impossível não se dar conta da velocidade pela qual ocorrem as suas mudanças. Tudo começou com aquilo que chamo de “era ou cultura do acesso” (ibid.) e que Rifkin (2000) já havia batizado com o mesmo nome para se referir aos modos de produção culturais em um panorama mais geral. Com sentido mais específico, ao usar essa

expressão, “cultura do acesso”, queria me referir àquele primeiro momento da comunicação mediada por computador, em que as redes começaram a se povoar de sites, quando ainda se navegava pelas redes sem os poderosos *browsers*, que hoje facilitam e dirigem nossas buscas, e quando se realizavam trocas apenas pelos canais dos e-mails. Isso durou pouco. Foi rapidamente seguido pela festejada web 2.0 que, graças ao incremento dos dispositivos móveis, chamei de “era da conexão contínua”, caracterizada pela hipermobilidade, quer dizer, a sobreposição instantânea da mobilidade física com a mobilidade navegacional.

A evolução das redes na direção do usuário e de seus agenciamentos, comutando do *in/off* para o sempre *in*, fez explodir a bibliografia sobre as redes e sua cultura correspondente, como por exemplo, cultura da interface (JOHNSON, 2001), cultura da convergência (JENKINS, 2008), cultura da participação (SHIRKY, 2011), cultura da conexão (JENKINS et al., 2014), entre outras, só para ficarmos nas obras que tiveram tradução para o português.

Embora o fenômeno das redes sociais, Facebook, Twitter, LinkedIn etc. continue ocupando a crista das ondas digitais, concomitantemente se deu a explosão das plataformas e aplicativos. Assim, a palavra “mídia” foi se expandindo em multimídia, hipermídia, crossmedia, transmídia, mídia híbrida, todas elas aparentadas, mas sutilmente distintas (SCOLARI, 2015). Na mesma velocidade, as tecnologias da web vêm buscando seu aperfeiçoamento para gerar, conectar e compartilhar conteúdos com base na habilidade de compreensão do significado das palavras, a chamada web 3.0. Esta foi se misturando com outros recursos que dilataram o seu perfil, tais como: gráficos 3D, games, e-comércio, contextos geoespaciais etc. somados à ubiquidade que permite a conexão de quaisquer recursos à web de modo que os mais variados serviços podem ser utilizados em quaisquer lugares. Tudo isso é imediatamente absorvido, sem tropeços, pelos usuários.

De uns poucos anos para cá, a inteligência artificial (AI), cujas pesquisas remontam a algumas décadas, foi impulsionada por um

salto de transformação veloz, graças ao big data e ao incremento das redes neurais que estão na base da aprendizagem de máquina e aprendizagem profunda. Diante disso, fala-se em web 4.0. Assim, os algoritmos de AI estão se infiltrando por todas as áreas das atividades humanas, com tal aceleração que, segundo os prognósticos, tenderão ao desaparecimento as empresas, corporações, organizações e instituições que fiquem alheias ao poder invisível desses algoritmos.

Com isso, parece ficar aí delineado o panorama do estado atual dos avanços tecnológicos, todos eles, em maior ou menor medida, com inteligência embutida. Há 18 anos, Bauman chamou a contemporaneidade de “modernidade líquida”. De fato, de lá para cá, tudo está se tornando cada vez mais líquido, os espaços se derretem e o tempo escorrega pelas frestas. Não há sinais de parada para a aceleração que não deixa mais nada no lugar em que esperávamos que estivesse.

Nesse contexto, o título deste livro, *Fluido, fluxo*, parece soar como uma homenagem àqueles que pressentiram *avant la lettre* os destinos da contemporaneidade: o Castell, dos fluxos e o Bauman, dos fluidos. Já em 1999, no livro seminal *A sociedade em rede*, depois de apresentar um vasto e detalhado panorama dos aspectos econômicos, sociais e culturais das transformações emergentes, Castells dedicou os dois últimos capítulos à questão do espaço de fluxos (capítulo 6) e dos limiares do tempo (capítulo 7). Segundo o autor, na era da informação, a tendência é tudo se organizar em redes, uma nova morfologia em movimento que se constitui como espaços de fluxos. Trata-se de estruturas abertas, flexíveis, descentralizadas, expansivas, habilitadas para dar vazão à inovações. Eis aí brevemente enunciado o acerto da apreensão do autor daquilo que estava por vir e que vem se instaurando de modo cada vez mais intenso.

De uma forma ou de outra, é sob esse guarda-chuva que os capítulos do presente volume se localizam. Os temas abordados são variados. Falam da arquitetura, da educação, da hipermodernidade,

da pós-verdade, da volatilidade das imagens, do poder feminino, da ficção fotográfica e dos desafios atuais do jornalismo e da televisão. Embora variados, há um fino fio condutor entre eles: a realidade fluida dos fluxos que passam através de nós e avançam além de nós.

O efeito, que a leitura do todo produz no leitor, é inquietante. Como se situar e como agir no ritmo acelerado de tantas mudanças? Para isso o livro não traz receitas. De resto, não há receitas adaptativas para a condição humana. Cada historicidade sugere guias que lhe são próprios. Tudo indica que um bom guia para as condições atuais é pensar junto. Nada melhor para isso do que um livro, especialmente um livro que, à maneira de um caleidoscópio, ilumina e coloca em relevo diferenciadas paisagens que se fixam apenas no tempo necessário para nos inteirar do que está acontecendo nas espirais do espaço-tempo fora de nós, ao nosso redor, e, com sorte, dentro de nós.

Introdução

Sintomas da Pós-Verdade

O autor Thomas Friedman, no seu último livro “Obrigado pelo atraso, um guia otimista para sobreviver em um mundo cada vez mais veloz”, resgata a Regra de Ouro, na qual a versão do Talmude¹ diz “não faça aos outros o que lhe é odioso”, ou ainda na versão Ocidental “trate os outros como gostaria de ser tratado”, e diz “quando um de nós pode matar todos nós, quando todos nós podemos consertar tudo e quando muitos mais podem agir sobre você mesmo a grande distância e você pode agir sobre outros a grande distância, a Regra de Ouro nunca foi tão importante e a sua propagação nunca foi tão urgente”. (...) “Quando o mundo já é complexo, você não quer torná-lo mais complicado. Torne as coisas simples. E nenhum decreto moral concentra tamanha força de forma tão simples como a Regra de Ouro”, explica Gautam Mukunda, professor de comportamento organizacional na Faculdade de Administração de Harvard, no livro de Friedman.

A coletânea **Fluido, fluxo** nasce dessa busca pela simplicidade. **Pela tecnologia aliada à humanidade**, força motriz desse grupo de pesquisa e uma homenagem aos pesquisadores Castells e Bauman que já se debruçaram sobre os fluxos e fluidos desse nosso tempo escorregadio.

No livro “Como sair das bolhas” (2018) digo em uma passagem

¹ Um dos livros básicos da religião judaica, contém a lei oral, a doutrina, a moral e as tradições dos judeus.

Só com silêncio e escuta interna iremos aguçar os sentidos e ouvir mais amplificado, ver melhor, decifrar melhor os fatos para não cair nas armadilhas do século XXI, cada vez mais envolvo num fluxo incessante de consumo e distrações (aplicativos, redes sociais e gula. Gula por açúcares, remédios, drogas e tudo que possa estimular o ruído, o tempo incessante). Temos, como sociedade, pavor do silêncio, da falta de estímulos externos. O silêncio é uma forma de resistência, já nos ensinou o pesquisador Breton (1997). Somos um espírito que habita um corpo e não o contrário. E só com silêncio acessamos essa fonte espiritual que está em nós. O ruído da pós-verdade não nos deixa sair do fluxo incessante de estímulos, e cada vez nos atolamos mais. Celular virou vício.

No atual século XXI as sociedades confrontam-se com mudanças comportamentais aceleradas e desencadeadas pela sociedade da informação e seus fluxos incessantes. Essas mutações impõem a necessidade e a urgência de repensar o tempo presente e a comunicação a partir da mediação das telas dos dispositivos móveis. O conceito de pós-verdade surge nesta sociedade atual que se move em torno das pessoas, das suas histórias, de seus costumes e das suas experiências de vida. Novos meios e interatores, alta saturação das mídias tradicionais e consumidores cada vez mais imersos na presentificação proporcionada pelas telas fazem com que a frase do filósofo, físico e matemático francês René Descartes (1596 - 1650) “Penso, logo existo”, seja alterada para vivencio, logo existo.

Compramos demais, comemos demais, bebemos demais, teclamos demais, trabalhamos demais, fazemos exercícios demais.... Contudo, falamos de menos sobre tristeza, dificuldades e desencontros. Diferenças, então? Nem pensar. Precisamos de coragem para batalhar pelo ser humano, pela verdade, pelo coletivo (em detrimento do eu), pelo debate público, por justiça, por educação, por saúde, por mais empregos do que por novas tecnologias. Por mais fatos que desejos. Fatos viram história no futuro. Desejos só alimentam os egos da sociedade de consumo.

A pós-verdade ganha verbete nos dicionários Oxford, em 2016, depois da eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e a

votação do Brexit, na Inglaterra. Quando apelos emocionais são mais eficazes para mobilizar a opinião pública do que a verdade, riscos enormes ameaçam as sociedades democráticas. Outra faceta da pós-verdade é o avanço do consumo, pois momentaneamente nos deixa calmos e saciados, mas essa sensação é frugal. Logo queremos consumir mais. Estamos num momento de mutação. Estamos mudando cognitivamente como seres humanos e como formato de sociedade: só para citar alguns exemplos que puxam essa mudança: a questão de gênero, das novas famílias homo afetivas, do trabalho administrando plataformas e a liquidez das relações afetivas (têm-se mais bichos de estimação do que filhos, algo impensável há 30 anos). Por isso, a Regra de Ouro nunca foi tão necessária. Torne as coisas simples e trate os outros como gostaria de ser tratado. É o primeiro passo para derrocar a pós-verdade. Troque desejos por fatos. Fatos viram história.

A tecnologia avança numa escala sem precedentes na história da humanidade, e essa mudança causa um choque estrutural muito grande, pois o tempo fluxo vai transformando tudo. Tem gente com 30 anos que não está conseguindo acompanhar, como também tem gente acima dos 60 que está acompanhando as mudanças – o que vai diferenciar um ser do outro é seu grau de transitoriedade, ou seja, de ser capaz de desapegar e experimentar nossas propostas mais fluidas.

Os planos de negócio das empresas de mídia, por exemplo, que duravam 5 anos agora são engolidos semestralmente pelas redes sociais e suas mudanças nos algoritmos. Lucia Santaella vai nos dizer que o vivenciar tornou porosas as fronteiras que os separavam em suportes próprios os quais costumavam bloquear ou pelo menos, dificultar suas intersecções. “Desde então, gradativa e crescentemente foi se instaurando o que vem sendo estudado sob a rubrica da expansão das antigas margens das mídias e de suas linguagens correspondentes. Tornou-se assim corrente falar em foto expandida, cinema expandido, televisão expandida, som expandido e, até mesmo, literatura expandida e poesia expandida”.

Na primeira metade do século XXI a questão crucial que envolve a comunicação, o comércio e as relações sociais será conseguir transitar nesse novo meio e entender o que temos para hoje. Por exemplo: a TV está virando outra TV. Vemos televisão de outro jeito, pedimos pizza de outro jeito, pode ser por um aplicativo, pelo WhatsApp da pizzeria do bairro, mas, com certeza, cada vez menos por chamada de voz. As relações afetivas mudaram, já que as plataformas impuseram outra forma de as pessoas se conhecerem, agora deslizando o dedo em telas de celular, o que era impensável no final do século 20.

Para o jornalista Michael Harris, em seu livro *The End of Absence*, “os xennials são a última geração que se lembrará de como era a vida antes da Internet”. São pessoas nascidas entre 1977 e 1983, e que funcionam como ponte entre o mau humor da Geração X e o otimismo dos *millennials*. Dan Woodman, sociólogo da Universidade de Melbourne, concorda e explica ao jornal EL PAÍS² por e-mail que o termo *xennial* tem sentido quando se fala das experiências digitais.

Há muitas pessoas que dizem que tudo piorou com as redes sociais. E que o sonho de um mundo conectado onde todos teriam a mesma voz deu errado. É verdade, por um lado, pois grandes plataformas como Google, Facebook e Amazon dominam a rede e nossas memórias, abastecendo a sociedade do consumo, em que o desejo tem falado mais alto do que a realidade. Mas também existem iniciativas muito boas nessas mesmas plataformas. E tudo ao mesmo tempo agora. A maior rede social do planeta muda quase semanalmente seus algoritmos, seja para conseguir adentrar ao mercado chinês [grande desejo de Mark Zuckerberg em 2018] ou para fugir de regulamentações estatais que querem regras claras no combate às fake news.

² <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/28/cultura/1498658933_664228.html?%3Fid_externo_rs oc=TW_BR_CM>

O Reino Unido anunciou em 23 de janeiro de 2018 a criação de uma unidade para tentar conter as notícias falsas e impedir campanhas de desinformação lideradas por outros países, afirmou um porta-voz da premiê Theresa May. "Estamos vivendo em uma era de notícias falsas e narrativas concorrentes e o governo irá responder com mais e melhor uso das comunicações de segurança nacional para lidar com esses desafios complexos e interligados", declarou May à imprensa. Alguns dias antes, o presidente francês, Emmanuel Macron, anunciou que irá modificar a legislação de imprensa do país para combater a disseminação das notícias falsas nas mídias sociais, o que ele disse "considerar uma ameaça às democracias liberais".

Não assimilamos a tecnologia na mesma velocidade em que ela se desenvolve. Então, temos um *delay* do corpo, da mente. O tempo do corpo, das estações do ano, das instituições, das escolas é mais lento do que o tempo das plataformas. Compartilhamos fake news porque, na maioria das vezes, nem sequer clicamos no texto que recebemos e precisamos de alguns minutos para refletir sobre o que lemos, porque "o dedo" [para clicar no compartilhamento ou no like] é mais rápido do que o tempo do cérebro para assimilar aquela informação.

A batalha da checagem dos fatos é em prol de um mundo no qual o senso crítico prevaleça. Senso crítico que anda faltando nos debates sobre fake news. Para elucidar o leitor nesse pântano que se tornou as fake news, no dia 12 de janeiro de 2018, o entrevistado de estreia do talk show "My Next Guest Needs No Introduction", de David Letterman, na Netflix, foi o ex-presidente dos EUA Barack Obama que falou sobre globalização, tecnologia, algoritmos e fatos.

"O maior desafio da democracia é o grau em que não compartilhamos uma base comum dos fatos. Havia um conhecido senador de Nova Iorque, Daniel Patrick Moynihan (1927-2003), que durante um debate certa vez ouviu de um homem: senador Moynihan essa é a sua opinião. Eu tenho a minha. E Moynihan disse: "O senhor pode ter a sua própria opinião, mas não pode ter seus

próprios fatos”. (...) “É que nós funcionamos em universos totalmente diferentes. Se você assiste à FoxNews, você vive em outro planeta [risos na plateia], do que se ouvir a rádio NPR”.

Em outro trecho da entrevista Obama vai recordar da sua campanha de 2007-2008, “onde fomos dos primeiros a usar redes sociais. E nós dependíamos de jovens de 22, 23 anos voluntários compartilhando, se comunicando apenas por redes sociais. Acabamos construindo a mais eficiente campanha política da história política moderna. Eu estava muito otimista. Acho que não percebemos o grau no qual as pessoas no poder, as que têm interesses especiais, os governos estrangeiros podem, de fato, manipular a realidade”.

Letterman pergunta para Obama: “Eu tinha a impressão que o Twitter seria o mecanismo usado para propagar a verdade pelo mundo ...” [risos na plateia]. Estamos falando de dez anos atrás e como os governos, empresas privadas e usuários não tinham a menor ideia dos padrões de comportamento [por meio dos algoritmos] que as redes sociais nos imporiam. Obama explica para Letterman: “Se você obtém toda a sua informação por algoritmos enviados por um celular, eles desenvolvem um padrão de comportamento onde só reforçam as mesmas informações”. O ex-presidente refere-se também ao que ocorre nas bolhas do Facebook e acredita que nossa política esteja tão polarizada por causa dessa disseminação pelos algoritmos”. Letterman comenta “o que era uma ferramenta boa se virou contra nós”.

Enquanto o leitor vai absorvendo as temáticas dos capítulos, camadas musicais acompanham a narrativa do e-book, na playlist Fluido, fluxo , disponível em

<https://open.spotify.com/user/12180392264/playlist/4ffiERWSED56tpFIC5abyn>

Capítulo 1, Arquiteturas recombinantes, escrito pela pós-doutoranda (FAU-USP) Luciana Moherdaui, trava uma conversa entre ficção e realidade: *Blade Runner 2049* comprova que ficou para trás aquela sensação de algo impraticável tecnologicamente

como abordado em *Tempos Modernos* (1936), *Fahrenheit 451* (1966), *2001 - Uma Odisseia no Espaço* (1968), *Blade Runner* (1982) *Johnny Mnemonic* (1995), *eXistenZ* (1999) e *Videodrome* (1999), entre outros. Os clássicos de Charlie Chaplin e François Truffaut anteciparam o comando por voz e vídeo em grandes telas finas e, consequentemente, estratégias de vigilância e controle, assim como fez Stanley Kubrick. Hoje, assistimos o avanço da Inteligência Artificial (AI) e o controle da privacidade [sem consentimento dos usuários] diariamente nas redes sociais.

Capítulo 2, *Contra fake news, educação*, explico que fake news não é novo e nem nasceu com os blogueiros ou as redes sociais, só amplificou, como tudo que é postado na internet. A febre das fake news, ou mentiras, uma vez que notícias falsas não são notícias, têm feito bem ao jornalismo. Um consumidor que queria apenas vivenciar informações sem pensar, voltou-se para assinaturas de veículos com credibilidade.

Capítulo 3, *O design de experiência na sociedade hipermoderna*, a designer, profa. e mestre pela PUC-SP Amanda Porto discorre sobre o design de experiência e a estética da velocidade e do imediatismo, percebidos em postagens reativas nas redes sociais, na instantaneidade dos *chats* e nas notificações que pipocam nas telas de um celular. Para Manuel Castells (1999), o tempo linear, irreversível, mensurável e previsível foi fragmentado pela sociedade em rede, ou melhor, pela sociedade hipermoderna em rede.

Capítulo 4, *O automóvel volta a ser um simples sistema de transporte*, o leitor vai conferir os desafios da indústria automobilística depois que a conectividade mudou o fluxo de vida [com seu ritmo totalmente diferente do tempo das carruagens e dos cavalos]. Margareth Boarini, doutoranda no programa TIDD/PUC-SP, mostra que o automóvel reduziu o tempo de percurso entre as cidades e por isso deu tempo de sobra a seu condutor e passageiro. E agora o carro é punido pelo excesso de popularidade e pelos

congestionamentos causados pelo ‘roubo de tempo’ de seus usuários.

Capítulo 5, *Como insetos em volta da lâmpada*, os professores doutores João Luiz Peçanha Couto e Adriana Rocha Bruno vão nos mostrar, a partir da análise minuciosa da série 3%, da Netflix, que as demarcações identitárias não serão mais espaciais, mas interacionais, implodindo as noções de comunidade imaginada, Estado e nação, reordenando o ponto de vista para enxergar tais espaços a partir dos movimentos de suas diversas subjetividades em interação.

Capítulo 6, *Aquilo que sobra no tempo fluído*, o cineasta e mestre pela UFRJ, Humberto Giancristofaro, leva o leitor a conhecer como foi o processo da narrativa documental do filme *Aquilo que sobra* (2018), uma livre adaptação transmídia do livro *A montanha mágica*, de Thomas Mann. O texto trata não apenas de uma análise de sistemas narrativos, mas mais importante do que isso, a quem e para que serve contar uma história? Qual o tempo da narrativa? No sentido cru da palavra: a serviço de que e de quem contamos histórias.

Capítulo 7 - Ficção e Fotografia: imaginando a realidade, O professor doutor Cristiano Franco Burmester [PUC-SP] trava uma conversa temporal entre ficção e fotografia. A imagem contemporânea expõe um diverso conjunto de reconfigurações e mediações em que as questões apresentadas pelas imagens parecem propor o surgimento de um regime de imagem com novas formulações e experiências que, sob uma perspectiva purista, é indicativo de indefinições e incertezas em relação ao papel da fotografia na atualidade.

Capítulo 8 - Em busca do novo “tempo” para a narrativa televisiva, o doutor pela PUC-SP Stanley Teixeira mostra ao leitor que a medida que a vida cotidiana se acelera, a marcação do tempo de cada tarefa diária vai se tornando uma obsessão. Fenômeno semelhante aconteceu no século XX com a programação televisiva, que passou a ser utilizada como referência para as atividades sociais.

Entretanto, desde a invenção do vídeo cassete as pessoas buscam meios para se libertar do tempo imposto pela TV. Com a evolução dos computadores e a migração de muitos conteúdos audiovisuais para a web, a TV se encontra num momento de reinvenção para continuar sobrevivendo.

Capítulo 9 - *O tempo passa, o tempo voa e a poupança*, trava uma conversa com o leitor sobre tempo e tecnologia. Para isso, o mestre em design e tecnologia pela PUC-SP Eric Viana personifica o tempo na forma do ser-humano idoso, aquele que vivenciou e ainda vivência o avanço dessa entidade. Viana vai levando o leitor pelas mãos e mostrando que, nessa sociedade da era digital de alta velocidade e rotatividade, o idoso carrega o atestado, tanto físico quanto psicológico, da passagem do tempo.

Capítulo 10 - *O jornalismo na era das verdades fluidas*, os autores e mestrandos do TIDD/PUC-SP Alberto Freitas e Anselmo Penha discorrem sobre a multiplicidade de mídias – abertas a diversas possibilidades de organização e participação –, surgidas na esteira do rápido desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs), estabelecendo novos paradigmas para o fazer jornalístico no século XXI.

Capítulo 11 - *O poder do feminino no século XXI*, é uma discussão que permeia nosso tempo fluxo. Quando emerge uma nova tecnologia constatamos que ela é influenciada pelas mídias anteriores, que são reprocessadas e que possibilitam a produção de novas linguagens e novas estruturas narrativas. Esse processo é sempre o resultado da evolução de várias transformações tecnológicas que estão em contínuo desenvolvimento, nos explica a autora e doutoranda do TIDD Tamires Cardoso.

Capítulo 12 - *Valorização das imagens voláteis nas redes sociais*, escrito pela mestre pelo TIDD/PUC-SP Mariana Leonhardt Hallage, mostra que as imagens voláteis têm modificado radicalmente a forma dos sujeitos sociais se relacionarem e se expressarem culturalmente, diante da mediação que estabelecem

entre os agentes como, por exemplo, nas plataformas Snapchat e Instagram.

Capítulo 13 - *A dinâmica do planejamento estratégico digital nas Instituições de Ensino Superior*, mostra que as atuais transformações estão intimamente interconectadas, promovendo um novo ambiente educacional, levantando uma série de novos desafios aos seres humanos. É o que nos propõe o capítulo escrito pela mestre Amanda Vieira Ferrari Gasparin.

Capítulo 1

Arquiteturas recombinantes

Luciana Moherdaui

O futuro não é mais como era antigamente
Renato Russo

A ficção é agora realidade: *Blade Runner 2049* comprova que ficou para trás aquela sensação de algo impraticável tecnologicamente como abordado em *Tempos Modernos* (1936), *Fahrenheit 451* (1966), *2001 - Uma Odisseia no Espaço* (1968), *Blade Runner* (1982) *Johnny Mnemonic* (1995), *eXistenZ* (1999) e *Videodrome* (1999), entre outros. Os clássicos de Charlie Chaplin e François Truffaut anteciparam o comando por voz e vídeo em grandes telas finas e, conseqüentemente, estratégias de vigilância e controle, assim como fez Stanley Kubrick. Em *Johnny Mnemonic*, o diretor Robert Longo criou um ciborgue que transportava em seu cérebro um arquivo de 320 *gigabytes* com a cura para uma doença do ano 2021, a Síndrome do Enfraquecimento Neurológico (SEN).

O ciborgue também está presente nos roteiros de David Cronenberg. Em *eXistenz* (1999), um console de jogo, o *GamePode* conecta-se ao jogador por meio de um orifício acoplado a sua coluna vertebral e o transporta para um imaginário de confusões, cujo limite que separa o real do ciberespaço aparece inteiramente borrado, indefinido, e o espectador fica sem saber de que se trata de um filme dentro do game. Esse tema já havia sido explorado em

Videodrome (1983), mas delimitava a fantasia da realidade para fundi-los no corpo de um *videomaker*¹.

Essa interação entre máquinas e cérebro, que considera dispositivos conectados como parte do homem, coloca o ser humano como máquina social, pois depende de elementos exteriores para que possa existir como tal. Implica uma complementaridade não apenas com o homem que a fabrica, ela própria está em relação de alteridade com outras máquinas sociais (GUATARRI: 2008, p. 49-50).

Nesse sentido, essa máquina transforma-se em um corpo informacional na medida em que opera em relação a outra máquina, agrupando dados biológicos, sociológicos e econômicos, cujo algoritmo que a comanda, coloca em perspectiva uma nova estética.

Se os filmes de Longo e Cronenberg precipitaram a discussão sobre a ciborguização do homem, os *scripts* de Ridley Scott e Denis Villeneuve, nas duas versões de *Blade Runner*, fazem refletir sobre a desordem visual em cenários representativos de cidades inteligentes, embora distópicas, administradas por meio de base de dados e inteligência artificial, restritos, contudo, às novidades apregoadas nos períodos em que foram filmados.

Na primeira versão, de 1982, projetava uma Los Angeles em 2020, pré-*Web* - a parte multimídia da internet surgiu no início dos anos 1990, desenvolvida pelo engenheiro britânico Tim Berners-Lee -, dividida entre ciberespaço e real, com jornal de papel, tevê de tubo, sem aparelho celular, mas com ligações por comando de voz e vídeo e projeções baseadas em animações.

Já *Blade Runner 2049* mostra uma Los Angeles cuja conexão é ubíqua e o virtual não existe mais. As informações são distribuídas para dispositivos móveis e drones recolhem, processam e entregam dados. Nessa cidade idealizada por Denis Villeneuve, as relações se estabelecem por realidade aumentada, com hologramas que inserem camadas de informação no espaço urbano.

¹ Indivíduo que produz vídeos (artísticos, institucionais, publicitários etc.), com seus próprios recursos ou por encomenda de terceiros.

A Los Angeles *ultra high-tech*² apresentada nessa versão de *Blade Runner 2049*, veiculada em 2017, explora o extremo da vigilância, com rastreamento, coleta e cruzamento de informações em tempo real, pois na versão de 1982 não havia mecanismos tão precisos como os exibidos na versão de 2049, e os smartphones estão no centro dessa reprogramação. Lúcia Santaella relata no artigo, as *ambivalências das cidades inteligentes* (2016), que desde os anos 80, engenheiros e cientistas computacionais realizavam pesquisas para integrar a inteligência computacional em ambientes. Tais estudos pretendiam ir além do computador pessoal: “processadores pequenos e baratos e redes de sensores sem fio espalhariam o processamento pelo ambiente”.

A percepção dessa mudança se deu com mais intensidade, após o lançamento do *iPhone 3G* pela *Apple*, em 2008. Segundo Santaella (2010), a computação urbana e as mídias locativas, antes restritas a projetos experimentais de artistas ou militantes, se tornaram realidade para quaisquer cidadãos com smartphones. O relatório *Digital News Report 2017*, do Reuters Institute³, confirma que computadores de mesa já não têm mais proeminência.

Estima-se que mais de cinco bilhões de pessoas tenham *smartphones* em todo o mundo. Somente na China há mais de um bilhão com dispositivos móveis, de acordo com dados da empresa de consultoria GSMA divulgados no início de 2017. Na Índia, o total é de 730 milhões. Todos conectados à internet⁴.

No Brasil, o número de dispositivos móveis (*notebook*, *tablet* e *smartphone*) conectados supera a população: 280 milhões (1,4 dispositivo portátil por pessoa), segundo dados da 28ª Pesquisa

² Tecnologia super avançada.

³ Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org>>. Acesso 11.09.2017.

⁴ Para saber mais sobre o número de pessoas com smartphone no mundo, ver: <<http://bit.ly/2tjHHc7>>. Acesso out. 2017.

Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas⁵, da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP).

Portanto, conclui Santaella (2016), na medida em que os computadores passaram a se miniaturizar para ocupar espaços públicos e privados das cidades, a capacidade de processamento de informação foi distribuindo-se por todo o espaço urbano da vida cotidiana. É dessa constatação que parte o roteiro do diretor francês Francois Ferracci⁶ em *Lost Memories*, de 2012⁷.

A princípio, o roteiro de Ferracci parece ficção. Mas não é: trata-se de uma cidade informacional, representada na Praça Trocadéro⁸, na Paris de 2020, na qual a conexão é ubíqua e as interfaces se multiplicam no ar em forma de hologramas a partir de dispositivos móveis, até uma tempestade eletromagnética causada por uma câmera *Polaroid* destruir toda a base de dados digital⁹.

Essas interfaces se configuram e reconfiguram no espaço de fluxos, não mais em espaços fixos, pré-determinados, como ocorre, por exemplo, com a disposição dos painéis publicitários da *Times Square*¹⁰, em Nova York (EUA), negociados por valores que alcançam 2,5 milhões de dólares.

Em novembro de 2014, a *Google* foi a primeira empresa a pagar essa quantia por um anúncio que ocupou, por quatro semanas, uma tela de 23 x 100 metros, tão larga quanto um campo de futebol e com a altura de um edifício de oito andares. Localizada na fachada do hotel Marriott Marqui, foi vista, naquele ano, por 300 mil pessoas que circulam diariamente na Praça¹¹.

⁵ Pesquisa FGV-SP <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/19112>>

⁶ Com 14 anos de experiência na indústria cinematográfica e televisiva, Francois Ferracci é diretor de arte. Para saber mais, ver <<http://www.francoisferracci.com/#about>>. Acesso 11.09.2017.

⁷ Disponível em: <<https://vimeo.com/49425975>>. Acesso 11.09.2017.

⁸ Para saber mais sobre a Praça Trocadéro, ver <<https://goo.gl/kvG5BV>>. Acesso 11.09.2017.

⁹ O diretor tem em seu currículo vídeos dessa natureza. Ele lançou em 2015 a versão 2.0 de *Lost Memories* na qual relata a busca do protagonista pela namorada que ficou presa ao mundo analógico.

¹⁰ Para saber mais sobre *Times Square*, ver <<https://goo.gl/6wdgFV>>. Acesso 11.09.2017.

¹¹ <http://bit.ly/2yO7lpM>.

Essa cidade informacional descrita em *Lost Memories* deixa de ser um local, Castells (1999), diz que “não é uma forma, mas um processo, um processo caracterizado pelo predomínio estrutural do espaço de fluxos”, principal base da sociedade em rede, fundamentada em conhecimento, com processos descentralizados e empresas reorganizadas pela economia informacional¹². Por espaço de fluxos, o sociólogo espanhol define ser “a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos” (IBIDEM).

Castells entende os fluxos como “sequências intencionais, repetitivas e programáveis de interação entre posições fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômica, política e simbólica da sociedade”. É nesse espaço de fluxos definido pelo sociólogo espanhol que a arquitetura se redefine: “por meio do imaginário mundo das possibilidades ilimitadas que embasam a lógica da multimídia: a cultura do *surfing* eletrônico”. Essa apropriação torna possível “reinventar todas as formas em qualquer lugar” (IBIDEM).

Essa reinvenção de formas em qualquer lugar da qual trata Castells, é amplificada pela realidade aumentada, embora ainda não tão popularizada como a realidade virtual. A grosso modo, as intervenções em edifícios, prédios ou monumentos restringem-se a projeções programadas e, em alguns casos, dependem de autorização para serem reproduzidas.

A cidade informacional, segundo o raciocínio de Castells, não compreende somente o espaço de lugares¹³, nem tampouco apenas os não-lugares descritos pelo antropólogo francês Marc Augé (2012): “instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos)”.

¹² A economia global/informacional é organizada em torno de centros de controle e comando capazes de coordenar, inovar e gerenciar as atividades interligadas das redes de empresas. (CASTELLS: 1999).

¹³ Para Castells (1999, p. 512), a grande maioria das pessoas nas sociedades tradicionais, bem como nas desenvolvidas vive em lugares e, portanto, percebe seu espaço com base no lugar. Um lugar é um local cuja forma, função e significado são independentes dentro das fronteiras da contiguidade física.

Também não é a *City of Bits* (Cidades dos Bits, capital do século 21) pura, que foi idealizada na década de 1990 por William J. Mitchell, urbanista e ex-diretor do grupo de pesquisa *Smart Cities* do Laboratório de Mídia do Instituto de Tecnologia de Massachussets, uma *e-topia* ainda irrealizável, pensada no contexto do ciberespaço de William Gibson (1984). Michell chamou *e-topias* as “cidades eletronicamente servidas e globalmente ligadas” (1999).

A cidade informacional faz parte do espaço de fluxos, incluindo fluxos de poder, de capital, de informação, de tecnologia, de imagem, de sons e de símbolos, embora as pessoas ainda vivam em lugares: “os lugares não desaparecem, mas sua lógica e seu significado são absorvidos na rede”, e os fluxos “são a expressão dos processos que dominam nossa vida econômica, política e simbólica” (1999).

Se, como afirma Castells, o espaço de fluxos é a forma espacial predominante da sociedade em rede, e, nos próximos anos, a arquitetura e o design provavelmente serão redefinidos em sua forma, função, processo e valor (1999), os hologramas exibidos pelo diretor francês em *Lost Memories* impõem um problema crucial a ser tratado nas cidades contemporâneas: a superabundância de telas.

É verdade que a desordem visual abordada no curta-metragem não é completamente desconhecida: as duas versões de *Blade Runner*, 1982 e 2049, está presente no título do filme, e é a época que o filme se baseia, mas o ano dele é 2017, então vejo que tem que ser a data nesse caso, indicam a estética de uma arquitetura do espaço de fluxos, mesmo com programações visuais diversas (animações e hologramas, respectivamente). A primeira versão do clássico dirigido pelo diretor britânico Ridley Scott adiantava, embora pré-*WWW* (*World Wide Web*¹⁴), o conceito que Castells

¹⁴ A *World Wide Web*, a parte multimídia da internet, foi criada pelo engenheiro britânico Tim Berners-Lee no início dos anos 1990.

apresentou nos anos de 1990, apesar de aquela interface estar restrita à ficção.

O que há fora das telas do cinema é a exibição de painéis fixos em espaços determinados na *Times Square* e em outras localidades, como *Picadilly Circus*¹⁵ (Londres, Inglaterra) ou *Shibuya Crossing*¹⁶ (Tóquio, Japão). Esse panorama, não se pode ignorar, e reflete a tensão permanente entre os espaços liso (nômade, sem fronteiras definidas) e estriado (metrificado, com fronteiras definidas), conceitos estabelecidos pelos filósofos franceses Gilles Deleuze e Félix Guattari no volume 5 de *Mil Platôs – Capitalismo e esquizofrenia* (2007).

Uma proposta para reconfiguração da estética urbana a partir de dispositivos móveis foi feita por William J. Mitchell, em entrevista ao jornal *The Guardian*, em novembro de 2005¹⁷. Na proposta de Mitchell, os cartazes publicitários da Praça *Piccadilly Circus*, em Londres, tinham de ser programados com uma visão artística coerente para dar uma unidade e consistência estética à área. Ou seja, uma arquitetura dinâmica.

Para o ex-coordenador do grupo de pesquisa *Smart Cities*, do MIT, arquitetura dinâmica significa que as telas podem ser temáticas para mudar com as estações ou mesmo em diferentes momentos do dia. *Piccadilly Circus* poderia ser transformada em uma área de liberdade de expressão. Mas há nisso um porém: a ação ocorreria sempre do ponto de vista da programação do espaço estriado.

Tal raciocínio tem origem na constatação segundo a qual, não é coerente ainda supor uma cidade *digital pure*. Não passa de retórica enxergá-la a partir do significado de *smart city* explorado por empresas como IBM, Siemens ou Cisco: regulada por sistemas

¹⁵ Para saber mais sobre *Picadilly Circus*, ver <<https://goo.gl/UyZs6f>>. Acesso 11.09.2017.

¹⁶ Para saber mais sobre *Shibuya Crossing*, ver <<https://goo.gl/Udzzygz>>. Acesso 11.09.2017.

¹⁷ HARKIN, 2005.

completamente autônomos, espécie de cidade-robô, *open source* (*Living PlanIT's*¹⁸) e *open data* (*Masdar*¹⁹).

Pois o que publicitariamente se anuncia como *smart city* é, na realidade, um mecanismo inteligente de operação, como um sensor para ajustar níveis de iluminação ou a proposta de Mitchell para *Picadilly Circus*, cujo controle tecnológico (dados, códigos e conexão incluídos) é da administração do município (GREENFIELD, 2013).

É nesse espaço tensionado (DELEUZE; GUATTARI, 2007) que operará a arquitetura do espaço de fluxos. É preciso, porém, pensar a cidade a partir da perspectiva de projeções típicas de espaços lisos, nômades, sem delimitações, como as retratadas em *Lost Memories*. Segundo Lemos (2013), nesse sentido, talvez o mais correto hoje seja pensar em uma cidade mediada por dados, softwares e algoritmos.

Em *A Sociedade em Rede*, Castells (1999) afirma ser a arquitetura do espaço de fluxos um reflexo do pós-modernismo, pois: a arquitetura do pós-modernismo declara o fim de todos os sistemas de significados. Cria uma mistura de elementos que procura a harmonia formal por provocação estilística trans-histórica". Na opinião do sociólogo espanhol, o pós-modernismo expressa a suplantação de lugares no espaço de fluxos.

Nesse contexto, o desafio da arquitetura do espaço de fluxos é lidar com a superabundância de telas, reflexo da ubiquidade móvel e do fim da noção de ciberespaço, divisão entre real e virtual, decretada pelo autor do termo, William Gibson²⁰, em entrevista ao jornal *The Washington Post*, em 2007. De acordo com o raciocínio de Gibson, tudo é ciberespaço agora: "O que não nos importamos mais em chamar de ciberespaço está aqui, e aqueles momentos sem conectividade, cada vez mais raros, estão lá"²¹.

¹⁸ Para saber mais sobre *Living PlanIT's*, ver <<https://goo.gl/KPujcW>>. Acesso 14.11.2017.

¹⁹ Para saber mais sobre *Masdar*, ver <<https://goo.gl/fdwx9F>>. Acesso 14.11.2017.

²⁰ O termo ciberespaço foi cunhado por William Gibson no livro *Neuromancer*, em 1984.

²¹ GARREAU, 2007.

Processo irreversível, essa ubiquidade indica que "o real engole tudo e nos põe no centro de redes interconectadas acessíveis, literalmente, na palma da mão" (BEIGUELMAN: 2013), com o celular como "ponto de conexão permanente" (IBIDEM). E é o dispositivo móvel o projetor de interfaces informacionais que se transformam em "telas de diferentes portes e com novos recursos que remodelam e redefinem os espaços públicos e privados" (IBIDEM).

Portanto, essa reflexão vai além de uma questão meramente estética: é imperativo compreender também qual o impacto da desordem visual originada dessa nova configuração. Para isso, é fundamental refletir a respeito do impacto da ficção de *Lost Memories* na realidade urbana.

Para isso, é preciso extrapolar a ficção e ampliar a definição de telas urbanas, pois não se limitam mais a serem estriadas ou de grande porte. São agora telas efêmeras, sem tamanhos determinados, orientadas por realidade aumentada, ou realidade expandida, que insere camadas de informação no ambiente (BEIGUELMAN, 2016). Essas interfaces não mais se restringem a intervenções artísticas ou ativistas, como os trabalhos do coletivo alemão *Urban Screen*²², do *Ars Electronica (ZeitRaum)* no aeroporto de Viena²³, ou o da fachada do WZ-Hotel, em São Paulo, assinado pelo brasileiro Guto Requena²⁴.

A ideia de uma cidade flutuante, pensada a partir da arquitetura do espaço de fluxo e permeada de hologramas projetados por *smartphones* graças à realidade aumentada, não é algo mais restrito somente a roteiros de ficção ou a intervenções artísticas. É tecnologicamente possível. Apple (*AR Kit*)²⁵ e Google

²² Para saber mais sobre o *Urban Screen*, ver: <<https://goo.gl/pJjSis>>. Acesso 12.nov.2017.

²³ Para saber mais sobre o trabalho do *Ars Electronica*, ver: <<https://goo.gl/EgXEKV>>. Acesso 12.nov.2017.

²⁴ Para saber mais sobre a fachada interativa do WZ-Hotel, ver: <<https://goo.gl/ejzNfT>>. Acesso 12.nov.2017.

²⁵ Da Apple, a plataforma ARKit para o iOS 11. Ela permite que desenvolvedores criem objetos virtuais para colocá-los em ambientes reais através da câmera.

(ARCore)²⁶ desenvolvem projetos dessa natureza, porém ainda limitados a seus sistemas operacionais (*IOS* e *Android*), lógica de jardins murados.

Hoje as intervenções são específicas. E quando deixarem de ser? Não só a conexão é ubíqua, o smartphone tende a ser ubíquo também.

Já se sabe que o número desses dispositivos por pessoas tem aumentado em todo o mundo. Em *Move fast and break things - How Facebook, Google, and Amazon Cornered Culture and Undermined Democracy*, Jonathan Taplin, diretor do *Annenberg Innovation Lab*, da Universidade da Califórnia, estima que em 2020 o número desses dispositivos móveis conectados à internet chegará a 6 bilhões.

Também é de conhecimento que hoje 50% da população mundial vive em cidades. Em 2050, esse percentual chegará a 75. Porém, apenas 2% do território do planeta é ocupado por cidades, ou seja, um adensamento cada vez maior, com mais pessoas vivendo juntas²⁷.

Isso significa que inteligência e dados são importantes para administrar principalmente os espaços públicos. Essa nova camada de inteligência está sendo considerada uma nova eletrificação, pois tem valor semelhante ao da eletricidade, responsável pela modernização urbana²⁸.

Portanto, há que se saber se: haverá sobreposição ou inflexão de telas? Haverá limites para projeções? Haverá regulamentações? Haverá um padrão? Mecanismos semelhantes serão aplicados em localidades sem essa desordem visual, como a Praça *Trocadéro*, em Paris, o Pateo do Collegio, no centro histórico de São Paulo, ou a Esplanada dos Ministérios, em Brasília?

²⁶ Da Google, a plataforma ARCore para Android. Ela permite que desenvolvedores criem objetos virtuais para colocá-los em ambientes reais através da câmera.

²⁷ CIDADES INTELIGENTES. In: Expresso Futuro. Canal Futura, Nova York, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2galyHH>>. Acesso out. 2017.

²⁸ IBIDEM.

São perguntas cujas respostas são urgentes e contribuem para entender o funcionamento das cidades na sociedade informacional. É preciso pensar ainda de que maneira a arquitetura irá intervir nas paisagens midiáticas originadas por interfaces que se entrecruzarão, não limitadas por tempo e espaço, mas como uma espécie de mapa, "aberto, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente. Esse mapa pode ser rasgado, revertido, adaptar-se a montagens de qualquer natureza, ser preparado por um indivíduo, um grupo, uma formação social". (DELEUZE; GUATTARI, 2004).

Outra preocupação originada a partir de *Lost Memories* é sobre a interferência das interfaces informacionais nas estruturas e nas infraestruturas (inclusive tecnológicas) no espaço de fluxos, pois essa nova configuração aumentará a já superabundância de telas existentes em localidades como, por exemplo, a *Times Square*.

Logo, à elaboração de repertórios que ajudem a pensar soluções para o que tudo indica ser esse um dos principais problemas da arquitetura de fluxos, inclui observar: se as cidades estão preparadas para a ubiquidade móvel e para interfaces que se multiplicam no ar e quais implicações éticas, legais e estéticas surgem a partir dessa nova configuração.

Resolver essas interrogações dará ao campo da arquitetura contribuição absolutamente significativa, pois indicará mecanismos de intervenção e apontará como estéticas informacionais irão se compor nas cidades contemporâneas.

Capítulo 2

Contra fake news, educação

Pollyana Ferrari

“Nixon não é o único presidente que distorceu a verdade, que não a defendeu como merece (...). Nesses momentos, somos todos jornalistas. Acredito firmemente na liberdade de expressão e na imprensa livre. Acredito que o verdadeiro jornalismo é o melhor antídoto para esse termo horrível que questiona o que é verdadeiro e o que não é, o chamado fake news”.

Steven Spielberg

Para o historiador cultural americano, Robert Darnton, na “longa história de desinformação, a atual manifestação de notícias falsas já garantiu um lugar especial, com Kellyanne Conway, primeira mulher nomeada gerente de campanha de Donald Trump, que, em agosto de 2016, inventou um massacre no Kentucky para defender uma proibição aos viajantes de sete países muçulmanos.

A febre das *fake news*, ou mentiras, uma vez que notícias falsas não são notícias, têm feito bem ao jornalismo. Um consumidor que queria apenas vivenciar informações sem pensar, voltou-se para assinaturas de veículos com credibilidade. E por sua vez, as agências independentes de *fact-checking* ganharam papel de fiscais do discurso público na era da pós-verdade. “A interdependência é uma realidade moral”, explica Seidman. “É uma realidade na qual nós nos erguemos e caímos juntos: a grandes distâncias, afetamos profundamente uns aos outros de maneiras nunca vistas. Em um mundo como este, existe apenas uma estratégia para sobreviver e prosperar: forjar interdependências saudáveis, profundas e duradouras – nos nossos relacionamentos, nas nossas comunidades, entre negócios, entre

países –, de modo que possamos nos erguer, e não cair, juntos”, ensina Thomas Friedman, no “Obrigado pelo atraso, um guia otimista para sobreviver em um mundo cada vez mais veloz”.

Em outro trecho do livro, o autor se refere ao termo “mercado” para sintetizar o fenômeno da aceleração da globalização. Ou seja, “fluxos globais de comércio, finanças, crédito, redes sociais e conectividade tecem uma trama que mantém mercados, mídia, bancos centrais, companhias, escolas, comunidades e indivíduos mais estreitamente vinculados do que jamais estiveram. Os fluxos de informação e conhecimento resultantes desse processo estão tornando o mundo não apenas interconectado e hiperconectado, mas interdependente”. Eu acrescentaria que são governos sem povo, tudo virou fluxo. A multidão idealizada por Antonio Negri virou fluida na pós-verdade.

Como o experienciar é algo frugal, os consumidores não se preocupam com a veracidade do fato, até porque, na maioria das vezes, nem chegam a clicar na notícia se contentam apenas com o título. E como diz a criadora da primeira agência de fact-checking do Brasil, Cristina Tardáguila, diretora da Lupa, durante um TEDx, que ministrou em Florianópolis, no sul do Brasil, “precisamos montar um exército de checadores”, precisamos sair das bolhas, viver em estado constante de dúvida”. O surgimento de agências de fact-checking mostra que nada continua a ser como era antes: o livro não é mais o que era, o jornal não cessa de transformar seu processo editorial, a foto, o cinema e o vídeo se expandem até a perda de quaisquer fronteiras.

Os pesquisadores Brendan Nyhan e Jason Reifler analisam os efeitos democráticos das iniciativas de checagem no estudo *The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators*. Segundo eles, os *fact-checking* contribuem para a desconstrução do jornalismo declaratório, que segundo eles “é uma mudança, potencialmente, radical na forma como o jornalismo é praticado, com consequências significativas para a responsabilização política e do discurso democrático” (Nyhan & Reifler, p. 629).

A informação falsa disseminada na campanha pelo *Brexit* de que a permanência da Grã-Bretanha na União Europeia "custava 350 milhões de libras por semana aos cofres públicos" e que o dinheiro – após a eventual saída do bloco – seria destinado ao serviço público de saúde é outro exemplo de *fake news* que alterou um processo eleitoral, como ocorrido na eleição presidencial dos Estados. Para o jornalista e pesquisador Eugenio Bucci “falar em jornalismo é falar em vigilância do poder e, ao mesmo tempo, em prestação de informações relevantes para o público, segundo os direitos e necessidades do público (não do governo) ” (...) e acrescenta, “a liberdade de imprensa, a propósito, é um princípio assegurado não por eles, jornalistas, mas pela sociedade, que deles precisa para mediar a comunicação pública”.

Depois de mais de uma década de jornalismo declaratório, onde a busca pela informação rápida, comprovou a hipótese de que “a velocidade é um fetiche, no sentido marxista, segundo o qual o produto do trabalho, tão logo assume a forma de mercadoria, passa a ter ‘vida própria’, a valer por si, escondendo a relação social que lhe deu origem. No jornalismo, passa a ser o principal ‘valor notícia’: antes de tudo, importa chegar na frente do concorrente, e alimentar o sistema com dados novos, num *continuum* vertiginoso”, afirma (Moretzsohn, 2000) em sua tese de doutorado.

O Papa Francisco deixou uma mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais com o tema “A verdade vos tornará livres (Jo 8, 32). Fake news e o jornalismo de paz”. Leia abaixo alguns trechos da carta do Papa:

“No projeto de Deus, a comunicação humana é uma modalidade essencial para viver a comunhão. Imagem e semelhança do Criador, o ser humano é capaz de expressar e compartilhar o verdadeiro, o bom e o belo. É capaz de narrar a sua própria experiência e o mundo, construindo assim a memória e a compreensão dos acontecimentos. Mas, se orgulhosamente seguir o seu egoísmo, o homem pode usar de modo distorcido a própria faculdade de comunicar, como o atestam, já nos primórdios, os episódios

bíblicos dos irmãos Caim e Abel e da Torre de Babel (cf. Gn 4, 1-16; 11, 1-9). Sintoma típico de tal distorção é a alteração da verdade, tanto no plano individual como no coletivo. Se, pelo contrário, se mantiver fiel ao projeto de Deus, a comunicação torna-se lugar para exprimir a própria responsabilidade na busca da verdade e na construção do bem. Hoje, no contexto duma comunicação cada vez mais rápida e dentro dum sistema digital, assistimos ao fenómeno das «notícias falsas», as chamadas fake news: isto convida-nos a refletir, sugerindo-me dedicar esta Mensagem ao tema da verdade:

1. Que há de falso nas «notícias falsas»?

A expressão fake news é objeto de discussão e debate. Geralmente diz respeito à desinformação transmitida on-line ou nos mass-media tradicionais. Assim, a referida expressão alude a informações infundadas, baseadas em dados inexistentes ou distorcidos, tendentes a enganar e até manipular o destinatário. A sua divulgação pode visar objetivos prefixados, influenciar opções políticas e favorecer lucros económicos.

A eficácia das fake news fica-se a dever, em primeiro lugar, à sua natureza mimética, ou seja, à capacidade de se apresentar como plausíveis. Falsas, mas verosímeis, tais notícias são capciosas, no sentido que se mostram hábeis a capturar a atenção dos destinatários, apoiando-se sobre estereótipos e preconceitos generalizados no seio dum certo tecido social, explorando emoções imediatas e fáceis de suscitar como a ansiedade, o desprezo, a ira e a frustração. A sua difusão pode contar com um uso manipulador das redes sociais e das lógicas que subjazem ao seu funcionamento: assim os conteúdos, embora desprovidos de fundamento, ganham tal visibilidade que os próprios desmentidos categorizados dificilmente conseguem circunscrever os seus danos.

A dificuldade em desvendar e erradicar as fake news é devida também ao fato de as pessoas interagirem muitas vezes dentro de ambientes digitais homogêneos e impermeáveis a perspectivas e opiniões divergentes. Esta lógica da desinformação tem êxito, porque, em vez de haver um confronto sadio com outras fontes de informação (que poderia colocar positivamente em discussão os preconceitos e abrir para um diálogo construtivo), corre-se o risco de se tornar atores involuntários na difusão de opiniões tendenciosas e infundadas. O drama da desinformação é o descrédito do outro, a sua representação como inimigo, chegando-se a uma demonização que pode fomentar conflitos. Deste modo, as notícias falsas revelam a presença de

atitudes simultaneamente intolerantes e hipersensíveis, cujo único resultado é o risco de se dilatar a arrogância e o ódio. É a isto que leva, em última análise, a falsidade. (...)

«Quem mente a si mesmo e escuta as próprias mentiras, chega a pontos de já não poder distinguir a verdade dentro de si mesmo nem ao seu redor, e assim começa a deixar de ter estima de si mesmo e dos outros. Depois, dado que já não tem estima de ninguém, cessa também de amar, e então na falta de amor, para se sentir ocupado e distrair, abandona-se às paixões e aos prazeres triviais e, por culpa dos seus vícios, torna-se como uma besta; e tudo isso deriva do mentir contínuo aos outros e a si mesmo» (Os irmãos Karamazov, II, 2) ».

Estudo de caso *El País*

Numa rua tranquila, há duas quadras da movimentada Calle Alcala, em Madrid, está a redação do El País e a La Escuela de Periodismo¹, onde formam-se por ano, em média, 40 jornalistas oriundos do Máster de Periodismo²; ao todo são 22 meses de cursos práticos, muitos voltados a jornalismo de dados, e um ano de estágio remunerado na redação do jornal. Enquanto aguardava para ser recebida, em 04 de julho de 2017, pela redatora-chefe de Produção, Elsa Granda, me chama atenção no jornal impresso, disponível para os visitantes na recepção, a chamada:

"Por favor pare. Isso não é normal e está abaixo da dignidade do seu escritório ", escreveu um senador republicano na semana passada antes das erupções de Trump na rede social³", dizia a chamada da reportagem "El inquietante 'crescendo' de Donald Trump en Twitter"⁴. Interessante notar que o jornalista Nicolás Alonso, da redação de Washington, já mostra no corpo do seu texto a evidência da fake news ao dizer "Até o momento, não há evidências

¹ <<https://escuela.elpais.com/>>

² <<https://escuela.elpais.com/master-periodismo/>>

³ "Por favor para. Esto no es normal y está por debajo de la dignidad de tu cargo", escribió un senador republicano la semana pasada ante las erupciones de Trump en la red social". (versão da edição espanhola).

⁴ <https://internacional.elpais.com/internacional/2017/07/03/estados_unidos/1499105347_546981.html>

para verificar se isso aconteceu. No final de junho, Trump também trouxe ao Twitter acusações infundadas contra Obama por não agir contra a interferência russa no processo eleitoral⁵.

No celular olho a versão digital do maior jornal da Espanha que, em maio de 2017, bate recorde de audiência atingindo 18,7 milhões de usuários⁶, se consolidando como o periódico mais lido da Espanha. Seu concorrente El Mundo, fechou maio com 16.478 milhões de usuários, segundo pesquisa da comScore.

Elsa me recebe e subimos para uma visita. “Era uma redação muito tradicional até 2010, com móveis escuros, muita madeira nas paredes e recentemente modernizamos todo o edifício, trocamos cabeamento, as instalações ganharam novas cores, novos móveis – criamos espaços de convivência, montamos um grande estúdio de TV. Parece o escritório do Google”, diz Granda animada, enquanto caminha apresentando todas as seções do El País com seus produtos digitais, revistas, periódico em papel e “*brandent content*”.

A chefia fica em uma bancada oval num piso um pouco mais alto que os demais, e dali comanda-se a edição de todos os produtos, sejam eles em papel, blogs, redes sociais e vídeos. Segundo Felipe Oliveira, em sua tese de doutorado,⁷ “toda a edição é concentrada em ilha de trabalho localizada bem no centro da redação. Impresso e digital respeitam o mesmo processo. A exemplificar: quando um repórter trabalha na cobertura de determinado acontecimento, é ele o responsável pela produção da notícia para as duas versões”.

São 220 jornalistas espalhados por todo o mundo, entre contratados e colaboradores. Em Madrid umas 110 pessoas aproximadamente, sendo 30 dedicadas exclusivamente a versão impressa, diz Granda, reforçando seu gigantismo ao explicar que

⁵ “A día de hoy no hay pruebas que verifiquen que eso ocurrió. A finales de junio, Trump también llevó a Twitter acusaciones infundamentadas a Obama por no actuar contra la interferencia rusa en el proceso electoral” (texto original da versão espanhola).

⁶ <https://elpais.com/elpais/2017/06/30/actualidad/1498844792_007773.html>

⁷ Tese “A semiose da notícia em ambiente de crise movimentos em rede e mediação na semiosfera contemporânea” em <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5372>>

eles têm 4 edições diárias, reuniões de pauta que ocorrem às 9h, 12h30 e às 17h, e oficinas espalhadas pelo mundo: Washington DC, México, Nova Iorque, Brasil, Colômbia, além de correspondentes em todas as partes do mundo.

“Jornalismo é um organismo vivo, que aproveita qualquer evolução para se renovar e isso que está acontecendo agora com a discussão das fake news e do valor de um jornalismo com credibilidade”. Jornalismo sofreu muito nos últimos 20 anos, tentamos com conteúdo fechado e assinaturas para internet, depois com conteúdo aberto, que oferecemos agora.

São tentativas de manter o negócio, pois fazer jornalismo custa, mandar um jornalista para África, por exemplo, custa”, afirma Granda que aproveita para me contar um pouco da sua trajetória profissional, que nasce junto com a chegada da cobertura online ao jornal. Ela é praticamente fundadora, em 04 de maio de 1996, do El País na internet.

Comecei como estagiária e dois meses depois nascia nossa página na internet. Fez Máster em Jornalismo na França e logo que voltou já entrou como estagiária e não saiu mais. Também ministra aulas no Máster de jornalismo do El País. “Adoro a renovação que os jovens jornalistas nos trazem, aprendemos muito com eles. Trabalha em média 12 horas por dia. Metade da carreira de Granda foi na versão digital, metade na versão de papel, onde esteve na seção Nacional e Política. Atualmente chefia a seção de Produção, onde se produz o blog Hechos⁸, um espaço específico, como define Granda, “para educar a sociedade, explicar aos leitores como se vai construindo uma checagem, como se chega à verdade”. Para cuidar do espaço de fact-checking do jornal, ela conta com a jornalista Patricia Rodriguez Blanco, coordenadora do blog Hechos, desde seu lançamento em janeiro de 2017.

“El País sempre fez fact-checking, mas não havia um espaço dedicado para isso. Sempre existiram fake news, mas com o impulso

⁸ <<https://elpais.com/agr/hechos/a/>>

das redes sociais na atual era da pós-verdade, ganhou-se uma proporção gigantesca. No blog a narrativa é diferente, buscamos explicar para o leitor de onde surgiu aquela notícia falsa, como ela foi construída e como ela se espalhou na internet”, diz Blanco, que trabalha desde 2007 no jornal, com passagens pelas editorias Nacional e Internacional, antes de integrar a equipe da Produção. Para PEBORGH (2013), a gestão bem-sucedida dos recursos partilhados é essencial para estabelecer uma boa comunicação e um vínculo de confiança entre as partes, bem como uma visão comum de futuro. A escolha dos temas a serem checados – resultando numa postagem semanal aos domingos no blog – é uma tarefa conjunta de toda equipe de Produção e também pode vir de outras seções do periódico. Uma declaração de um político, um dado descontextualizado, um tuite, um vídeo viral na rede, uma fotografia falsa como essa sugerida para ser checada por Granda:

“Una foto hecha en Cádiz para ilustrar el falso asesinato de nueve niños en Acapulco”, pode ser pauta para o blog Hechos, que também pode ganhar edições extras durante a semana se o assunto não puder esperar o domingo. “Los cuerpos tienen fuertes golpes en la cara y en sus extremidades, que son signos de que primero fueron maltratados hasta la muerte y posteriormente arrojados al mar”. Así comienza una falsa información sobre el hallazgo de nueve cadáveres de niños en una playa de Acapulco (México). El bulo, difundido desde principios de junio por varios portales mexicanos y compartido por lectores asustados en Facebook, está ilustrado con una fotografía que muestra supuestamente los cuerpos de algunos de los menores. Pero la imagen está descontextualizada: fue tomada un año antes en Cádiz para retratar una *performance* que denunciaba la muerte de miles de refugiados en su intento de cruzar el mar Mediterráneo para llegar a Europa”, diz o lead explicativo, onde o contexto é fator fundamental na comprovação da fake news para o leitor em post⁹ de 02 de julho de 2017. “Fizemos um curso de

⁹ <https://elpais.com/elpais/2017/07/01/hechos/1498945332_080763.html>

busca avançada do Google e foi fundamental para aprendermos a detectar uma imagem falsa, por exemplo, como esta que originou essa fake news sobre a praia de Acapulco”, explica Granda.

“Gosto muito de mudar de seção, estar sempre alerta. O jornalismo teve que se reinventar nas últimas décadas com a chegada das redes sociais. Somos pioneiros na Espanha na criação de uma seção de Produção, uma iniciativa que busca a integração de seções e conteúdos nas diversas plataformas de mídia. Não é uma tarefa fácil, pois somos um jornal tradicional, cada seção com suas particularidades e nosso papel é integrá-las. Somos como um corpo estranho no meio da redação sugerindo vamos fazer isso, vamos criar tal coisa”.

Assim, por trás de todo texto, encontra-se o sistema da língua; no texto, corresponde-lhe tudo quanto é repetitivo e reproduzível, tudo quanto pode existir fora do texto. Porém, ao mesmo tempo, cada texto (em sua qualidade de enunciado) é individual, único e irreproduzível, sendo nisso que reside seu sentido (seu desígnio, aquele para o qual foi criado). É com isso que ele remete à verdade, ao verídico, ao bem, à beleza, à história. Em relação a esta função, tudo o que é repetitivo e reproduzível é da ordem do meio, do material. (Bakhtin, 1997, p. 331).

No jornal El País, por exemplo, é perceptível que o processo é muito mais intuitivo e fruto da larga experiência profissional de Grande, Blanco e toda equipe de produção, do que sistematizado, por exemplo, por um manual ou códigos de princípios.

“Esse momento do fact-checking me lembra o início do online, quando também éramos vistos como os “loucos” da redação”, diz Granda, que vai [como ensinava Bakhtin] achando sua linguagem de fact-checking no exercício diário do maior jornal espanhol, fundado em 04 de maio de 1976.

Capítulo 3

O design de experiência na sociedade hipermoderna

Amanda Porto

“Em inglês, a palavra design funciona como substantivo e também como verbo. Como substantivo significa entre outras coisas, propósito, plano, intenção, meta, esquema maligno, conspiração, forma, estrutura básica e todos esses outros significados estão relacionados a astúcia e a fraude. Na situação de verbo – to design – significa, entre outras coisas, tramar algo, simular, projetar, esquematizar, configurar, proceder de modo estratégico”.

Vilém Flusser

Como explicar essa desvalorização de todos os valores? Pelo fato de que, graças a palavra design, começamos a nos tornar conscientes de que toda a cultura é uma trapaça, de que somos trapaceados, e de que todo envolvimento com a cultura é uma espécie de autoengano. Pode-se afirmar que, quando se conseguiu superar a separação entre arte e técnica, abriu-se um horizonte dentro do qual podemos criar designs cada vez mais perfeitos, liberar-nos cada vez mais da nossa condição e viver de modo cada vez mais artificial (mais bonito). Mas o preço que pagamos por isso é a renúncia à verdade e à autenticidade. [...] A palavra design adquiriu a posição central que tem hoje no discurso cotidiano pois estamos começando (e provavelmente com razão) a perder fé na arte e na técnica como fonte de valores. Porque estamos começando a entrever o design que há por detrás delas. (FLUSSER, 2007, p. 185)

Criado por Gilles Lipovetsky, filósofo francês que estuda a sociedade pós-moderna, o termo hipermodernidade determina o estágio atual da sociedade humana, que se caracteriza como sendo estética em essência. Esse estado social em que nos encontramos difunde o ideal de vida estética numa escala de massas, onde considera-se o sentido etimológico de *aisthesis*, isto é, de sensação e de percepção, como algo que se desdobra numa estética.

O autor distingue duas formas de ética estética contemporânea. Uma remete ao divertimento, mencionado acima, onde consumo em massa e atividades lúdicas sem memória, mas que ocupam tempo, tendem à novidade pela novidade, ou a ética de estética *kitsch*¹, mencionada pelo autor, onde a arte de ser feliz, supervalorizada, surge de forma fácil, imediata, por meio de um consumo fragmentado. A outra ética estética se traduz em experiências de prazeres mais controlados, seletivos e raros, onde as buscas hedonistas têm uma qualidade sensitiva e emocional. Uma não exclui a outra. Em ambas as situações, o tempo é um fator preponderante.

A sociedade hipermoderna sofre com os resquícios da vida dita moderna, que naturalmente são parte da transição de um estágio para outro. Quanto mais a sociedade se impõe às pressões da modernidade, caracterizada pela racionalidade (ex.: Movimento Bauhaus), mas se exprime a necessidade de desaceleração do ritmo de vida a fim de poder desfrutar melhor dos prazeres da existência. Como fala o autor “Não ter pressa’ para ‘habitar o tempo’: a estética da lentidão se tornou uma exigência para reequilibrar os modos da existência, avançar no caminho de uma maior qualidade de vida” (LIPOVETSKY, 2015, p. 417). Em São Paulo, por exemplo, há um movimento chamado *SlowKids* que trata de questões relacionadas à infância com base na desaceleração da vida e em um contato maior com a natureza e com o pensamento sustentável.

¹ É caracterizado pelo exagero sentimentalista, melodramático ou sensacionalista, se faz uso de estereótipos e chavões.

Já a estética da velocidade e do imediatismo pode ser conferida em postagens reativas nas redes sociais, na instantaneidade dos *chats* e nas notificações que “pipocam” nas telas de um celular, para ficar no âmbito do uso da tecnologia no consumo da comunicação e da informação, objeto deste artigo. Para este caso, Manuel Castells (1999), sociólogo espanhol, afirma que o tempo linear, irreversível, mensurável e previsível foi fragmentado pela sociedade em rede, ou melhor, pela sociedade hipermoderna em rede. No entanto, não se trata apenas de uma relativização do tempo. Para o autor, a transformação é profunda, pois é a mistura de tempos onde se cria um universo eterno que não se expande sozinho, mas que se mantém sozinho, aleatório e invasor: um tempo perene, que se utiliza da tecnologia para fugir dos contextos de sua existência e para se apropriar, de maneira seletiva, de qualquer valor que cada contexto possa oferecer ao “presente eterno”.

O *Facebook*, só para citar um exemplo do que trata Castells, acumula 1.4 bilhão de usuários (Statistics Brain, 2017), que passam, cada um, em média, mais de 15 horas por mês conectado ao serviço. A plataforma de Mark Zuckerberg tem acesso a um dos recursos mais escassos do planeta Terra na atualidade: a atenção de muita gente.

A ambiguidade aqui está na estética contra estética, na estética de uma existência qualitativa e rica, em contrapartida à estética compulsiva do consumo, como afirma Lipovsky (2015). A realidade é que dentro dessa dualidade, o indivíduo hipermoderno deseja e procura “sentir-se bem” não apenas em casa, mas no trabalho ou em qualquer lugar, experienciando e valorizando as atividades hedonistas. Nesse sentido, o autor afirma também que a economia é preponderante na promoção de um ideal de vida estético, por meio das artes de consumo de massa, caracterizada também por outra expressão que ele chama de “capitalismo artista”. Esse termo encontra sua “legitimidade na realização de uma vida bela, sinônimo de vida livre sob o signo de uma ética da realização pessoal” (LIPOVETSKY, 2015, p. 419). Portanto, para o autor, essa

ambiguidade (consumo fragmentado *versus* vida livre) vem do fato de que a vida estética, tal como o capitalismo artista a concebeu, liga intimamente esse ideal de existência à uma cultura consumista. Contudo, não se pode aprisioná-la nos limites das satisfações proporcionadas pelo consumo de forma exclusiva, que obviamente exprime uma visão pobre da vida estética. A vida bela e boa que a sociedade almeja requer outros valores e objetivos que o consumo por si só não propicia.

Um desenvolvimento humano saudável, segundo o filósofo estadunidense John Dewey (1934), depende da capacidade do indivíduo de integrar sucessivas experiências. Isso exige que situações que façam sentido para o indivíduo possam ter uma experiência gratificante. Entretanto, nem todos os encontros ou interações entre os indivíduos e o ambiente resultam em uma experiência. Uma experiência precisa ter uma coerência narrativa que “carrega consigo a própria qualidade individualizante e autossuficiência” (p.50). No caso desse artigo, um discurso sobre a experiência e sua relação com o design é principalmente um discurso sobre a interação do indivíduo hipermoderno e seus produtos, materiais ou imateriais, que são concebidos, planejados e consumidos por ele, contemplado assim como um *co-producers*, como já mencionado por Vilém Flusser, filósofo tcheco naturalizado brasileiro, em um de seus ensaios (2007).

Na estetização do mundo, festejada por Lipovetsky, toda uma categoria de design se separa assim do seu antigo posicionamento racional, e proclama seu novo estatuto narrativo. O design não traduz unicamente a função objetiva e neutra dos objetos, mas, por meio destes, um universo de sentidos que nos fala e nos emociona.

O capitalismo artista, de Gilles Lipovetsky, distingue-se tanto pela artealização em grande escala da oferta quanto por um consumo estetizado em espiral. Vê-se no capitalismo artista, um consumidor cada vez mais ávido por design, *gadgets*, jogos, modas, decoração de interiores, mas também por produtos cosméticos, spas, cirurgia estética, e assim por diante.

A estetização da experiência

Em um artigo publicado na Harvard Business Review, Joseph Pine e John Gilmore (1998) defendem a economia da experiência. De acordo com os autores, as corporações que procuram o futuro não produzem produtos para fornecer (algo) simplesmente, mas usam produtos (imaterial) como um estágio e produtos (material) como adereços para criar "experiências" que são tão estimulantes quanto memoráveis. Um dos princípios do design de experiência que os autores identificam para a criação de uma boa experiência acima de tudo, envolvem todos os cinco sentidos. O design sensorial é um fator primordial no consumo de experiências pois responde pela imersão e sinestesia do indivíduo.

Um exemplo particularmente emblemático de design citado por Lipovetsky na história do *design* sensorial é o proporcionado pela Apple, onde houve o casamento da tecnologia de ponta com o design e da performance com o lúdico. O setor de concepção gráfica e ergonômica sempre teve a prioridade na empresa. A união da informática com a elegância, da tela com o gestual, e da mobilidade com o tátil, geraram um universo transestético em que fãs da Apple se diferenciam dos usuários comuns pelo sentimento de pertencer a uma comunidade em que o computador não é apenas uma máquina, mas uma cultura, um estilo de vida.

Em um artigo intitulado “Hiperestesia, ou, A Lógica Sensual do Capitalismo Tardio” (2004), o autor David Howes descreve esse tipo de experiência sinestésica como uma maneira de estimular os sentidos evocando uma forma de interação essencialmente pré-verbal (MERLEAU-PONTY, 1962). O design desses atributos sensíveis é descrito pelo autor como uma “hiperestesia” da sociedade de consumo. A adoção do termo, expõe as amarras existentes entre a estetização dos produtos em função de uma cultura de consumo.

Empresas de tecnologia do Vale do Silício também começaram a identificar a área de concepção gráfica e ergonômica, ou melhor, a área do *design* de experiência (outros nomes: experiência do usuário, design de interação, fatores humanos, etc.), como uma etapa formal e autônoma no processo de criação de um produto material ou imaterial. Anteriormente, a concepção era responsabilidade dos próprios programadores ou engenheiros, outra pista da mudança de cultura dentro das corporações para um alinhamento com a realidade de consumo do indivíduo hipermoderno. Com o tempo, o *design* passa a ser vital no processo, revolucionando o modo como o produto é feito.

Falar de um tipo de processo de construção de um meio tecnológico, é conhecer profundamente o seu usuário e entender quais são os contextos que ligam o público ao projeto como um todo. Marc Hassenzahl (2010) afirma que as experiências do público com sistemas (imaterial), feitas exclusivamente por meio de uma mediação tecnológica (material), são mais importantes para o processo de criação do sistema, do que o sistema ou a usabilidade em si. De acordo com o autor, a experiência mediada pelo sistema pode ser dividida em duas partes.

A primeira parte trata-se do exato momento em que uma pessoa interage com o meio tecnológico, e onde ela fica completamente absorvida pela tarefa de desvendar do que se trata e de como funciona o produto, explorando-o por meio do toque, do uso, da navegação e do *design*. Nesse momento, a estética da interação se torna preponderante, ou seja, a beleza e a eficiência implícita na interação com o sistema são o que conta. A segunda parte trata da consciência de uso do produto somada à estética da interação resultando numa experiência única e individual. Cognitivamente, uma narrativa com começo, meio e fim é construída gerando uma verdade ou uma percepção sobre o produto. Portanto, uma memória, significativa ou não, é registrada pelo usuário.

É dessa forma que o *designer* passa a ser um contador de histórias, o mesmo deve aderir à competência de ressaltar o que é importante. O protagonista da história é a experiência resultante da interação da pessoa com o produto, e não o sistema em si. Hassenzahl (2014) também afirma que esse é o desafio que *designers* e fornecedores de produtos interativos enfrentam: o *design* da experiência ou a experiência do usuário não é sobre um bom desenho industrial, ou sobre ser tátil ou sobre um *design* atraente de interfaces. O *design* da experiência trata de transcender o material. É sobre a criação de uma experiência através de um dispositivo.

A satisfação e o prazer fazem com que a experiência valha a pena, ou seja, no final ela será absorvida pelo usuário. O divertimento também precisa estar atrelado à essa satisfação, mas sempre conectado por um sentido. Os aspectos subjetivos reforçam o fato de que, a otimização da eficácia e da eficiência do sistema não servem como objetivos em si para a concepção de sistemas. Hassenzahl (2003) desenvolveu uma metodologia de concepção de produtos, onde é possível unir as perspectivas do usuário com as dos profissionais envolvidos na concepção. No caso do usuário, a experiência é a consequência desses atributos somados ao contexto em que o produto é utilizado. Os atributos, de acordo com o autor, podem ser agrupados em quatro categorias principais: manipulação, identificação, estímulo e evocação. A manipulação, por exemplo, reside no fato de que a função é usada para cumprir metas comportamentais dadas externamente ou geradas internamente. Já os atributos subjetivos como o estímulo, a identificação e a evocação, estão relacionados com o bem-estar psicológico do usuário em relação ao produto, e que pode ser exemplificado por meio de qualidades como: ‘excelente’, ‘impressionante’, ‘emocionante’. Compreender a especificidade de cada um desses aspectos pode ajudar no *design* da experiência.

O estímulo serve aos indivíduos que buscam um aprimoramento de suas habilidades, por meio do uso de produtos.

Nesse sentido, o produto precisa ser estimulante, fornecendo novas impressões, oportunidades e *insights*². O estímulo fornecido pelo conteúdo, apresentação ou estilo de interação do produto ajuda indiretamente na sensação de realização. A identificação caracteriza-se pela expressão dos usuários por meio de outros objetos (PRENTICE, 1987). Esse aspecto é inteiramente social. Os usuários querem ser vistos de maneiras específicas, além de desejarem ser socialmente reconhecidos e exercerem algum tipo de influência sobre os outros. A categoria também está apoiada pela expressão de ideias e pensamentos de um usuário e pela possibilidade de compartilhá-las. E por fim, a evocação caracteriza-se por produtos que podem ser capazes de se transformar em memórias. Neste caso, o produto representa eventos passados, relacionamentos ou pensamentos que são importantes para o indivíduo.

O processo criativo de construção de um sistema é planejado para identificar e ressaltar, dentre os hábitos de vida e de consumo do público, as experiências comportamentais que dariam sentido ao desenvolvimento do projeto em si, servindo também de justificativa para uma mediação tecnológica entre usuários e conteúdo. Tom Chatfield (2012), teórico britânico afirma que se quisermos conviver com a tecnologia da melhor forma possível, precisamos reconhecer que o que importa, acima de tudo, não são os dispositivos individuais que utilizamos, mas as experiências humanas que eles são capazes de criar. As mídias digitais são tecnologias da mente e da experiência. Se quisermos prosperar junto a elas, a primeira lição que devemos aprender é que só podemos ter esperança de compreendê-las de uma forma construtiva falando não da tecnologia de modo abstrato, mas das experiências geradas por meio delas.

Howes (2004) cita o caso do *designer* Raymond Loewy, considerado o pai do *design* industrial nos Estados Unidos. Lowey estava atento à importância da estimulação tátil desde 1951 quando

² Clareza súbita na mente, no intelecto de um indivíduo.

escreveu sua autobiografia. A visão do *designer* foi confirmada pela rápida expansão da pesquisa de "fatores humanos" dentro do campo do *design* industrial. A preocupação inicial era com os problemas de usabilidade (eficácia, eficiência, segurança, capacidade de aprendizado, adaptabilidade), mas os mesmos agora estão cada vez mais preocupados com a geração de afetividade ou com o prazer gerado pelo uso de produtos (GREEN & JORDAN, 2002). De fato, investindo no subjetivo, nas preferências sensoriais do consumidor e na criação de "interfaces" atraentes, o novo processo de desenvolvimento de produtos materiais ou imateriais, passa a ter uma precedência sobre os princípios do *design* convencional.

Um novo entendimento do *design* tomou forma também para a autora Virginia Postrel. Em seu livro "*The Substance of Style*" (2003), há um entendimento de que todas as formas com qualidades visuais e táteis (cor e forma) afetam os sentimentos das pessoas e, conseqüentemente, as avaliações dos produtos que carregam essas formas. Em lugar de julgamentos como "este é um bom *design*" (a preservação do *designer* ou da experiência racional), agora a resposta desejada é "eu gosto disso" (a preservação do consumidor ou do prazer pessoal).

Para o autor, as propriedades sensoriais dos produtos são *commodities* que se multiplicam dramaticamente, mas a lógica cultural (ao contrário do pessoal) por detrás desse processo criativo não deve ser ignorada. Postrel, por exemplo, afirma que o imperativo estético se reduz a uma luva de veludo, que impõe o imperativo de consumir. Howes justifica com essa afirmação o crescimento da pesquisa de fatores humanos e de outros processos criativos, que envolvem a descoberta da "beleza da interação" (OVERBEEKE, 2002).

Já Lipovetsky (2015) vai um pouco além ao confirmar que, apesar da orientação emocional do *design* e da descontinuidade que esse ostenta em relação ao passado, ainda é a razão instrumental e performática que triunfa e avança sobre novos campos, a saber, o aspecto sensorial dos produtos. Para o autor, o que se apresenta

como instrumento do reencantamento estético da experiência aparece sobretudo como um dispositivo que exacerba a obra de racionalização do mundo.

Por outro lado, o grande interesse no *design* de experiência, que atualmente abrange tanto prática quanto pesquisa, não é acidental. Para Marc Hassenzahl (2006), o estado da arte da máquina (gráficos, sons, redes, miniaturização, etc.) leva em conta mais do que a sua mera funcionalidade. Ao mesmo tempo, o crescimento e a modificação da base de usuários desloca os parâmetros da exigência de produtos interativos. Uma perspectiva séria do *design* de experiência considera essas mudanças. O foco não está novamente só nos aspectos funcionais, mas também nos aspectos positivos, experienciais e emocionais, e é dirigido por companhias que estão sensíveis à modificação dos seus negócios, por *designers* que apreciam novas oportunidades no meio, e por uma comunidade científica que mostra interesse renovado no sistema afetivo e na sua interação com a cognição.

Os aspectos positivos da tecnologia representam um aspecto igualmente sedutor dentro dessa nova demanda de produtos, que refletem uma tendência na psicologia que Seligman e Csikszentmihalyi (2000) defendem como uma psicologia no tratamento das forças humanas, e na promoção do bem-estar ao invés da elevação da fraqueza humana e da cura solitária (Kahneman et al., 1999). Para Hassenzahl, o *design* de experiência no sentido de uma interação humano-máquina (HCI) positiva cria experiências de qualidade. De certo modo, isso coloca em dúvida a suposição do HCI tradicional, que compara a alta qualidade de uma tecnologia com a ausência dos seus problemas. Isto pode ser análogo à noção de que a ausência de doenças se iguala à saúde perfeita. No entanto, a importância e a preocupação com o bem-estar das pessoas, não necessariamente equivalem à ausência de doenças. Do ponto de vista de Hassenzahl, um dos objetivos principais da interação humano-máquina é a de contribuir para a qualidade de

vida, projetado para o prazer ao invés da ausência da dor. O *design* de experiência reflete exatamente esta ideia.

A estetização na era do capitalismo “artista”, “tardio” e “24/7”

Howes (2004), afirma que a ligação do consumo com a auto realização (ou estetização da vida) pode ser traduzida na sedução dos sentidos (que nas palavras do próprio autor trata-se da hiperesstesia) do indivíduo pelo capitalismo, que tem sempre como interesse maior a valorização do capital. Numa alusão ao termo projetado por Fredric Jameson, a mudança de estilo na lógica do capitalismo tardio consiste na desvalorização eminente da disciplina, do trabalho, e da moderação e, em contrapartida, a valorização da auto realização, da compra por impulso e pelo consumo desenfreado. Citando Bauman (1983), o autor afirma que o motivo que provocou essa mudança de atitude na sociedade, foi o consumidor em busca de um novo estilo de vida que permitisse o seu próprio enaltecimento dentro de um universo tomado antes por bens.

O capitalismo tardio (fase III do capitalismo), de acordo com Ernest Mandel (1985), mostra os rumos do atual estágio do sistema capitalista, batizado comumente de globalização. Jameson, autor do “A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio” (1991), entende que esse capitalismo multinacional marca a apoteose de um sistema, e a expansão global da *forma* da mercadoria. Desse modo, o capitalismo atinge lugares que não tinham sido explorados como a natureza (através da destruição de formas antigas de produção agrícola) ou o inconsciente atingido pela mídia e pela propaganda. É possível traçar um paralelo com o capitalismo artista de Gilles Lipovetsky que é estético, porque mexe com emoções e percepção, ou com o inconsciente. Essa motivação econômica, democratiza a criação e interfere na forma estética do próprio produto servindo a ele mesmo como propaganda e mídia.

Ainda que a definição de capitalismo tardio permeie aparentemente o universo econômico, Jameson também afirma que “a pós-modernidade inaugura o deslocamento da experiência do tempo para o espaço”. Segundo ele, “com a hegemonia do capital financeiro, espaço abole o tempo” (2011). A partir dessa constatação, surge o desafio de pensar como é essa “nova temporalidade em função do espaço”.

Jonathan Crary, em seu livro “24/7” (2016), afirma que uma modernidade cada vez mais acelerada e hiperconectada (pós-modernidade), apresenta redes ininterruptas de produção e comunicação que dependem cada vez mais de máquinas. Portanto, o capitalismo aumenta o tempo produtivo da atividade humana até o seu limite, havendo apenas uma barreira a se perfurar: o sono. O autor afirma que nós estamos constantemente interagindo, comunicando, reagindo ou processando através de algum meio e isso causa a perda paulatina das referências sensitivas e perceptivas, como a capacidade de concentração e de devaneio. Novamente, cai-se no paradoxo do tempo que também caracteriza a obra o autor.

Para ele, indivíduos saturados pelo volume de mensagens e estímulos são forçados a lidar permanentemente com a escolha entre quais mensagens ignorar - ou não. Passa-se a “premiar” o que melhor nos atende (momento, necessidades e expectativas), por mais efêmero e imperceptível que isso seja. Como as novas tecnologias são determinantes para a configuração da nossa relação com o tempo, o autor se refere a uma retificação completa de todas as esferas da vida social e orgânica. Nesse sentido, o economista estadunidense Herbert Simon (1916-2001), foi o primeiro a descrever a economia da atenção na década de 1970 onde a “riqueza de informação cria pobreza de atenção, e com ela a necessidade de alocar a atenção de maneira eficiente em meio à abundância de fontes de informação disponíveis”.

Crary também afirma que a dinâmica da vida social, se reconfigurou com o advento em massa das redes sociais e dos produtos que dão acesso a elas. A velocidade com que as informações

chegam podem criar transtornos psicopatológicos – a ansiedade como maior exemplo – que caracterizam a necessidade de constante atualização e simultaneidade. Crary chega a insistir numa possível violência simbólica que estas atualizações e rotinas programáticas causam num indivíduo considerado antiquado.

Na essência, essas relações se conformam cada vez mais em uma padronização e sincronização em massa de temporalidade e memória, causando perda de identidade e de singularidades subjetivas. A consequência da colonização sistêmica da experiência individual é, nas palavras de Crary, um dano psíquico generalizado.

Assim como Jameson, Crary observa que no capitalismo 24/7, as brechas no espaço-tempo (brechas essas que servem para que o indivíduo respire em momentos de liberdade parcial), tendem a desaparecer exponencialmente, já que estaríamos mergulhados numa lógica de financeirização e consumo capaz de interpenetrar no sistema de comportamentos mais banais do ser social. O cotidiano pós-moderno regula experiências reflexivas da consciência até o ponto de metamorfosear a natureza dos hábitos individuais e subjetivos.

David Harvey (2001), geógrafo britânico, também trata da compressão espaço-tempo ao afirmar que no capitalismo tardio, volatilidade e velocidade passam a marcar a vida social. Ele se refere à compressão espaço-tempo para indicar processos, que obrigam as pessoas a lidar com “a descartabilidade, a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea”, e fazem da volatilidade uma máxima que se espalha do universo do trabalho para a cultura (RODRIGUES, 2010)

As redes sociais, de acordo com Lipovetsky (2015), também foram responsáveis pela confusão dos papéis desempenhados pelos internautas, que são ao mesmo tempo produtores e consumidores de conteúdo. Nas mídias sociais, cada qual é consumidor dos dados fornecidos pelos outros, ao mesmo tempo em que é produtor do seu “perfil”. Para o autor, o retrato do indivíduo hipermoderno construído por ele mesmo não se forma mais por meio de uma

introspecção excepcional e de longo fôlego. Pelo contrário, ele se firma como um modo de vida banalizado, apresentando uma compulsão em comunicar cada momento, mas também como marketing de si, cada qual procurando valorizar o seu perfil e encontrando uma gratificação na aprovação de si mesmo pelos outros. O perfil traduz uma espécie de estética de si, com uma validade cada vez mais efêmera devido às constantes atualizações. Portanto, o hedonismo individualista não é sinônimo de consumismo: ele coincide também com a vontade de realizar algo pessoal, inteiramente escolhido, um mundo que se pareça comigo e corresponda à minha subjetividade.

O *feed* de notícias do Facebook apresenta um fluxo de dados constante, que permite que os usuários compartilhem qualquer tipo de informação, seja ela um vídeo, uma foto ou uma letra de música (MARCHI, 2012). Assim como na página do “perfil”, no *feed* de notícias, as imagens estão em destaque e ocupam boa parte do espaço dedicado à página. O tamanho das imagens veiculadas na página inicial aumentaram três vezes de tamanho desde a última atualização do *website*. Esse tipo de mudança no design da página contribui para a intensidade do volume de dados dentro da plataforma. Garante também o acesso a uma grande quantidade de informações, em um curto espaço de tempo.

O medo de perder alguma informação (tradução do autor para *Fear of Missing Out*) ou FoMO foi citado pela primeira vez em 2000 por Dan Herman, e definido anos depois por Andrew Przybylski e Patrick McGinnis como o medo de que outras pessoas tenham boas experiências que você não teve. Esse receio motiva o usuário ou o indivíduo hipermoderno a ficar sempre conectado para saber de tudo, e compartilhar novidades com os outros. O FoMO é um comportamento que identifica a angústia trazida pela insegurança de se viver off-line.

Atualmente, ficamos conectados ao mundo virtual 24/7, como fala Crary, permitindo a realização dos mais diversos tipos de atividades, sem restrições de horário e localização, o que instiga

ainda mais o uso de outras características do universo do *Facebook*, como o botão “curtir”. Lipovetsky afirma que, o importante não é mais a ideologia ou a posição na escala social do usuário, mas o reativo, a apreciativo e a estética, que aparecem como pólos privilegiados da expressão de sua identidade hiperindividualista. No estado atual, é por meus gostos, reações emocionais e juízos apreciativos que melhor explico uma identidade singular, e é isso que me posiciona perante os outros: sou aquele que curte isto, que não curte aquilo. É uma identidade de tipo estético, emocional e passageira, que triunfa no *Facebook*.

Christopher Cox, vice-presidente de produtos do *Facebook*, comparou (2011) o *design* do *Facebook* com o *design* de um ambiente real: “Você pode construir um local com janelas incríveis, ou arcadas realmente lindas, mas isso não significa que as pessoas vão querer sentar nesses locais e ficar por lá”. E completa: “O problema ou desafio que enfrentamos ao criar produtos online é que a invisibilidade das tarefas é o que as faz confortáveis para as pessoas”. A característica da invisibilidade pode ser interpretada como uma justificativa plausível para as mudanças visuais sofridas pelo *Facebook* ao longo do tempo, feitas de forma econômica e sempre acompanhadas de novas funcionalidades. Por outro lado, a invisibilidade pode remeter a um engessamento do *design*, se consideradas questões de performance ou de simplicidade na execução de várias tarefas.

Hossein Derakhshan, blogueiro iraniano e crítico feroz do *Facebook* afirma: “quando eu entro no Facebook, minha televisão pessoal começa. Tudo o que eu preciso fazer é percorrer as opções: novas fotos de perfil dos amigos, pequenos extratos de opinião sobre assuntos da atualidade, links para novas histórias com informações breves, publicidade e, claro, vídeos de auto reprodução. Eu cliço às vezes nos botões de curtir e de compartilhar, leio os comentários das pessoas ou deixo um, ou abro um artigo. Mas fico no Facebook, e ele continua a transmitir o que pode ser que eu goste”. Para o blogueiro, esse não é o futuro da *web*.

Em janeiro de 2018, Mark Zuckerberg anunciou uma grande revisão no algoritmo do *feed* de notícias que tem por objetivo priorizar as interações sociais realmente significativas para o usuário, uma semana depois de se comprometer a tornar o tempo gasto no *Facebook*, um tempo bem gasto. Ao mesmo tempo em que Zuckerberg põe em alerta as corporações, valorizando as publicações de familiares, amigos e as do próprio usuário, uma mudança como essa, promovida pelo empresário reitera a procura pelo “sentir-se bem” seja em casa, no trabalho ou em ambientes virtuais sociais. Nesse sentido, a economia é preponderante na promoção de um ideal de vida estético, por meio das artes de consumo de massa, em detrimento de uma mídia explorada de forma tradicional dentro de outra mídia hipermoderna (paradoxo entre modernidade e a pós-modernidade), ainda que seu propósito final sirva ao próprio *Facebook* e aos seus acionistas.

Depois de um punhado de ex-membros do *Facebook* começar a falar sobre a natureza viciante das redes sociais, e do seu impacto deletério sobre a sociedade, a empresa reconheceu pela primeira vez em dezembro de 2017 que o consumo passivo de mídias sociais pode prejudicar a saúde mental dos usuários.

Box:

Conversa entre autoras Pollyana Ferrari e Amanda Porto sobre design da experiência num tempo veloz

Pollyana Ferrari: Como surgiu essa preocupação com a experiência do usuário? Na web 2.0 o design de websites estava pautado no peso das páginas, na usabilidade do sistema e nos cliques necessários para chegar ao objetivo final.

Amanda Porto de Oliveira, que defendeu a dissertação de mestrado Uma Visão Semiótica da Experiência do Usuário. Disponível em <https://drive.google.com/open?id=oBwyLfaitPuQbEdpV1ZuOWNDaldPaHdoVmcyQ3laY2Z5QIRn>

A necessidade de um estudo ergonômico dos computadores sempre existiu. Basta lembrarmos dos mainframes ou do Memex, o primeiro “microcomputador” que tinha o formato de uma escrivaninha. E se pensarmos interfaces, desde os anos 70 já tínhamos disponíveis para o grande público alguns computadores Apple e IBM. No entanto, é durante a ascensão da Web 2.0 que uma preocupação com essas experiências começa a surgir. A criação de websites passa a abranger novas práticas e métodos avaliativos que colaboram com o aprimoramento de uma estética interativa e visual, pareando tanto função, quanto usabilidade, dentre outros aspectos objetivos. Essa mudança crítica na concepção de interfaces, consolida o UX globalmente. Os fatores humanos passam a ter uma relevância. Hoje, com o surgimento de smartphones, tablets, relógios inteligentes e outros, o foco da experiência do usuário se volta novamente para o software e, mais recentemente, para o hardware. Esses novos desafios referem-se principalmente à quebra da manipulação bidimensional de elementos presentes numa tela, em diversos elementos físicos e virtuais, gerando outras formas de interação.

Pollyana.: Como você destacaria esse primeiro momento da Experiência do Usuário?

Amanda: Um exemplo emblemático no design é o proporcionado pela Apple, onde houve o casamento da tecnologia de ponta com o design, e da performance com o lúdico. O setor de concepção gráfica e ergonômica teve prioridade graças ao Steve Jobs. A união da tecnologia com a elegância, da tela com os gestos, e da mobilidade com o tátil, geraram um universo estético em que fãs da Apple se diferenciam dos usuários comuns pelo sentimento de pertencer a uma comunidade em que o computador não é apenas uma máquina, mas um estilo de vida.

Pollyana: A Apple então representou um divisor de águas para essa área. Vemos agora que o Design da Experiência passa a ser visto como uma vantagem competitiva. O investimento na área de pesquisas de comportamento humano passa a ser imprescindível em qualquer negócio. Como identificamos esse tipo de cuidado em aplicativos ou sistemas operacionais, por exemplo?

Amanda: A experiência do usuário trabalha com emoções, crenças, preferências, respostas físicas e psicológicas, comportamentos e realizações do usuário que ocorram antes, durante e após o uso da tecnologia. O primeiro contato tecnológico é completamente absorvido. Nesse momento, a estética da interação se torna preponderante, ou seja, a beleza e a eficiência implícita na interação com o sistema são o que conta. A segunda parte trata da consciência de uso do produto somada à estética da interação resultando numa experiência única e individual. Cognitivamente, uma narrativa com começo, meio e fim é construída gerando uma verdade ou uma percepção sobre o produto. Portanto, uma memória, significativa ou não, é registrada pelo usuário.

Pollyana: *E quais são os atributos num design de objetos físicos ou não-físicos que o designer precisa trabalhar para proporcionar uma boa experiência?*

Amanda: O designer precisa lidar tanto com as expectativas dele e da empresa com relação ao produto, quanto com as dos usuários. Na concepção de um objeto físico ou não-físico, o atributo da manipulação, por exemplo, é usado para cumprir metas comportamentais dadas externamente ou geradas internamente. A questão da manipulação é absolutamente objetiva. Já os atributos subjetivos como o estímulo, a identificação e a evocação, estão relacionados com o bem-estar psicológico do usuário com relação ao produto, e que pode ser exemplificado por meio de qualidades como: ‘excelente’, ‘impressionante’, ‘emocionante’ e ‘interessante’. Compreender a especificidade de cada um desses aspectos ajuda no desenho da experiência. O estímulo serve aos indivíduos que buscam um aprimoramento de suas habilidades, por meio do uso de produtos. Nesse sentido, o produto precisa ser estimulante, fornecendo novas impressões, oportunidades e insights. O estímulo fornecido pelo conteúdo, apresentação ou estilo de interação do produto ajuda indiretamente na sensação de realização. A identificação caracteriza-se pela expressão dos usuários por meio de outros objetos. Esse aspecto é inteiramente social. Os usuários querem ser vistos de maneiras específicas, além de desejarem ser socialmente reconhecidos e exercerem algum tipo de influência sobre os outros. Essa categoria também está apoiada pela expressão de ideias e pensamentos de um usuário e pela possibilidade de compartilhá-las. Por fim, a evocação caracteriza-

se por produtos que podem ser capazes de se transformar em memórias. Dessa forma o produto representa eventos passados, relacionamentos ou pensamentos que são importantes para o indivíduo.

Pollyana: Tem algum exemplo de design que está explorando esses atributos na concepção de seus produtos?

Amanda: A Microsoft acaba de criar um complexo de diretrizes para os seus produtos chamado *Fluent Design*, e que teve como embrião o *HoloLens*, o primeiro sistema operacional a trabalhar com interfaces holográficas. O *Fluent Design* é um conjunto de práticas de design que serve para projetar interfaces móveis, desktop, comandos de voz, gestos, inteligência artificial, realidade aumentada e holográficos. Conceitualmente, o *Fluent Design* é uma linguagem de design expansível para interações, animações e imagens, e que pode ser atualizada com frequência. É o inverso do *Metro*, a interface gráfica também desenvolvida pela Microsoft, baseada em tipografia e originalmente desenvolvido para o uso no *Windows Phone*. No entanto, a ideia de criar uma linguagem de design para todas as plataformas também já tinha sido explorada por empresas como o Google e a Apple, mesmo que ainda não estivessem rompendo com a bidimensionalidade. O Google, por exemplo, tem o seu próprio complexo de diretrizes para o design de seus produtos chamada *Material Design*, que permite uma experiência unificada para diferentes plataformas e dispositivos, e que permite um flexível de layouts baseados em grids, animações e transições responsivas, preenchimentos, e efeitos de profundidade como luzes e sombras.

Pollyana: Vemos então uma quebra de paradigmas dentro do design. A animação também começa a ser explorada exponencialmente no design com o objetivo de humanizar mais as interfaces. Vemos isso presente em cinemagrafias, vídeos e, até em botões. E o jornalista precisa perceber isso?

Amanda: Exatamente. Essa é uma das coisas mais interessantes que estão sendo usadas atualmente. A animação, ou o design gráfico animado (*motion design*) é a exploração de gráficos em movimento, tanto em interfaces bidimensionais quanto em interfaces tridimensionais. Diferentemente de animações

tradicionais, como as que vemos nos desenhos do Estúdio Disney, o design gráfico animado usa formas geométricas, ícones, textos e ilustrações. O processo de criação dessas animações destaca-se pelas marcações em pontos, contornos ou objetos inteiros, para que se movam na tela ao longo de um intervalo, ou quadro-chaves. Derivando da animação, também temos as microinterações, que tornam o produto mais humano e divertido. Elas são capazes de estabelecer fortes laços emocionais e de se tornar um fator decisivo na diferenciação de um produto realmente marcante. É cada vez mais comum encontrarmos interações extremamente úteis que buscam resolver apenas uma tarefa. Por exemplo, um botão que sinaliza que você preencheu uma senha errada. A forma que ele usa para te mostrar que você colocou a senha errada é sacudir o botão horizontalmente, simulando alguém dizendo “não” por meio do uso de um gesto feito pela cabeça. Quer algo mais humano que isso?

Pollyana: Que outras tendências podemos listar e que estarão contidas nesses produtos nos próximos anos e agora?

Amanda: Os formulários conversacionais ou chatbots [uma forma de você transmitir dados necessários para alguma operação], onde todas as ações do usuário são manifestadas por meio do uso de palavras ao invés de cliques em botões, menus ou calls to action. A interatividade nos formulários conversacionais é feita pelo ato do diálogo, um método extremamente intuitivo. O usuário não precisa compreender os mecanismos da interface. Basta conversar e a inteligência artificial por detrás do sistema faz o resto. Um exemplo de chatbot social é o Tinder Stacks (usado no app Tinder) onde o usuário pode enviar uma pilha de fotos para os seus contatos e eles escolherão a mais bonita para que seja a sua nova imagem do perfil. É uma função muito específica, mas que demonstra o quão poderoso é esse tipo de ferramenta. As ilustrações também são muito úteis e poderosas em trazer conceitos abstratos de produtos para uma realidade mais tangível e vívida. As ilustrações resolvem um problema de representatividade muito sério das fotos. Quando uma foto de uma pessoa é definida para ser a capa de um site, aquela pessoa passa a personificar o tipo de usuário que se busca atender e faz com que outros usuários (mesmo que se encaixem no perfil psicográfico) se sintam não representados. Já quando usamos ilustrações, fica mais difícil de projetar sexualidade, raça, nacionalidade e até sexo, fazendo com que uma maior quantidade

de pessoas se sinta representada por aquilo que está consumindo. O uso de scroll como um elemento crítico de storytelling também já está sendo amplamente difundido por revistas digitais na apresentação de grandes reportagens. O scroll é melhor para o usuário visto que ele não precisa ficar navegando por meio de headers ou calls to action, além de ser uma vantagem competitiva para a empresa que investe em SEO. Interessante notar que a adoção do scroll representa uma quebra na regra que ditava que uma página deveria evitar ao máximo o uso do scroll porque as pessoas poderiam não identificar o conteúdo que estava além da área nobre da página (primeira área exposta de uma página mostrada ao abrir o website no navegador). Também vemos nessa vanguarda do design outras regras sendo rompidas, como o uso do menu “hambúrguer”, da barra de redes sociais flutuante e o desenho de layouts de páginas fora de um grid padrão. Em termos de design, há uma mudança para layouts mais elegantes como uma revista de arte. Identificamos então, mais liberdade nos tamanhos e alinhamento de páginas, layouts assimétricos e mídias variadas em um único ambiente. E por fim, junto com essa ruptura do que era considerado boa prática, temos a adoção de elementos característicos do esqueumorfismo, dentro do design flat, onde a adoção de sombras dá uma impressão de profundidade, agregando materialidade aos elementos.

Capítulo 4

O automóvel volta a ser um simples sistema de transporte

Margareth Boarini

Apossar-se dos fluxos é difícil – a posse parece esvair-se entre nossos dedos. O acesso é um modo mais compatível com as relações fluidas que regem um aparato descentralizado.

Kevin Kelly

Desde que surgiu comercialmente em solo europeu no final do século XIX (Giusti, 2004), o automóvel passou a exercer um papel de destaque na sociedade. Por conta dele, foram redesenhados paradigmas importantes referentes à mobilidade urbana, tempo de percurso, comportamento das pessoas, interação social e desenvolvimento econômico, por exemplo. Impactou o homem, o ambiente e mexeu na forma como corria o tempo até então. Depois de anos vivenciando seu apogeu, o automóvel e sua indústria enfrentam um momento particularmente complexo, que, por conta dos avanços tecnológicos e seu impacto na sociedade atual, além da mudança de comportamento do consumidor, demanda reflexões e novas posturas de todo o setor.

Esse capítulo pretende apresentar os desafios evidenciados a partir deste contexto, e as respostas a eles criadas tanto por empresas tradicionais do setor como as que ingressaram recentemente, estimuladas pela era da informação, conectividade e um fluxo de vida com ritmo totalmente diferente até então. O invento que reduziu o tempo de percurso entre as cidades e por isso

deu tempo de sobra a seu condutor e passageiro, é agora punido pelo excesso de popularidade e dos congestionamentos causados pelo ‘roubo de tempo’ de seus usuários.

Quando o automóvel foi lançado comercialmente, conforme Giusti (2004, p. 51), logo causou impactos nas formas como a sociedade se transportava, trabalhava e aproveitava seus momentos livres e de lazer, e tudo isso atribuiu a ele uma aura de um importante e significativo invento que havia transformado um “sujeito moderno em um indivíduo em movimento”.

Ao perceber estas conquistas na área da mobilidade, na velocidade com que poderia ir e vir e na conquista de mais independência, o homem passou a liberar um sentimento de prazer na posse de uma máquina como essa. A promessa de ampliar os limites da locomoção, por meio do rompimento de fronteiras espaciais e temporais, fez essa invenção despertar a paixão e a liberdade – mais tarde, amplificadas e potencializadas por um forte trabalho publicitário. No começo do século XX, o investimento na propaganda no setor dentro do mercado norte-americano somou US\$ 1 milhão, e a velocidade era sempre um dos fatores evidenciados: em uma das peças, por exemplo, surgia a imagem de um modelo da *Oldsmobile* derrotando um trem, estimulando o consumidor a fazer parte daquela nova “cadeia de sucesso” (GIUSTI, 2009). Não faltavam motivos para desejar um objeto como este.

Na paisagem urbana, o automóvel favoreceu a desconcentração por conta da então nova possibilidade de deslocamento fácil, e da economia do tempo que seu uso gerava. Segundo Melosi (2005), embora “a tecnologia de transporte sempre tenha se configurado uma força poderosa no desenho e redesenho das cidades” – conjugando, conforme a época, cavalos, carruagens, ônibus, bicicletas e outras opções –, o carro foi um dos que mais causou impactos no conceito de locomoção dentro da sociedade.

Além de ele próprio ser resultado de um desenvolvimento tecnológico complexo e importante para a história, o automóvel carrega em si exemplos de outras tecnologias tão avançadas e tão

relevantes para a humanidade quanto ele mesmo, como o motor, o combustível, uma série de autopeças diferentemente complexas, bem como a roda, cuja importância é incontestável e que contribuiu decisivamente para o desenvolvimento do transporte em geral (VIEIRA, 2008), entre outros tentos. Embora não seja o único produto que contribuiu para a evolução no processo de mobilidade do ser humano, certamente foi um dos mais importantes.

A indústria automobilística que se criou a partir do carro também impactou as áreas da gestão, como a de produção, por exemplo, e as particularidades ora criadas ora adotadas se transformaram, muitas vezes, em modelos de gestão seguidos por outros setores da economia como um todo. Os modelos de produção popularmente conhecidos como *taylorismo* e *fordismo* se consagraram graças a seu emprego no setor. O primeiro deles é uma alusão a seu criador Frederick Winslow Taylor, considerado o fundador da administração científica e para quem o planejamento deveria substituir a improvisação, segundo Chiavenato (2014). A partir da crença de que a organização e a administração deveriam ser norteadas cientificamente, Taylor desenvolveu sua tese nos padrões de produção que incluíam a “padronização de máquinas e ferramentas, métodos e rotinas para a execução de tarefas e prêmios para incentivar a produtividade” (CHIAVENATO, 2014, p.58).

Neste sentido, apregoava que, para a eficiência do processo – trabalho bem realizado e de forma mais econômica –, deveria haver a divisão e subdivisão das tarefas, a partir do estudo do tempo gasto e dos movimentos necessários para a execução de cada uma das tarefas, conforme ainda Chiavenato (2014). O modelo fordismo, por sua vez, é assim difundido em razão de ter sido adotado pelo empresário Henry Ford, considerado um dos mais importantes do setor automobilístico. Baseado na teoria de administração científica de Taylor, o empresário – dono da Ford Motor Co. – vislumbrou um mercado consumidor potencialmente interessante, e decidiu que a melhor estratégia seria a de produzir carros em larga escala para vendê-los com preço acessível. O desafio era manter os custos de

produção adequados a este plano. Na avaliação de Chiavenato (2014, p.66-67), “embora não tenha inventado o automóvel, nem mesmo a linha de montagem, Ford inovou na organização do trabalho – a produção de maior número de produtos acabados com a maior garantia de qualidade e pelo menor custo possível”.

O autor (2014, p. 67) ainda atribui a essa determinação de Ford e o impacto dela causado na sociedade, uma das maiores invenções da humanidade: instituiu a famosa linha de montagem para a produção em série (1913), deu parte do controle acionário aos empregados (1914), estabeleceu um salário mínimo de 5 dólares por dia, uma jornada diária de 8 horas, valeu-se de um sistema de concentração vertical – da matéria-prima ao produto final acabado – e de um sistema de concentração horizontal – cadeia de distribuição comercial.

Chiavenato (2014, p.67-68), define Ford como um gênio do marketing por ter empreendido esse modelo de produção ao acreditar que a sociedade já estivesse pronta para adquirir um carro com preço acessível; o que ele fez foi definir o preço de venda, desafiar a sua organização a fazer com que os custos fossem suficientemente baixos, a fim de garantir aquele preço. A única cor produzida era a preta. O cenário, porém, se tornou problemático para a Ford quando as demais montadoras, como a General Motors, começaram a disponibilizar para o mercado consumidor produtos com itens e cores diferenciados que logo se tornaram objeto de desejo dos clientes (CHIAVENATO, 2014).

O modelo de negócio do setor automobilístico também sempre se destacou no mercado pelo seu ecossistema complexo, eficiente e capaz de operar sob uma engendrada capilaridade operacional e mercadológica tanto em abrangência local como global, interligando montadoras, fabricantes de autopeças, concessionárias. Conforme explicitam Sakuramoto e DiSerio (2015)¹:

¹ O texto dos autores está disponível em

<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/16340/Industria_automotiva_no_

As indústrias automobilísticas, para sua evolução e competitividade, têm sido precursoras de várias inovações tanto em tecnologia como nas formas de gestão (HOWEG, 2005), criando e implementando novas técnicas, conceitos, métodos e tecnologias, tais como: modularização, just in time, linhas e células de produção, entre outros. A criação destas inovações e sua implementação estão diretamente ligadas ao fácil e abundante acesso a: i) mão-de-obra especializada; ii) insumos estratégicos e de qualidade; iii) logística; e iv) infraestrutura adequada, entre outros.

As mudanças tecnológicas, seus impactos sociais e a ascensão da economia do compartilhamento têm, porém, contribuído para um novo papel do automóvel no tempo fluido do século XXI. Kelly (2017) classifica de inevitável a mudança, e coloca a tecnologia no centro dessa nova perspectiva, uma vez que ela é o acelerador da humanidade. “Esse fluxo constante não implica simplesmente que ‘as coisas serão diferentes’, e sim que os processos – os impulsionadores do fluxo – são hoje mais importantes do que os produtos” (KELLY, 2017, p. 8). O autor reforça que a era atual é a dos verbos fluidos e do *software* sobre os substantivos fixos e do *hardware*.

A partir da consolidação de uma sociedade amplamente conectada, regida pela supremacia da tecnologia digital e habitada por gerações de ideais e comportamentos díspares das anteriores, o produto automóvel passou a experimentar uma nova realidade. O *big data*² e o fortalecimento da inteligência artificial também participam deste novo ciclo de desenvolvimento do automóvel, impingindo a esta indústria de funcionamento perceptivelmente perfeito talvez seu maior desafio desde que foi criada – a premente necessidade de reinvenção dela mesma e de seu produto, a fim de garantir a própria subsistência.

Brasil_Protagonista_no_palco_de_uma_eminente_transforma%C3%A7%C3%A3o_global.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em 10.jan.2018.

² O termo refere-se a um grande conjunto de dados armazenados.

Os autores Mayer-Schoenberger e Cukier (2013, p.6-7) atestam que a quantidade de informações geradas de maneira veloz desafia a maneira como vivemos e interagimos com o mundo, uma vez que a captação de dados e informações acontecem hoje em dia de inúmeras formas, inclusive nos carros, que são capazes de detectar como guiamos ou freamos. A partir do momento em que sensores instalados nos carros, em outros objetos e locais, tornam o setor da ‘Internet das coisas’ mais ativo, a quantidade de informação a ser gerada será potencializada.

O estudo *How the convergence of automotive and tech will create a new ecosystem*³ (Como a convergência entre automotivo e tecnologia criará um novo ecossistema, em tradução nossa), elaborado pela consultoria McKinsey e divulgado em 2016 sinaliza que muitas montadoras e principais fornecedores do setor já conseguem vislumbrar essa necessidade de alterações se aproximando, mas alerta para o fato de que não devem subestimar as mudanças estratégicas que precisam empreender.

O futuro dos atuais *players* como parte integrante da indústria dependerá desta capacidade de transformação. “A convergência entre os setores automotivo e o de alta-tecnologia irá reescrever as regras da competição e diminuir as chances de sobrevivência para os tradicionais players que falharem nisso”, conforme ainda reforça o estudo da consultoria.

Com relação especificamente ao produto em si, estamos diante de uma mudança tão profunda, que nos parece criar um movimento de dominância da criatura sobre o seu criador. O carro autônomo – uma das novidades que desponta fortemente no mercado e que já está nas ruas, mesmo que em testes – destitui o ser humano do controle sobre a máquina, e empossa como condutor a inteligência artificial.

³ O estudo pode ser acessado em <<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/how-the-convergence-of-automotive-and-tech-will-create-a-new-ecosystem>> Acesso em 10.jan.2018.

Até então, os carros eram desprovidos de cérebro “e a plataforma padrão do automóvel moderno não trazia mudanças significativas desde o lançamento do produto cerca de cem anos atrás. [...] Os carros dirigidos por humanos moldaram nossas vidas”. (LIPSON e KURMAN, 2016).

O advento dos carros autônomos em todos os níveis, daqueles movidos a partir de novas fontes de energia, além da crescente frota de empresas de serviços de transportes e compartilhamento, provocarão uma nova onda na reconfiguração das cidades.

Os impactos sentidos pela indústria automobilística não provêm apenas do desenvolvimento tecnológico. As novas gerações de consumidores sinalizam já há algum tempo não priorizar a necessidade de posse do produto, diferentemente do que acontecia com as antigas. Os custos fixos na compra e manutenção somados ao difícil processo de deslocamento, priorizaram o serviço oferecido pelo produto em detrimento do próprio produto em si: a mobilidade, pura e simplesmente. Ir e vir independe de posse, sempre independeu, mas até então as gerações davam valor a ter um bem, um carro, por exemplo.

Em outro estudo da McKinsey (2016) – *Disruptive trends that will transform the auto industry*⁴ (Tendências disruptivas que transformarão a indústria de autos, em tradução nossa), a consultoria aponta a opção do consumidor em compartilhar sua mobilidade como uma das causas principais para a queda na venda de carros próprios no futuro. Por isso, a previsão é que em 2050 um em cada três veículos vendidos seja destinado ao compartilhamento.

A posse, segundo Rifkin (2016), tem perdido seu valor ao mesmo tempo em que cresce a prática da colaboração entre as pessoas, e a preferência pelo acesso aos bens comuns colaborativos. Apesar de acreditar que o capitalismo não desaparecerá, o autor

⁴ O estudo pode ser acessado em <<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/disruptive-trends-that-will-transform-the-auto-industry>>

afirma que ele não será mais o único sistema econômico a nortear a sociedade. Essa tendência já nos parece ter começado a ser vivenciada pelo setor automobilístico.

O conceito de compartilhar tem se mostrado que não se aplica somente a *posts* nas redes sociais digitais, mas a um leque muito extenso de situações. Tomemos aqui como exemplos o lançamento e o sucesso das plataformas *Uber*⁵ e *Airbnb*⁶, entre os consumidores de todo o planeta. Tanto o serviço que se propõe a oferecer como o modelo de negócios, colocaram em xeque *players* das empresas tradicionais de serviço de transporte e de turismo. Na avaliação do Rifkin (2016), o sistema capitalista se viu forçado a enfrentar sua grande crise de existência por conta do conceito de economia do compartilhamento, baseada menos no mercado e mais na relação da confiança social.

O mercado do carro compartilhado cresceu, estabeleceu-se no mercado de forma global e colocou numa mesma arena os *players* tradicionais do setor automobilístico concorrendo com os novos. Montadoras como *Ford*, *GM*, *BMW* são algumas que criaram áreas de negócios para atuar exclusivamente neste segmento. Segundo uma reportagem de Andrew J. Hawkins (2017), no portal *The Verge*⁷, as vendas de automóveis deverão se manter em alta, embora numa proporção menor que nos anos e décadas passadas. A razão é a crescente oferta – e aceitação da demanda – dos serviços de mobilidade a um custo muito menor que o de manter um veículo próprio. “Há muito dinheiro envolvido e as companhias de carro querem sua fatia dele”, afirma o autor (2017).

A questão da mobilidade mencionada pela reportagem, está diretamente ligada ao conceito de carro compartilhado, reflexo da

⁵ <https://www.uber.com>

⁶ <https://www.airbnb.com>

⁷ O título original é *Why car companies are trying to imitate Uber and Lyft?* (Tradução nossa no corpo do texto), publicado em 18.jan.2017. Disponível em <<https://www.theverge.com/2017/1/18/14230040/ford-gm-maven-mobility-uber-lyft-ces-detroit-2017>> Acesso em 10.jan.2018.

preferência pelo serviço ao produto (propriedade) e bastante explorado, com sucesso, pelas plataformas *Uber* e *Zipcar*, a primeira a oferecer serviços de compartilhamento neste setor. Grandes montadoras já têm empreendido iniciativas neste segmento de mercado, como a *Ford* com o serviço *Chariot*, a *General Motors*, além de *Honda* e *Chrysler*, como citado por Hawkins (2017).

No mesmo texto, o autor apresenta um estudo da *McKinsey* que calcula em US\$ 21 bilhões o total de investimentos da *Uber* e da *Lyft* durante o ano de 2016 no novo segmento. Raj Nair, chefe de tecnologia e vice-presidente de desenvolvimento de produto da *Ford*, afirma na entrevista de Hawkins (2017), que o serviço de mobilidade (compartilhamento de automóveis) teoricamente poderia ser maior que o próprio *core business* atual da empresa⁸ (a de fabricante do produto).

Nas previsões de Kelly (2017, p. 172), “em 2050, as empresas maiores, mais lucrativas e de mais rápido crescimento serão aquelas que descobrirem como canalizar aspectos do compartilhamento hoje invisíveis ou desvalorizados”. Responsável por ter cunhado o termo inovação disruptiva em 1995, e professor da *Harvard Business School*, Christensen (2018), juntamente com seus colegas, reforça que o fundamental é observar que não criamos o trabalho, mas o descobrimos, e essa descoberta pode mudar radicalmente ao longo dos tempos. Para respaldar sua teoria, os autores exemplificam com o case da montadora alemã *BMW* (2018, p. 1050):

[...] Durante muito tempo se definiu como uma empresa de ‘carros de alto desempenho’, e foi suficientemente longe a ponto de se anunciar como um ‘carro de homem’. Contudo, em virtude da queda súbita do setor automobilístico no início da recessão de 2008, a equipe de liderança da *BMW* deu um passo atrás para avaliar para quais trabalhos os consumidores estavam contratando carros. O que eles constataram transformou completamente o ponto de vista da empresa a respeito do cenário competitivo.

⁸ A frase original (Tradução nossa no corpo do texto) é: *Total mobility services could theoretically be as large as our core business automotive business.*

A partir de então a marca, segundo a obra (CHRISTENSEN et al., 2018), apostou em automóveis nas versões híbrida e elétrica, além de criar o *DriveNow*, sua unidade de negócios voltada ao compartilhamento de carros, que a colocou em rota de competitividade com empresas não fabricantes do setor, como a *Zipcar*, que já nasceu especializada neste segmento.

O caso da *BMW* ilustra bem o que tem acontecido com todos os *players*, do atual ecossistema automobilístico como o conhecemos até então – a competição árdua com empresas de outros setores, e que sequer se caracterizavam como opositores ferrenhos anos ou meses atrás, seja quanto ao segmento acima mostrado ou na área de carros autônomos, onde companhias como o *Google* desenvolvem seu modelo por meio da sua empresa *Waymo*⁹

Segundo um estudo realizado pela consultoria *Frost & Sullivan*¹⁰, em 2015, o mercado global de compartilhamento de carros passará até 2025 de 7 milhões para 36 milhões de adeptos, e de 112 mil para 427 mil veículos compartilhados. Além da questão do compartilhamento, o desenvolvimento de carros autônomos tem posicionado igualmente como oponentes empresas que dificilmente disputavam o mesmo consumidor, como os fabricantes tradicionais – *Volkswagen*, *Ford*, *Nissan*, por exemplo – e as gigantes da área da informação e comunicação – *Google* ou *Apple*. Simoudis (2017, p. 17) afirma que enquanto inicialmente imperava uma plataforma baseada em *hardware*, o conceito de carro autônomo evidenciou uma plataforma em *software*, onde a grande parte das funções são regidas por ela. Neste sentido, complementa o autor, é que companhias como *Google* e *Apple* se tornam fortes concorrentes, uma vez que passaram a desenvolver soluções e conteúdo de

⁹ As informações podem ser acessadas em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/11/1933507-google-poe-nas-ruas-carro-autonomo-sem-motorista-para-emergencias.shtml>

Acesso em 10.jan. 2018.

¹⁰ O estudo pode ser acessado em <<http://www.frost.com/sublib/display-report.do?id=MB4D-01-00-00-00>> Acesso em 10.jan.2018.

software para os carros, além também de muitas *startups*¹¹ que conjugam a combinação de *hardware* e *software*.

A complexidade imbuída em todas as transformações de nossa época nos obriga ao exercício de um pensamento sistêmico (SENGE, 2014, p. 127-129), “do olhar para os inter-relacionamentos e para os padrões de mudança ao invés de eventos e de fotos instantânea”, ou seja, [...] “ver as ‘estruturas’ subjacentes às situações complexas e para discernir entre mudanças de alta e de baixa alavancagem”. O autor conclui que, numa época de complexidades sem precedentes e de mudanças constantes, é fundamental que as empresas desenvolvam um outro tipo de pensamento e de atuação.

Da mesma forma em que o pilar da tecnologia foi um dos grandes responsáveis pela invenção do automóvel, e que o pilar do comportamento do consumidor o alçou a um objeto de desejo, os dois agora podem ser considerados como detonadores da sua reinvenção. O carro dirigido pelo homem lançado no final do século XIX tem sido reprojetoado para ser conduzido por inteligência artificial num futuro muito próximo. O sonho do carro voador, como sonhou Henry Ford em 1940 - “*Mark my word: a combination airplane and motorcar is coming*¹²” - é ainda distante de ser algo concretizado, mas se mantém vivo¹³.

A civilização da terceira onda apregoada por Toffler (1980) tem reconfigurado a sociedade por toda a sua entranha, e como o automóvel conjuga em torno de si seres humanos, máquinas e sociedade, é inevitável que ele e sua indústria sofram um impacto arrebatador por este movimento. Na explicação de Paul Mason

¹¹ são companhias e empresas que estão no início de suas atividades e que buscam explorar atividades inovadoras.

¹² Tradução autora: “*Marque minhas palavras, a combinação entre aeronave e carro a motor está chegando*”. A frase pode ser encontrada em Webb, Amy. *The signals are talking*. Nova Iorque: PublicAffairs, 2016.

¹³ O texto original pode ser acessado no link: <<https://techcrunch.com/2017/06/04/toyotas-flying-car-project-takes-a-tentative-test-flight/>> . Publicado no portal Techcrunch em 04.jan.2017, com autoria de Darrell Etherington.

(2015, p.178), parafraseando Peter Drucker, “os velhos fatores de produção – terra, trabalho e capital – tornaram-se secundários em relação à informação”.

São vários os pontos que têm pautado a agenda de empresas, governos e sociedade nesse período em que vivemos de transição de era: “fontes de energia diversificada e renováveis e métodos de produção que tornam obsoletas as linhas de montagem das fábricas” (TOFFLER, 1980, p.24), o conceito de desmaterialização que notabilizou processos em detrimento do produto (KELLY, 2017), o desenvolvimento e a disseminação de tecnologias como *big data*, inteligência artificial e internet das coisas, além do surgimento de um novo perfil de consumidor nas novas gerações cuja tomada de decisão não é submissa (TAPSCOTT, 2010).

Dentro do espectro de carro do futuro – seja autônomo ou conectado –, o dado e a informação que se obtêm a partir dele, seu fluxo e as tecnologias que são envolvidas nesse processo ganharam relevância de uma forma bem impactante dentro da sociedade atual. Segundo Simoudis (2017, p.11), “o *big data* vem de dentro e de fora do veículo autônomo e as tecnologias de máquinas inteligentes usadas para a exploração destes dados são os ingredientes-chave da próxima geração destes veículos”. O carro atua como um *hub*, a partir do momento em que gera, recebe, analisa e formula informações. Daí a predominância das tecnologias *big data* e inteligência artificial (*machine learning* e *deep learning*) dentro deste conceito de automóvel, conforme o autor.

Termos como *big data*, Internet das coisas, sensores, antenas, inteligência artificial, bateria, plataforma, algoritmos, aplicativos, *software*, emissão de gases têm movimentado a indústria automobilística. O *kit* multimídia começou timidamente no mercado, mas já está disseminado em até carros da categoria popular e é visto pelos consumidores das novas gerações como uma peça importante. A conectividade tornou-se um item básico.

Simoudis (2017) lista quatro companhias no coração da disrupção automotiva: *Tesla*, *Zipcar*, *Uber* e *Google*, com a ressalva

de que o Waze integra esta última e de que a Apple pode surpreender o mercado no futuro por conta das soluções em *software* que tem desenvolvido. Sua justificativa para a inclusão dessas empresas e não as tradicionais montadoras é justamente porque o *big data* e a inteligência artificial regem o seu *core business*¹⁴. O mercado não sinalizou o desaparecimento do carro dirigido tradicionalmente, mas já acolheu o carro autônomo ou conectado, que dependem muito do dado e da velocidade de informação que chega ao veículo e que parte dele, em tempo real.

Todas estas novas particularidades vividas pelo setor automobilístico nos últimos anos ilustram o que muitos especialistas têm definido como quarta revolução industrial. Conforme Schwab (2016) este novo momento, entre outras coisas, embute “novos modelos de negócios” a partir da reconfiguração do consumo, dos transportes e da logística, e está baseado em três fatores: velocidade sem precedentes e impactada pelo ritmo exponencial de transformações, amplitude e profundidade (várias tecnologias se entrelaçam e evidenciam ‘quem somos’) e, por fim, o impacto sistêmico. Para ele, este tipo de impacto provém das profundas transformações que ocorrem em sistemas inteiros dentro e entre países, nas empresas e na sociedade como um todo.

Na visão de Kelly (2017), um dos fatores que regem as mudanças nos tempos atuais é a prevalência na importância do acesso sobre a posse, uma tendência forte e irreversível. Nosso tempo, a quantidade de horas que dispomos num dia, é o mesmo, mas se tornou, ao longo dos anos, pequeno e insuficiente para usufruirmos de tudo o que é inventado ou fabricado, e, por este motivo, obrigatoriamente e involuntariamente acabamos por reduzir o tempo gasto e dedicado a cada um dos produtos oferecidos (KELLY, 2017).

¹⁴ É a parte principal de um determinado negócio, é o ponto forte de uma empresa que deve ser trabalhado estrategicamente.

O automóvel já foi num passado recente um objeto de grande desejo por causa da velocidade dentro do processo de ir e vir, de ser um ícone no *status* financeiro de seu dono e na independência proporcionada. Hoje, ele sofre por conta das mazelas deixadas em razão do excesso de protagonismo por tantos anos seguidos no mundo.

A redução no tempo de percurso já não é mais o que aproxima as pessoas ou o que promove a interação social, mas a supremacia da informação, do fluxo estabelecido por ela e dos aparelhos capazes de realizarem este processo. Neste cenário, o *smartphone* é mais fácil de ter e menos dispendioso financeiramente de se manter que o automóvel. Não consideramos que o automóvel como o conhecemos hoje e seu ecossistema desaparecerão, mas o lançamento do carro autônomo e do conectado, além da disseminação da economia do compartilhamento devem impactar todo o setor.

Capítulo 5

Como insetos em volta da lâmpada

João Luiz Peçanha Couto
Adriana Rocha Bruno

As cidades, como os sonhos, são construídas por desejos e medos, ainda que o fio condutor de seu discurso seja secreto, que as suas regras sejam absurdas, as suas perspectivas enganosas, e que todas as coisas escondam uma outra coisa.

(Italo Calvino, 2003, p. 46)

O conceito de cidade já foi entendido como um marco civilizatório do Ocidente, quase um mito gerador narrativo grafado num espaço, linha reta teleológica assinalando a modernidade e a civilização ocidentais como pontos de chegada; modelo verticalizante da urbe clássica europeia, que lembra as velhas bonecas russas, mencionadas por Agier (2011), encaixando-se à perfeição umas às outras, desde que dispostas ordenadamente.

Será que tudo isso pode se encaixar perfeitamente como se fossem bonecas russas, será que se pode encontrar um modelo de racionalidade que permita falar do conjunto da cidade à força de se encaixarem as relações umas nas outras? (AGIER, 2011, p. 54)¹

Alguns estudiosos entendem os espaços urbanos como corpos habitados por corpos, ou seja, um corpo *de* espaço que contém

¹ Optamos por não utilizar *idem* ou *ibidem* nas citações por preferir maior fluidez na leitura.

corpos *no* espaço. Por seu turno, Marc Augé (2010) propõe uma leitura em paralelo do corpo e do espaço. Ele concebe o corpo

(...) como uma porção de espaço, com suas fronteiras, centros vitais, defesas e fraquezas, sua couraça e defeitos (...) o corpo é um espaço compósito e hierarquizado que pode ser investido do exterior. Se temos exemplos de territórios pensados à imagem do corpo humano, o corpo humano é muito geralmente, ao contrário, pensado como um território. (AUGÉ, 2010, p. 58).

Essa “dialética dos corpos” (urbanos e humanos) assevera que, antes de ser opositiva, a operação de compreensão do corpo no espaço, ou de espaços nos corpos, descortina um *continuum*, uma relação de conflitos e afetos, afastamentos e reterritorializações. Assim como os lugares de culto romanos procuravam espelhar a constituição do corpo humano, igualmente o “corpo se torna, assim, um conjunto de lugares de culto” (AUGÉ, 2010, p. 59).

No entanto, há espaços e espaços, cidades e cidades: aquelas que foram concebidas para suportarem adequadamente seus cidadãos; outras que consideram seus habitantes tão somente corpos sem espaço: nesta configuração se encaixam as cidades periféricas – as primeiras migalhas deste texto.

Assim, a proposta é, ao se debruçar sobre a série televisiva brasileira *3%*, passar pela leitura dos espaços do Continente e do Maralto, com acento maior para aquele primeiro espaço e suas relações com os movimentos contemporâneos e também com a educação. A análise será centrada sobretudo nos temas do corpo e do “outro”, e de suas deambulações no espaço urbano, suas dicções nos ecos da urbanidade contemporânea. A série *3%*, disponível na plataforma de *streaming* digital Netflix, fabula um mundo distópico do futuro em que a sociedade se encontra fisicamente separada entre aqueles que merecem o seu melhor (os habitantes do Maralto) e seus excluídos (os habitantes do Continente). Funcionando como filtro de quem merece ou desmerece o paraíso do Maralto, há uma

competição anual em que são escolhidos, de cem jovens, três que ganharão como prêmio a ida ao Maralto.

Buscaremos traçar recepções que intimizem o conceito de cidade a um paradoxo cruel: por um lado, vemos a “cidade higienizada” do Maralto, que afasta de si aquilo que lhe é diferente; por outro lado, a estética dos dejetos presente no Continente: essa diáde cidade X dejetos pauta toda a condução da série e será a matéria prima deste texto.

Cada qual com a sua metade

Cada cidade é dividida em duas, conta-nos Renato Cordeiro Gomes (2008), a respeito de algumas das cidades inventadas por Marco Polo em *As cidades invisíveis* (2003): as cidades narradas têm seu duplo, seu portfólio infundável de formas nas quais elas vão se mimetizando umas às outras; duplos “que vão se tornando mais complexos”, como estrepolias a fugir das quadraturas, tramando lugares onde “todo o possível é convocado” (GOMES, 2008, p. 57)².

Despedimento de exilados, o espaço do Continente é o navio negreiro, a barca de Édouard Glissant reinventada e relocada em um link do Netflix.

A experiência do abismo está no abismo e fora dele. Tormento daqueles que nunca saíram do abismo: que passaram diretamente do ventre do navio para o ventre violeta dos fundos do mar. Mas a sua provação não morreu, vivificou-se nesse contínuo-descontínuo: o pânico do país novo, a saudade da terra perdida, e por fim a aliança com a terra imposta, sofrida, redimida. A

² Lembrando do diálogo entre Marco Polo e Kublai Kan. O imperador questiona o viajante a respeito das inúmeras cidades até então narradas por ele, estranhando que todas elas, por mais diferenças que pudessem apresentar entre si, de alguma forma se assemelhavam, parecendo ser, no limite, recortes de uma mesma cidade regravada inúmeras vezes pela memória do mercador veneziano. O fim dessa conversa revela ao leitor que Veneza, a cidade natal de Polo, é essa cidade tão compulsivamente revisitada em descrições tão barrocas quanto enganosas. Ora, o equívoco é intrínseco à literatura: sem contrapalavras não haveria arte.

memória não sabida do abismo serviu de lodo para essas metamorfoses. (GLISSANT, 2011, p. 19)

Os personagens do Continente estiveram na barca de Glissant e sofreram os embates e os engulhos das ondas, mas disso não se recordam; foram trinta milhões de vezes deportados, sofreram a vertigem do abismo, os contágios, a embriaguez, a degradação de um apocalipse particular, e o único registro dessa odisseia jaz nos livros contábeis onde foram grafados os valores da venda dos escravos, mas disso não se recordam; grávida de mortos, sua memória, convivendo com seus históricos esquecimentos, lembra uma savana de plástico, falsa como os antigos fortes apache, pois de nada se lembram; só se recordam de um dia qualquer do passado quando o Maralto foi instituído, quando foram abruptamente despejados do projeto daquela sociedade, aos pedaços, num espaço sem infraestrutura para ser habitado.

No Continente, apesar de seu extenso memorial de exclusões, a ideia de cidade não é mais apreensível como totalidade³: ao contrário de seu negativo urbano, o Maralto, o Continente revela-se como processo⁴; (sub) cidade inserida na história e na política, e a partir do caule (cerne) de ambos, busca furtar-lhes a seiva (carne): “A cidade já não é considerada ‘uma coisa’ que eu possa ver nem ‘um objeto’ que eu possa apreender como totalidade” (AGIER, 2011, p. 38). Em vez disso, trata-se de uma cidade dentro de outra, apesar de fisicamente separadas, semelhando um câncer dentro de um organismo maior: são as comunidades periféricas, compósitas e rizomáticas. O Continente, nesse ponto de vista, pode ser visto como aquelas populações de refugiados espalhadas pelo planeta de quem pouco se sabe enquanto produtoras de artefatos de cultura, ou as populações de excluídos que fazem das ruas seus lares; que, mesmo pertencendo, sendo circunscritas ao corpo da “nação”, da cidade ou

³ Entendida por Augé (2012) como mutiladora das individualidades.

⁴ Quem sabe “abcesso”, a inflamar as tripas do Ocidente monolítico e regulamentador? Quem sabe “a extrema, enganadora, desolada escara sobre a ferida das águas” (CÉSAIRE, 2012, p. 9).

de qualquer outra forma de pertencimento inventada pelo ser humano, de dentro e a partir dela decretam suas várias, necessárias e pequenas mortes.

(...) se, no discurso, a cidade serve de baliza ou marco totalizador e quase mítico para as estratégias socioeconômicas e políticas, a vida urbana deixa sempre mais remontar àquilo que o projeto urbanístico dela excluía. (CERTEAU, 2014, p. 161)

Nesse sentido, o Continente exemplifica a existência “da cidade a partir das margens urbanas – bairros populares ou ‘invasões’” (AGIER, 2011, p. 39). Cumpre, assim

(...) orientar o olhar não apenas sobre o que se perde nos espaços “da não cidade” mas também sobre o que daí nasce. Que vida social, econômica, cultural, política emerge nos lugares mais precários e mais extraterritoriais, dando-nos exemplos de cidades em formação? (AGIER, 2011, p. 39)

Tais espaços de transgressão do “modernamente prescrito”, daquela cidade que funde o sentido de lugar e a liberdade do não lugar de Marc Augé (2010), tramam-se como *loci* da diversidade e de exercício do grito poético, responsáveis por inscrevê-los nos processos identitários tramados na Relação glissantiana.

Nas cidades-Continente (ou seja, naquelas circunscritas a espaços periféricos), a presença do poder público se enfraquece na mesma medida em que seus habitantes são obrigados a reinventar sua existência. São meios urbanos que introduzem diferentes formas de se compreender uma organização social ágil e dinâmica, em que demolições ou incêndios criminosos são seguidos de reconstruções igualmente anônimas. A modernidade desses espaços urbanos periféricos, a *cité* para os franceses, é tanto mais alternativa quanto mais dessemelhantes são suas regras organizacionais quando contrapostas às dos espaços hegemônicos das cidades-Maralto (ou seja, aquelas circunscritas a espaços de hegemonia); injeta modernidades alternativas, outras, na “linfa” da modernidade

clássica e triunfalista, tumorizando-a via espaços políticos pós-coloniais, emergentes e compósitos. Nesse sentido, Bill Ashcroft afirma que “a globalização pode ser caracterizada como uma multiplicidade de suas modernidades, e as teorias pós-coloniais podem oferecer um gesto de compreensão desse fenômeno” (ASHCROFT, 2009, p. 81, tradução nossa⁵): como no filme cult de *sci-fi*, um ser extraterrestre, amorfo e assustador, desentranha-se de um útero humano e branco, e, por origem, bem-nascido.

A partir de seus espaços pouco apreensíveis, porque insuspeitados e improváveis, imponderáveis e instáveis, a cidade-Continente situa-se no limiar do que é aceito como legal, espremida entre a precariedade e a caoticidade aparente daqueles espaços impermanentes e, por vezes, ilegais. Segundo Cury,

O sentimento de precariedade atinge os subdesenvolvidos e os verdadeiramente despossuídos com um duplo temor: o de uma incursão à força no mundo globalizado e, simultaneamente, o da exclusão desse mesmo mundo uma vez que esta última pode significar a exclusão da História (CURY, 2013, p. 34)

Sua precariedade não assoma apenas por conta de sua transitoriedade organizacional, mas, e sobretudo, por conta de sua transitoriedade política (AGIER, 2011), atuando por vezes no limite do que seriam suas margens, extrapolando-as para se reinventar como espaço de compartilhamento e estilhaçamento de certezas. Assim como na história da ciência, suas fronteiras vão sendo expandidas na medida de sua compreensão.

Tal precariedade não deixa de representar um confinamento, pois torna tais comunidades alijadas do processo globalizante e, por conseguinte, das trocas simbólicas jazescentes nesse processo. Entretanto: estranho confinamento este, pois confina a partir de um extremo – a margem – que, ao contrário da margem de um rio, não

⁵ Globalization may now be characterized by the multiplicity of its modernities and post-colonial theory itself provides a way to understand why this is so.

opõe resistência a quem lhe quer testar limites. A margem a partir da qual é tramado tal confinamento é o que é exterior a tudo, e, portanto, dentro dela nada pode ser confinado, preso, pois não possui dentro. As margens inconfináveis se mostram nos espaços múltiplos sociais, como aqueles identificados educacionais, tendo em suas cidades-escolas ambiências que resistem aos movimentos de esgarçamento de seus limites, mas, uma vez arrombados se submetem não sem um bom combate. Nesses lugares, os continentes reproduzem, sem constrangimentos, as fraturas e as cicatrizes cristalizadas pelo tempo. Sobrevivem movidos pelo sonho de um Maralto que se apresenta mais e mais distante e, por isso, persistem nas tentativas de transmutação do Continente.

Confinamento dos confins: em vez dos guetos constituídos no umbigo das cidades, como na Segunda Guerra (1939-45), o confinamento das margens é instável e aberto à Relação, como outros guetos contemporâneos (Kinshasa, Cidade de Deus), conforme desejava Édouard Glissant. Guetos abertos ao mar, à imensidão, à Relação planetária, ao *tout-monde*. Para Michel Agier, esse “exílio móvel” é habitado por pessoas deslocadas, “que não encontram o lugar de chegada da sua viagem, o seu lugar num mundo partilhado” (AGIER, 2011, p. 41), e se mantêm em marcha, movimento, devir. Pois bem, esse espaço que, ao mesmo tempo, é limite, ponto final que inicia outra jornada, igualmente torna o exílio uma extrapolação de um estado de coisas, uma ruptura com o limite imposto, tramando uma comunidade, uma cidade, um espaço habitado por um exército de abandonados pelos manuais da história.

Ken ai tók, ma’am?

No artigo *Can the subaltern speak* (1988), Gayatri C. Spivak investiga o sujeito do Ocidente e sua relação com seu Outro – não europeu, não branco e, por vezes, não cristão, argumentando que o Ocidente manifesta um desejo de “manter o sujeito do Ocidente, ou

o Ocidente como sujeito⁶” (SPIVAK, 1988, p. 24). O argumento fundamental do artigo questiona: “Do outro lado da divisão internacional do trabalho, dentro e fora do circuito da violência epistêmica da lei e da educação imperialista (...) *pode o subalterno falar?*?” (SPIVAK, 1988, p. 25).

Seu conceito de sujeito-efeito permite chegar a uma conclusão metodologicamente trágica porque conceitualmente cruel: o sujeito subalterno, o sujeito periférico – o Outro – constitui-se como *efeito* do discurso dominante, o que no limite o impede de ser considerado sujeito. Xequemate: eu, como “outro” político, econômico e social, permaneço calado; entretanto, quando falo, ou nas vezes em que ousar falar, mesmo que inconscientemente, ao assumir minha posição de outro daquela sociedade hegemônica, sou aquele “outro” por imposição conceitual e metodológica do mesmo que me assinalou como pária, condenando-me à marginalidade através da eternidade da história. Dessa forma, qualquer investida no sentido de conceituar o chamado “sujeito subalterno” esbarra preliminarmente na gênese do seu próprio esforço intelectual, uma vez que aquele Outro é outro porque foi criado por quem primeiramente se apropriou do discurso acadêmico (o Ocidente), responsável por nomear e classificar o mundo (ocidental) e as coisas.

Embora a história da Europa como Sujeito seja narrada pela lei, pela economia política e pela ideologia do Ocidente, esse Sujeito oculto alega não ter “nenhuma determinação geopolítica”. Assim, a tão difundida crítica ao sujeito soberano realmente inaugura um Sujeito⁸. (SPIVAK, 1988, p. 24)

⁶ (...) to conserve the subject of the West, or the West as Subject.

⁷ On the other side of the international division of labor from socialized capital, inside *and* outside the circuit of the epistemic violence of imperialist law and education (...), *can the subaltern speak?*

⁸ Although the history of Europe as Subject is narrativized by the law, political economy, and ideology of the West, this concealed Subject pretends it has ‘no geo-political determinations.’ The much publicized critique of the sovereign subject thus actually inaugurates a Subject.

Entretanto, se num primeiro momento a caracterização do sujeito-efeito sugere um tênue abalo na soberania do sujeito hegemônico europeu, igualmente o camufla e protege. O presumido esforço da “inserção” de um Outro em “minha casa” traduz-se, no extremo, na manutenção da distância entre mim e o Outro: ele continua “outro”, transparente, pois sua subjetivação estará sempre associada à minha aceitação: trata-se de um outro que, em meu afã de torná-lo um igual, perde suas referências simbólicas para que eu o decalque em minha própria noção de paisagem (GLISSANT, 2005). Torna-se, assim, impensável se prescindir do conceito de ideologia, tão caro aos marxistas, já que aquele discurso vem dela embebido e desuturado.

Esse sujeito sempre foi outro, e sempre o será. Mas é essa condição de ser outro de outro que sempre será outrem que nos tem feito olhar para as temporalidades ora de forma utópica, ora distópica e também, com mais intensidade coetaneamente, retrotópica:

O que eu chamo de retrotopia é um derivativo do já mencionado segundo grau de negação – a negação da negação da utopia. (...) Fiel ao espírito utópico, a retrotopia deriva seu estímulo da esperança de reconciliar, finalmente, segurança e liberdade, feito que nem a visão original nem sua primeira negação tentaram alcançar – ou, se tentaram, fracassaram. (BAUMAN, 2017, p. 13-14)

É desse movimento que têm se alimentado as cidades-escolas (e a sociedades em si): movimentos de retrotopia travestidos de distopia, mais ou menos como se vê em narrativas e em filmes de ficção científica: projeta-se no futuro o presente para que ele seja passível de digestão. Nos continentes-escola, projeta-se no presente o passado como inovação trazida pelo futuro. Mas, em se tratando da relação jazente em 3% (Continente-Maralto) e a educação e seus continentes-escolas, em qualquer temporada explicita-se o foco na meritocracia como base de toda sociedade. As tensões sempre giram por rotas e por linhas de fuga que sinalizam, como redes rizomáticas, para outros trajetos.

É Said (2011) quem afirma que o discurso de todo império pressupõe o silêncio de alguns. Assim, como *cidade subalterna*, a cidade do outro, a cidade-Continente se perde em seus silêncios, no mutismo imposto, que é uma forma de violência – esta última detendo a voz, unívoca e autoritária.

Aqui imaginamos as cidades dos deserdados, com fronteiras, entretanto, fluidas, porque permeáveis ao que está do outro lado (o Outro), como propõe o poeta Marcelo Ariel:

O espelho
Não é uma fronteira
Cercada de luz
Se parece mais com o que divisa um lago
(ARIEL, 2008, p. 29)

Essa fronteira que divisa os dois domínios do lago é certamente mais interessante por ser real. Metáfora presente em 3%, a lâmina d'água permite que o que está embaixo dela se comunique com o que está em cima (ou dentro e fora dela, conforme se quiser). Movimentos constantes e naturais de evaporação e precipitação constituiriam a permeabilidade dessa alegoria do duplo, explicitando sua multidirecionalidade. A alegoria permite a pergunta: o que emerge de espaços emergentes alternativos como a cidade-Continente? Que literatura ali nasce? Que formas de arte? Que educações e cidades-escolas? Que processos identitários ali fluem e são constituídos, ou desmantelados? Quem sabe apenas uma ligação comunitária, além de uma identidade com o lugar, com a paisagem. Quem sabe seus limites não sejam mais demarcados espacialmente, mas com base em interações intersubjetivas cometidas nos intestinos dela mesma, perdoado o naturalismo exagerado do último trecho.

O que interessa é que as demarcações identitárias não seriam mais espaciais, mas interacionais, implodindo as noções de comunidade imaginada, Estado e nação, reordenando o ponto de vista para enxergar tais espaços a partir dos movimentos de suas

diversas subjetividades em interação. De qualquer forma, na pós-modernidade a subjetividade é a força motriz de qualquer coisa que se assemelhe a identidade cultural, porque está dispersa, foi dispersada dois, três séculos atrás, e reconstituída, só que com novas regras, normas *créole, blended, mezcladas*.

Violentemente capturados e transportados, dispersos pelo Novo Mundo, colocados em plantations com falantes de diferentes línguas, destituídos não apenas de uma língua comum, mas de história e de origem, eles eventualmente conseguirão articular [constituir] sua [ideia de] modernidade pós-colonial. (ASHCROFT, 2009, p. 88)

Aqui o mundo se junta, sem trilhas sonoras redentoras de última cena emocionante e por do sol radioso, mas plasmado com suas contaminações, como propõe Santiago (2000, p. 16), mosaicado com as modernidades alternativas que, de dentro, vêm reinventando a modernidade tradicional ainda falsamente caiada sobre paredes cujos emboços aceitam desde grafites-arte a cartazes anunciando o ritmo que acalantar os quadris do próximo verão. Desse ponto de vista pluriocular e esvaziado de afirmações monolíticas, o conceito de identidade perde seu caráter de produção de algo compartilhado por uma comunidade para produzir, pela adição das subjetividades que o compõem, um *puzzle* do desterro, um exílio de dessemelhantes. A cidade-Continente, que pode ser chamada de compósita, porque viva, traz os rebotalhos de duas formas de existência, à semelhança dos demais espaços urbanos que trazem os refugos humanos e os não-humanos.

Admirável mundo precário

Lembramos Édouard Glissant, para quem a cultura de um povo está intimamente ligada à sua paisagem, a construções simbólicas geo-orientadas, a partir das quais são criadas as comunidades, identidades, nacionalidades e transnacionalidades: “O indivíduo, a comunidade, o país são indissociáveis do episódio

constitutivo de sua história. A paisagem é um personagem desta história” (GLISSANT, 1981, p. 199, tradução nossa⁹).

A professora Diva Damato exemplifica tal ligação íntima entre identidade e paisagem:

Nessa perspectiva compreende-se porque a destruição da vegetação durante a Guerra do Vietnã não tinha apenas objetivos estratégicos militares, mas visava também desestabilizar emocionalmente o inimigo, destruindo o seu habitat (DAMATO, 1995, p. 148)

Foi por conta desse irmanamento entre paisagem e identidade que surgiu a questão dos conceitos de cidade que perpassam as discussões da pós-modernidade: a cidade contemporânea é a *paisagem articulada com a cultura* – com produtos gerados a partir da ação cultural humana, identificada como um tipo de *flânerie* pós-colonial. Desse ponto de vista, o Maralto é a negação do conceito de cidade, vez que aplica o ideário meritocrático ao espaço urbano.

Assim, se eu compreendo e aceito a relação das cidades com o corpo, conforme visto, posso igualmente compreender que uma cidade não somente é *um corpo*: uma cidade é *seus corpos* – os corpos daqueles que a habitam. Nesse sentido, Beatriz Sarlo (2005) apresenta uma leitura da cidade e de seus habitantes curiosa, relacionando-os e compreendendo-os como *corpos em conjunção*: as cidades representam o corpo urbano; seus habitantes, corpos que o compõem.

O corpo-tecido urbano é mantido pelas metáforas humanas que o percorrem e o mantêm coeso ¹⁰. Ora, aqueles corpos-habitantes constituem tanto a origem quanto a perpetuação do espaço urbano que ocupam. É por sua culpa ou sabedoria que as cidades foram erigidas; por sua culpa ou sabedoria que o projeto

⁹ L'individu, la communauté, le pays sont indissociables dans l'épisode constitutif de leur histoire. Le paysage est un personnage de cette histoire.

¹⁰ Aqui cabem provocações sem resposta. Quem passa? O percursante ou a cidade? Que corpo percorre qual? Quem é tatuado/marcado por quem? Certo *continuum* percursante-cidade seria adequado como resposta?

moderno de urbanização (tão antigo que nos parece eterno) foi perpetrado. Entretanto, a “eternidade” das cidades não se reflete em seus percursantes: como continentes de seres finitos, esses corpos admitem uma relação impetuosa e inevitável com a morte, não permitindo qualquer tipo de desvio do vazio que a “indesejável das gentes” representa.

Assim, corpos são vidas, as mais diversas possível, e, por isso, ficam assinalados indelevelmente pelo tempo, se admitirmos que a vida pode ser entendida como “um corpo no tempo” (SARLO, 2005, p. 15). Corpos, sejam marcados pela miséria do Continente ou pela abundância do Maralto, teoricamente pertencem a cidadãos, a quem a nação disponibiliza direitos em troca de sua liberdade; a subtração desses direitos equivale a diminuir a potência do conceito de cidadania, tornando aquele contingente, desapropriado de seu adjetivo de cidadão, invisível à nação, ao Estado, à sociedade, à comunidade, à educação e à própria identidade. Esse é o mote principal da série, e o que a faz interessante à pesquisa. “É possível que alguém se sinta como integrante de uma nação se este pertencimento não é articulado por símbolos concretos de pertencimento?”, pergunta Sarlo (2005, p. 16). O motivo de seu questionamento são aqueles corpos destituídos de cidadania, afeitos ao Continente. São os desvalidos de toda sorte que tiveram furtado seu mito de origem porque não pertencem mais a espaço algum, seja físico ou simbólico: refugiados e ou expatriados simbólica, econômica ou politicamente, para quem a alcunha de “pobre” (subcidadão?) cabe à perfeição. Sarlo conclui que “os pobres têm corpos sem tempo” (SARLO, 2005, p. 15), uma vez que, como não-cidadãos *de fato*, não obtêm do Estado a sua contraparte, ou seja, perdem o direito à sua inscrição em um projeto de nação – à sua inscrição *no tempo*. Deles foi roubada a história.

(...) quando um corpo não recebe aquilo de que necessita, o tempo se torna abstrato, inapreensível pela experiência: um corpo que sofre sai do tempo da história, perde a possibilidade de projetar-se adiante, apaga os sinais de suas recordações. (SARLO, 2005, p. 15)

Sua nulificação econômica reflete-se em seu corpo; são seres fisicamente aniquilados, abduzidos de sua história, de seus mitos, hábitos e afetos: são os anti-projetos da modernidade, sua vergonha, seu dejetos indesejado a quem o Estado nega a dívida, a contraparte teoricamente devida a qualquer corpo que habite uma cidade – uma nação.

Sem tempo para fazer projetos, sem futuro, os corpos correm os riscos impostos pela dívida não-paga: a violência, a ruptura de todos os laços sociais, a selvageria da droga são desafios vistos como se fossem a única afirmação possível da identidade. Quando se rompe a expectativa de um tempo futuro, quando ninguém se sente mais credor nem titular de direitos, os corpos usam a violência para se rebelar. (SARLO, 2005, pp. 15-16)

No artigo *Esthétiques du déchet* (1999a), Walter Moser lembra que, desde as vanguardas do início do século XX, os contatos entre os dejetos e a arte se multiplicaram, o que derivou na eclosão de uma estética do lixo: os detritos adentraram em definitivo o casulo aparentemente inviolável do campo estético, transfigurando à sua maneira o cânone artístico. O detrito, assim, tornou-se aparato indispensável à arte moderna, de certa forma “conspurcando” o sentido de belo: se antes detrito e belo eram porções opositivas do campo estético, a utilização de artefatos provindos do lixo cada vez mais amiúde fez aquilo que antes se desejava distante passasse a fazer parte do conceito canônico de beleza, invariavelmente transgredindo as concepções do que é concebido por “lixo”: de material excluído da arte, passou a componentes “interessante” (sobretudo no realismo/naturalismo do século XIX) ou curiosidade antropológica. Aquele século tinha os dejetos na conta de algo perturbador e vergonhoso, uma espécie de face indesejada do progresso e da civilização.

Entretanto, o interesse pelo dejetos não se apaga com o fim do século XIX; o *chiffonnier* baudelaireano terá seus herdeiros no século

seguinte, quando os detritos e a obra de arte apresentam uma integração temática que irá se potencializando, num processo de (bri) colagem estética, passando pelos dadaístas, e desembocando nos usos mais contemporâneos de Vik Muniz, que os concebe como signos de uma época.

Em 2009, Lucy Walker dirige *Lixo extraordinário* (WALKER, 2009), documentário sobre o trabalho que o artista plástico Vik Muniz fez, entre 2007 e 2009, em um dos maiores aterros sanitários do mundo: Jardim Gramacho, na periferia do Rio de Janeiro. Muniz fotografa um grupo de catadores de lixo e os retrata, utilizando materiais encontrados no próprio lixão. O resultado é um conjunto de obras de arte de proporções gigantescas que só podem ser vislumbradas de cima e de longe: estranha ironia com o que a modernidade faz com seus dejetos, querendo enxergá-los, no máximo, a grande distância.

Trazer o lixo para os espectadores da arte, além de constituir um movimento de provocação (O que é arte? Ao lixo o lixo?), igualmente serve de base para se fazer dialogar esses novos materiais, incluindo-os tanto visual quanto conceitualmente no campo de imanência da arte contemporânea. Ora, seja tratando de produtos da indústria cultural, seja pensando em iniciativas como as de Vik Muniz, estamos presenciando uma maneira daquele Maralto, que tão bem nos representa como sociedade, enfim atribuir novos significados àquilo que excreta.

Aquilo que significava tão-somente um rascunho do que se pretendia erigir como modernidade ressuscitou-se em arte final. Se Borges está certo quando afirma que “toda palavra pressupõe uma experiência partilhada” (BORGES, 2010, p. 39), aqueles corpos (anticorpos?) indesejados, expelidos do projeto da cidade moderna, são portadores unicamente de seu próprio silêncio, pois a palavra lhes foi negada. Aqui toco nos corpos percursantes da cidade-dejeto, resgatando um trecho lapidar do romance *Cidade de Deus*, de Paulo Lins: “Todo silêncio é uma sentença a ser cumprida, uma escuridão a atravessar” (LINS, 2002, p. 100).

No parágrafo anterior, instituímos entre parênteses uma designação-provocação para aqueles corpos-dejetos: anticorpos. Curioso, pois para a Biologia anticorpos são células que, à custa de sua própria existência, combatem aquilo que tenta conspurcar a manutenção do corpo onde elas mesmas vivem. A provocação serve para assinalar uma possível leitura para o significado das populações periféricas para o próprio projeto da (pós-) modernidade.

[Desvio à moda de receita culinária. Tomemos um ovo de galinha como exemplo. Como sistema, é completo, pois, ao mesmo tempo em que ele se serve de sua casca para se proteger das agressões diretas do meio que o circunda, serve-se da mesma casca – porosa e permeável – para se permitir tanto à entrada de gases necessários ao nascimento da vida que ali dentro se engendra quanto a contaminações necessárias à sua manutenção enquanto sistema. Neste ponto, fabulemos a seguinte experiência: pegue-se dois ovos e envernize-se um deles. Como resultado, teremos os mesmos dois ovos, sendo um deles coberto por uma camada de verniz, que lhe roubará a porosidade e a permeabilidade. Deixe-se os dois ovos à temperatura ambiente, digamos, por duas semanas. Depois desse período, quebre-se os dois ovos: um estará são; o outro terá apodrecido. Evidentemente, o ovo apodrecido será aquele então coberto por uma camada impermeabilizadora de verniz, que o fez perder suas rugosidades com o mundo de contaminações do exterior. Isso faz suspeitar que qualquer sistema exige trocas – mesmo que sejam perpetradas com elementos a ele indesejáveis, como as contaminações da biologia ou os indesejados da sociologia.

As populações periféricas (anticorpos, dejetos, sujidades pós-coloniais, assim como os corpos que se arrastam pelas ruas sujas do Continente) acabam por constituírem a salvação do projeto da modernidade – não sua danação. Assim, aquilo que é negado / expelido pelo Maralto se torna fundamental para que, como cidade, ele se mantenha eterno em sua poética de impermanências.]

O momento do desterro é igualmente de abertura ao mundo, compreendendo-o como livro a ser fruído, mistério a ser mantido, enigma a decifrar. Já as certezas acabam por enfraquecer o movimento em direção ao outro. Se o século XIX pautou-se pela descoberta do exótico (uma forma de, tornando-o exótico, apropriá-lo e essencializá-lo numa categoria de alteridade inferior à minha, ocidental e branca), de um outro extremo ao Ocidente, o século seguinte pautou-se pela tentativa finalista de se reduzir definitivamente aquele outro a um Mesmo mundializado.

Até meados do final do século XX o espaço era contraposto ao tempo, sendo este o reino do movimento e da História, em oposição à fixidez do espaço. Entretanto, a partir da segunda metade do XX a geografia impôs ao espaço um lugar de exercício político importante (MASSEY, 2013), permitindo que se fundasse aquilo que designo como ontologia do espaço: político por excelência e alinhado ao tempo (lugar do exercício histórico), o espaço passa a ser concebido como lugar de exercício de subjetividades em conjunção. Nesse sentido, a proposição se completa considerando a cidade como espaço contemporâneo por excelência (sobretudo em vista do crescente e constante movimento global de desruralização das populações), o que leva a considerá-la como lugar de exercício de subjetividades em conjunção na *pós-modernidade*. *Cidade de Deus* afirma-se, nesse sentido, como espaço privilegiado para o exercício do pensamento sobre as identidades na pós-modernidade.

A palavra dos habitantes do Continente foi paulatinamente substituída pelo silêncio. Como pode ser tratada a questão da identidade no espaço de precaridades do Continente? Se o Estado encontra-se ausente; se a nação os nega como cidadãos; se a própria comunidade se divide entre aqueles que defendem o sistema de escolha dos 3% que serão incorporados à minoria de privilegiados e os contrários à implantação sistemática de um sistema meritocrático naquela? Ao contrário daquilo que canonicamente ainda se apregoa, no Continente, identidade ou nacionalidade não são imaginários ou imaginados, mas fisicamente inscritos nos corpos que viram ser

trocada sua liberdade pela delegação de uma ingerência minimamente justa sobre aquilo que é designado como público. A partir daí, o binômio público-privado torna-se espaço para a concorrência de outros binômios-variáveis, tais como exclusão-inclusão e norma-exceção.

A afirmação segundo a qual “a regra vive somente da exceção” deve ser tomada, portanto, ao pé da letra. O direito não possui outra vida além daquela que consegue capturar dentro de si através da exclusão inclusiva da *exceptio*: ele se nutre dela e, sem ela, é letra morta. Neste sentido verdadeiramente o direito “não possui por si nenhuma existência, mas o seu ser e a própria vida dos homens”. A decisão soberana traça e de tanto em tanto renova este limiar de indiferença entre o externo e o interno, exclusão e inclusão, *nómos* e *physis*, em que a vida é originariamente excepcionada no direito. A sua decisão é a colocação de um indecível. (AGAMBEN, 2007, p. 34)

Ou seja, a lei é feita e se nutre dessa exceção, sendo, sem ela, letra morta. A exceção não saiu da costela da norma. O que ocorre é que a norma, suspensa, dá lugar à exceção. Se a lei e o Estado se abstêm de ali arbitrar, sobrevém a regra inventada, desmentindo a lei daquele Estado que se retirou de sua obrigação de dar a cidadãos estatuto de cidadãos, fazendo grassar a ética da violência: a exceção sobrepuja-se à regra.

Memórias, vezes grafadas, vezes perdidas, constituem o retrato de 3%, pura fabulação de uma sociedade entendida como biblioteca (de Babel, a confusão das estantes figurando a aparente desordem caótica da memória, como no trecho ficcional já assinalado), palimpsesto, justaposição geológica de afetos e significações. Nesse sentido, Agier afirma que “as cidades deveriam ser os lugares estratégicos para pensar a cultura em termos de uma organização da diversidade” (AGIER, 2011, p. 34): a cidade funda-se como espaço privilegiado de trânsitos e de trocas na pós-modernidade, onde o lugar e o não-lugar estão presentificados.

A lei perde a partida para as novas regras, instituídas pelos corpos sem tempo. Os corpos sem tempo danam perdidos sob o céu do Continente.

Capítulo 6

Aquilo que sobra e seu tempo fluido

Humberto Giancristofaro

*Sem emoção não há interesse algum
Gilles Deleuze*

Eu vou falar da nossa história, da história que une eu e você, leitor. A história das nossas vidas e do ato de contar essa história. Pois é, nós vivemos contando histórias. Na verdade, nossa vida em si é a forma como olhamos para ela – para a história que contamos a nós mesmos de como estamos vivendo nossas vidas. Contar história é tão importante que no berço da civilização ocidental existiam contadores de histórias profissionais, eram chamados de *aedos*. Homero é o nome de um grupo deles. Na verdade, todos aqueles trovadores [as histórias naquela época de tradição mais oral eram cantadas] que iam inventando e juntando essas histórias eram *aedos* chamados de homéridas: os que contam os causos “inventados” por Homero. E as histórias dele eram tão importantes que serviam como base da Paidéia: o ministério da educação da época.

Desde lá, contar história é algo vital. Tanto que Sócrates disse que aqueles que criam histórias iguais ao poeta Homero, dentre outros, deveriam ser banidos da sua cidade ideal – e esse era um exercício que o patrono dos filósofos estava fazendo para tentar contar a história da Justiça. Para ele, só haveria justiça de verdade se a história fosse contada por um filósofo – talvez de olho na pasta da Paideia –, e essa é a história que Platão diz ter ouvido de seu mestre e publicado em sua obra *A República*.

Minha hipótese é que mudar a forma como narramos nossas histórias é uma transvaloração necessária para interromper a derrocada do homem em direção à sua completa metamorfose em um animal de rebanho, e para que possamos afirmar a diferença e a vida como valor máximo a ser vivido.

Essa tese prescinde do olhar pelo prisma da filosofia e sua essência pluridisciplinar, pois o assunto das narrativas que dominam a existência dos homens é a menina dos olhos de uma dezena de cadeiras, departamentos, escolas e políticas que querem fazer parte dessa história, pois como disse George Orwell (1943) “a história é escrita pelos vencedores”. E todos querem ser vencedores.

Mais a fundo, esse artigo se trata não apenas de uma análise de sistemas narrativos, mas mais importante do que isso, a quem e para que serve contar uma história? Qual o tempo da narrativa? No sentido cru da palavra: a serviço de quê e de quem contamos histórias.

É bom esclarecer desde o início que estou usando o termo “história” como uma solução para o conceito da ação do resultado de uma narrativa. Essa história pode ser tanto a com “h” maiúsculo, História como disciplina; como as histórias da literatura; bem como aquelas não contadas, mas a história vivida (sempre pelos homens, logo, do advento humano). Esse artigo parte de uma análise do filme *Aquilo que sobra* (2018), uma narrativa da diferença.

Minha hipótese é que uma narrativa (de mundo) que não se quer hegemônica, logo que permite a existência de realidades diversas, é a Distopia. A realidade é uma construção humana, de cada indivíduo, do seu ponto de vista e de suas experiências vividas. A realidade é uma narrativa e não é absoluta, por isso as ficções nos dão a oportunidade de relativizar padrões culturais solidificados e transmutar a ordem social. Superar essas prescrições sociais e afirmar a realidade como uma criação, é afirmar que qualquer narrativa dominante é conservadora e seu oposto é uma narrativa distópica, com seu tempo fluido.

A distopia, como conceito, constitui-se numa oportunidade de enriquecer a realidade e de oferecer um ponto de fuga de qualquer

doutrina hegemônica. O pensamento distópico não se ambiciona hegemônico, ele oferece todas as possibilidades de ver o mundo, mas ressalva os contratempos daqueles que se propõem autênticos, únicos ou verdadeiros. Conhecer o procedimento da distopia abre novas oportunidades para criar sua própria maneira de viver.

Essas características da distopia fazem com que sua expressão na forma de uma narrativa seja inerentemente transmídia. Durante as análises que faremos do filme *Aquilo que sobra*, vamos explorar quais são as características da distopia que justificam essa essência transmidiática. Por ora, podemos entender o básico sobre transmídia pela primeira definição do termo feito no livro *Cultura da Convergência*, no qual o autor Henry Jenkins define a narrativa transmídia como “[...] uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento”. (JENKINS: 2009, p.49). Uma narrativa transmídia é “um processo de transmissão de mensagens, temas ou linhas de história para o grande público através do uso engenhoso e bem planejado de múltiplas plataformas de mídia. É ao mesmo tempo uma técnica e uma filosofia da comunicação e extensão de marca que enriquece e amplia o ciclo de vida de conteúdos criativos”. (GOMEZ, 2013).

Aquilo que sobra: o filme

Livremente inspirado no romance clássico alemão *A Montanha Mágica*, de Thomas Mann (1924), o longa-metragem *Aquilo que Sobra* acompanha os últimos dias de Clavdia Chauchat (Isabel Zuaa) num sanatório para o tratamento de doenças respiratórias. Ao tentar se despedir de Hans Castorp (Vicente Coelho), ela tem que lidar com a confissão de um amor impronunciado no momento em que esta anuncia sua partida para enfrentar sozinha a doença que a acomete. Em idas e vindas espaço-

temporais, os dois fazem um esforço de resignificação de seus afetos para poderem seguir em frente.

O filme desenrola-se, assim, em três unidades temporais que se misturam. O tempo atual das ações de Hans será a linha guia do filme. Ele é, contudo, entrecortado por imagens de uma festa, na qual tiveram a conversa narrada no filme e imagens de Chauchat aprontando-se para a partida ao sanatório. Essas imagens vão confundindo-se e intensificando-se em sua troca, tornando difícil a distinção do que é atual e o que é memória ou imaginação.

No início, temos as imagens de Hans em sua rotina e algumas lembranças vêm à tona. Sem que o ritmo seja muito modificado por ele. Isso vai se desconstruindo aos poucos, conforme o encontro com Chauchat se intensifica, conforme sua lembrança do que foi dito, mistura-se com as marcas que isso deixou em seu corpo, marcas ainda recentes e confusas, novas camadas no corpo do protagonista. Até que, finalmente, temos uma coleção de afetos que se apresentam em sucessão quase que livremente, fazendo-nos entrar na espiral de sentimentos enfrentada por Hans Castorp.

Ao final, porém, é preciso aceitar o doloroso adeus, não só aquele de Clavdia, mas o do binômio Hans+Clavdia, aquele que se havia criado na cabeça do protagonista e que é desfeito com um simples gesto de Madame Chauchat. É preciso aceitar a nova ordem das coisas e seguir em frente, num corpo em que Clavdia é mais uma camada de todos os afetos que compõem Hans. O que ele tem agora dela não é mais sua presença, mas aquilo que restou do encontro com ela em seu corpo. É o corpo-sem-órgãos, bem exemplificado por Deleuze e Derrida.

O tema do filme é, por um lado, a possibilidade da resignificação dos afetos através dos tempos e, por outro, as agruras do amor não pronunciado, uma vez que o protagonista só se declara para Chauchat quando esta anuncia sua partida do sanatório. Na película, as diferenças se transformam em

cumplicidade e afeto. Isto é o que resta de mais humano e sensível, é *Aquilo que Sobra*¹.

Deleuze, Derrida, corpo-sem-órgãos, espectros, extratos e outros conceitos

Tanta coisa a dizer, sim, sobre o tempo em que com tantos outros de minha “geração” me foi dado partilhar, com Deleuze, a chance de pensar graças a ele, pensando nele. Desde o início, todos os seus livros (mas sobretudo Nietzsche, Diferença e repetição e Lógica do sentido) foram para mim grandes desafios para pensar, é claro, mas além disso, ao longo de diferenças bastante evidentes no que chamaria, na falta de outros termos, de “gesto”, “estratégias”, “modo”: de escrever, de falar e talvez de ler, a experiência sempre muito perturbadora de uma proximidade ou de uma afinidade quase total nas “teses”, se puder chamá-las assim. Embora a palavra não seja conveniente, para que olha essas “teses”, particularmente a que concerne a uma diferença irreduzível à oposição dialética, uma diferença “mais profunda” que uma contradição (Diferença e repetição), uma diferença na afirmação alegremente repetida (“sim, sim”), o fato de levar em conta o simulacro, Deleuze sem dúvida permanece, apesar de todas as dessemelhanças, aquele do qual sempre me julguei o mais próximo entre todos desta “geração.

Com esse trecho da carta *Terei que errar só*, de Jacques Derrida (publicada no jornal *Libération*, em 07 de novembro de 1995), em despedida pela ocasião da morte do Deleuze, compreendemos essa aproximação escapante entre os dois e que inspiraram a construção das ideias de relação, amor e amizade entre os protagonistas do filme *Aquilo que Sobra*. Além disso, com a análise da amizade entre esses dois filósofos, levantaremos os principais conceitos articulados pelo filme *Aquilo que Sobra*.

¹ O link do trailer: <<https://vimeo.com/213454747>>

Vamos olhar mais de perto as discordâncias e em que nível se dá essa discordância a cerca de um conceito muito caro a Deleuze, que foi o Corpo sem órgãos, que é uma discussão relativa ao corpo vivido, às intensidades que percorrem o corpo, tanto quanto aos corpos políticos. Não é a busca por um modelo a ser copiado para se viver; mas o reconhecimento de que não existe um modelo e tudo que existe é singular dentro de um vasto infinito de multiplicidade de formas existentes.

Porém, a relação de Derrida com a ideia do corpo sem órgãos se passa pela espectralidade do que seriam para Deleuze os estratos, ele não estabelece nenhum ponto como ponto fixo, e mantém o corpo sem órgãos como essencialmente fora dos eixos. Derrida vai nos dizer que o corpo sem órgãos está na ordem do espectro, daquilo que não se apresenta como uma estrutura, não há como tê-lo através de uma experiência específica. É como fazer uma travessia de um rio caudaloso onde não se pode esperar que se consiga chegar em linha reta na outra margem, essa travessia é sempre transversal.

O corpo sem órgãos é o que Derrida chama de agarramento escapante. Se existe uma coisa que pode ser inferida na tentativa de construir para si um corpo sem órgãos, questão que Deleuze persegue ao longo de sua obra, é que essa experiência não é da coisa em si, mas da própria distância. O Corpo sem órgãos como espectro para Derrida, é da ordem do porvir. Portanto, é estar em jogo com ele. Derrida (1995) afirma que, com a morte de Deleuze, para persistir nessa tarefa terá, agora, que errar só.

Os estratos do filme

Podemos entender o filme *Aquilo que Sobra* como um *corpus-filme*. Os conceitos que regem o filme são semelhantes aos da relação entre Deleuze e Derrida. É necessário entender o que rege as camadas que o compõe. Para isso, é preciso que se faça uma inversão na ideia de realidade: é necessário substituir a ideia de história pela de geografia, a genealogia pela geologia. Com isso as camadas do

tempo histórico devem ser suprimidas em prol do tempo estratificado. É preciso pensar em estratos: diversos planos de imanência instaurados uns sobre os outros, numa distopia. O devir do filme, acreditamos, não é dado pela sua história, ou seja, arrancamos a narrativa do filme da hegemonia do tempo, da linearidade e do problema da origem, em prol da relação transmídia entre seus estratos. Com isso, temos três estratos principais que regem o filme: a realidade e outras ficções; a geofônia política; e o tempo fora dos gonzos.

Estrato: Realidade e outras ficções

As questões acerca deste estrato foram muito bem-postas no e-mail enviado pelo curador do Festival de Cinema da Dinamarca (CPH:DOX) ao produtor executivo do filme *Aquilo que Sobra*, no convite para participação na mostra competitiva; *“Eu tenho curiosidade sobre o que poderíamos chamar de “status da realidade” no filme, e o processo usado para produzi-la. Nós temos o histórico de exibir trabalhos como Cavalo Dinheiro, de Pedro Costa, A última vez em que vi Macau, de João Pedro Rodrigues, e Bloody Beans, de Narimane Mari (o qual ganhou nosso mais importante prêmio internacional, em 2013). Essas são obras enraizadas no real e, a partir daí, foram adicionadas camadas de reflexão, performance coletiva e narrativas oníricas. Em Aquilo que Sobra, eu tenho a impressão que o processo de realização do filme foi de alguma forma coletivo, talvez improvisada, numa performance aberta em resposta ao capítulo da novela de Thomas Mann, com os participantes [sem nomes no filme] listados nos créditos com nomes que Mann usa no texto de referência. Mas, isso, é claro, é apenas a minha impressão mais imediata. Partimos do princípio que somos um festival de filme documental, no entanto, eu gostaria de ouvir um pouco mais sobre o histórico do filme. Feito isso, e eu estiver seguro que vamos – falamos do possível contexto para a exibição dele no festival. Muitos*

espectadores darão uma “coçadinha na cabeça”. (o que pode ser uma coisa muito boa de se fazer vez por outra!).”

Em resposta, a equipe do filme prestou os seguintes esclarecimentos que sintetizam o todo desse estrato da obra;

Inicialmente, a vontade de fazer esse filme veio de uma situação autobiográfica do Humberto, como ele nos conta: "Eu li o livro a Montanha Mágica ainda jovem, aos 15 anos, e me amparei nos conceitos de tempo, amor e amizade que estão no livro para formar esses conceitos em mim. Porém, eu não falava francês, e o capítulo em que o filme se baseia é uma parte do livro toda escrita no original em francês (e os tradutores, em respeito às vontades do autor, mantiveram ela em francês). Dez anos depois, quando fazia um intercâmbio de filosofia e cinema em Paris e aprendi o idioma, fui reler o capítulo que eu havia pulado. Para minha surpresa, era nessa parte do livro que os conceitos de amor, tempo e amizade mudavam consideravelmente! Eu tive que olhar para trás e resignificar toda a minha vida! Eu tive que mudar afetos que já tinham passado! Daí vem o interesse em trabalhar com a possibilidade de resignificação dos afetos independente do tempo (aí já vemos algumas fagulhas entre realidade e ficção)."

Para conseguir provocar essa sensação (de resignificação dos afetos) decidimos operar entre três camadas fundamentais: a memória, a imaginação e o tempo atual. E só conseguiríamos realizar isso se fizessemos uma obra coletiva e aberta, uma das propostas chave da transmídia.

Para o trabalho com os protagonistas, propusemos um trabalho de construção de personagens que partisse de uma performance de si. Para isso, lançamos mão de uma dupla estratégia: a fazenda em que filmamos foi onde o ator que interpreta o Hans cresceu e formulou a maior parte de suas memórias, isso teve uma ingerência enorme sobre o personagem, pois tudo com o que ele lidou em termos de objetos e locações já estavam contido na sua memória e na sua história; ao mesmo tempo, escolhemos uma atriz portuguesa para o papel de Chauchat, pois assim como a personagem de Mann, ela traz consigo a marca do estrangeiro,

patente já em seu sotaque português (consideravelmente diferente do brasileiro). Assim, os dois tiveram que construir um corpo que partia de suas experiências, vivências e memórias próprias, emprestando a seus personagens algo autobiográfico, num movimento de autoficcionalização.

Para a mise en scène, escolhemos um regime de cena aberta em que o ator não possuía marcas para suas ações, mas podia escolher como fazer uso do espaço cênico, aproximando o trabalho da performance e do improviso. Para o personagem de Hans, privilegiamos os planos abertos, em que o objetivo era fazer surgir, pela relação com o cenário, os objetos e as ações, as emoções que queríamos construir.

Usando, assim, a força da vivência do ator para criar a força da cena e formar quadros vivos (reais), em que a câmera documentava essas performances – com as forças atuais dos atores. Procuramos trazer o máximo dessa energia, propondo aos atores que se colocassem em lugares de risco (cênico): num mergulho dentro de uma mina abandonada, de cabeça para baixo, correndo, fazendo o regime de exercícios calistêmicos, durante um longo banho, desnudando-se.

Lembramos também da gincana de uma comunicação extradiegética entre os atores-personagens. No princípio do roteiro, toda conversa que os protagonistas estão tendo, é uma lembrança da conversa que tiveram na noite de carnaval. Sendo assim, tudo o que acontece está em suspensão, pode ter acontecido de fato ou ser um produto da fantasia de um dos personagens ou dos dois. Para guardar certa autenticidade nessa "confusão", os dois protagonistas não treinavam os seus textos juntos. Cada um ensaiava em separado a sua parte e sem ter ninguém falando o texto do outro, isso os forçava a construir uma lembrança real da "conversa" que teriam tido."

No livro *A Montanha Mágica* (1924), o protagonista central da obra é Hans Catorp, um jovem Alemão, que, nas palavras da personagem Chauchat, é um "Burguês, humanista e poeta". De fato, o personagem é um engenheiro de família bem-criado e tão

acostumado com os ritos da velha aristocracia que padece mergulhado no recato da etiqueta. Ele se sufoca com os sentimentos que lhe escapam ao controle, especialmente o de amor por uma russa. Lembremos que o romance acontece numa janela temporal do início do século XX, nas cercanias da Primeira Guerra Mundial, que teve como uma das causas principais as políticas Imperialistas das grandes potências europeias.

Um evento que assustou a população mundial por muito tempo, dada o alto grau de letalidade dos avanços tecnológicos (como o recém inventado avião). Com tamanha animosidade, toda relação com um estrangeiro exigia cautela. A Tríplice Entente (Reino Unido, França e Império Russo) beligerava contra a Tríplice Aliança (Império Alemão, Áustria-Hungria e Itália – este último não entrou na guerra, fato que reverbera no comportamento do personagem italiano do livro, o Sr. Settembrini).

Chauchat é uma russa do interior, do Daguestão (ao lado do Azerbaijão, quase Irã), logo com costumes muito menos rígidos e europeus dos que o de Hans que andava com a elite. Eles escolhem falar em francês no capítulo 5 (no qual o filme *Aquilo que Sobra* se inspira), não apenas por estarem em Davos, na Suíça, mas para refletir a (pseudo) neutralidade da conversa que estão tendo. E é a noite de carnaval que lhes dá essa liberdade de não pensar nas diferenças entre os governos de seus impérios.

Aquilo que sobra se inspira nessa tensão histórica que se reflete no *casting* do filme. Quem faz o papel de Hans é o ator Vicente Coelho, um jovem ator da zona sul carioca, criado no sítio da avó (no qual foi gravado o filme, como falaremos adiante) e cristão-ortodoxo. Para o papel de Chauchat foi escada Isabel Zuaá, atriz portuguesa, negra de origem guiné-angolana.

Um elemento transmídia de extrema importância para o filme, relacionado às tensões entre os dois atores, foi a exibição do primeiro corte da obra no Teste de Audiência, momento no qual um público aleatório também estava presente. O *feedback* do público foi a impressão de que, o até então protagonista do filme, Hans, na

verdade, estava de igual para igual na relação com sua amada Chauchat; dado as tensões que a atriz trouxe para sua personagem. Uma análise espontânea que consideramos muito significativa, num país como o Brasil, onde o espaço do negro é reduzido a cotas no audiovisual, com raros protagonistas. Diante dessa visão revelada pelo público sobre a obra, a equipe de direção e roteiro decidiu investir na Chauchat como a protagonista do filme, fazendo com que a narrativa não fosse mais apenas uma memória de Hans, porém, um tête-à-tête memorável entre eles. E, também em outra camada, uma discussão de gênero, no final das contas.

Ainda nesse estrato geográfico-político, o filme apresenta três elementos linguísticos que também foram regidos por essas tensões. O primeiro está na tradução do capítulo cinco do livro, que serve para basear parte dos diálogos do filme. Até então esta parte da obra sempre foi veiculada como quis o autor, em língua francesa, exatamente para refletir o que de fato ocorre num ambiente de encontro entre estrangeiros, como em um sanatório.

Ao traduzir para o português, o roteiro teve que dar conta das duas tensões seguintes. No livro, Hans se dá o direito de *tutoyar* Chauchat, ou seja, usar o pronome de tratamento *toi*. Este pronome na língua francesa é restrito para pessoas próximas ou de mesma classe social e nunca para superiores, pessoas desconhecidas, ou damas; diferente do *vous*, de uso mais informal. Hans, porém, aproveitando as liberdades do carnaval, toma essa atitude, confuso com a intimidade que alcança com Chauchat em sua cabeça.

Para resolver essa questão linguística que não existe (dessa forma) no português, foi lançada mão da diferença semelhante entre o *tu* e o *você*. No entanto, a atriz Isabel tem as suas falas originalmente lapidadas por um português lusitano dada a sua origem, o que cria um problema para o uso dessa estratégia, uma vez que esses mesmos pronomes de tratamento têm valores invertidos em Portugal: *tu* é mais informal, enquanto *você* é extremamente formal. Isso causou uma polifonia nas falas de Hans, uma distopia na narrativa, e muitas

vezes trouxe para o próprio personagem os desconfortos sociais do ato de *tutoyar* uma pessoa que não se deve.

Esgrima verbal

Numa primeira faceta, o que no livro se passa num par de páginas rápidas, com Hans e Chauchat sentados no sofá conversando, no filme são 75 minutos de esgrima verbal. Para Hans, o tempo da rememoração dessa conversa ocupa todo um dia – completamente preenchido com sua rotina de cuidados com a saúde, no sanatório. Enquanto para Chauchat o tempo dessa conversa dura apenas o tempo de um banho, como se ela estivesse se limpando do ranço de todo apego de seu interlocutor – apego ao século XX – e se preparando para seu movimento de partida, ela já está em outro lugar. Mas de alguma forma ele tem que se encontrar nesse tempo negativo, um tempo fora do tempo, cada um com sua velocidade distinta.

O filme documenta a possibilidade performática do diálogo do ator com a atriz que nunca se cruzam no mesmo tempo, mas que precisam fazer uma performance da possibilidade desse encontro.

Já Hans perde o *timing* de se declarar para o seu grande amor. Precisa de sete meses para deixar o seu amor se enraizar e se tornar forte e poderoso, para poder ir se declarar numa noite libertina de carnaval, procurando encontrar a ressonância eterna de seu amor, e quiçá torná-la sua esposa como preza os bons costumes do homem do século XX. No entanto, como ela está doente e deve partir para sua casa, e partirá para longe, para o mundo dos mortos talvez, ele precisa ressignificar todo esse amor que afoga seus pulmões.

O tempo está fora da linearidade no filme *Aquilo que Sobra*, por isso Chauchat só pode falar em memória com o jovem Hans. Este vive seu dia cotidiano e boçal, sempre em busca de melhorar a saúde para ter mais tempo, mas perde o tempo do seu grande amor. Ele transmidializa o tempo para outros relógios, para uma ampulheta da eternidade, onde as horas não correm, elas coexistem,

como afecções sem corpo para afetar. As memórias de Hans são afetos não vividos.

Dado o movimento do tempo, a contagem regressiva e fatal de Chauchat, Hans adoece do coração, embriaga-se da sua falta de tempo, girando infinitamente nas memórias de quando ainda tinha tempo. Enquanto isso, coleciona pedras, matéria incorruptível pelo tempo com as quais, sem tempo de realizar seu amor, só pode realizar seu túmulo e sua lápide, onde deveria estar escrito: aqui jaz um típico homem do século XX. Com a morte desse homem, o filme sugere uma transvaloração, para deixar vir o novo tempo, este tempo das mulheres do século XXI.

Para a imanência, essa realidade forjada, não há uma única verdade possível, existem infinitas forças que se relacionam e todas podem vir à tona a qualquer momento para conformá-la – essa é a potência do falso, isso faz da realidade, uma ficção. Por contraponto, um filme de ficção não necessariamente tem sua narrativa absoluta. Uma narrativa de ficção pode estar assentada em diferentes estratos e instaurar diferentes realidades. Como acontece em *Aquilo que Sobra*, essa ficção pode ser vista, ora como uma distopia de Chauchat, ora como os afetos transmídia de Vicente-Hans, ora como autobiográfico.

Desta forma, gostaríamos de concluir que, com esse pensamento, o que acontece é a criação de novas manifestações, de novas estruturas e de novos elementos que comporão as possibilidades da vida. Evidenciamos também no artigo como a distopia transmídia constitui-se numa oportunidade de enriquecer a realidade e de oferecer um ponto de fuga de qualquer doutrina que se pretenda hegemônica.

O pensamento da diferença não se ambiciona hegemônico, ele oferece todas as possibilidades de ver o mundo, mas ressalva os contratempos daqueles que se propõem autênticos, únicos ou verdadeiros. Conhecer o procedimento da distopia transmídia abre novas oportunidades para criar sua própria maneira de viver e, esteticamente, possibilita a existência de um cinema falso.

Capítulo 7

Ficção e Fotografia - imaginando a realidade

Cristiano Franco Burmester

“Quanto mais esquecido de si mesmo está quem escuta, tanto mais fundo se grava nele a coisa escutada.”

Walter Benjamin

A fotografia contemporânea expõe um diverso conjunto de reconfigurações e mediações, nas quais as questões apresentadas pelas imagens, parecem propor o surgimento de um regime de imagem com novas formulações e experiências que, sob uma perspectiva purista, é indicativo de indefinições e incertezas em relação ao papel da fotografia na atualidade.

Os fundamentos da fotografia na contemporaneidade, parecem adquirir maior amplitude no campo das hibridizações dos dispositivos imagéticos e da experiência visual e menos consistência na direção das especificidades, e do purismo fotográfico. As novas modalidades da fotografia apresentadas no contexto das novas mídias, por exemplo, vêm promovendo uma reorganização não apenas na própria essência do que foi instituído como o fotográfico, mas também na relação do observador com a imagem.

Nesse sentido, a representação da realidade através de fotografias se desvinculou da necessidade de se restringir a um tipo de imagem, em que a produção imagética acerca da realidade social tomava como base, não apenas o estatuto de evidência das fotografias, mas pode também explorar, além disso, o poder da imagem tornar visível subjetividades e virtualidades, ainda imperceptíveis, mas

funcionando como elementos estéticos que ajudam a traduzir o mundo de acordo com uma maneira de enxergá-lo.

De certa maneira, limitar-se ao registro revelou-se insuficiente em diversos momentos na perspectiva do fotógrafo, como também no entendimento do observador. A complexidade da realidade do mundo se coloca cada vez mais aparente e a percepção deste emaranhado social, aliado às novas mídias, gradualmente, liberta a fotografia do simples ato documental, para uma prática hibridizada pela tecnologia e renovada em seus formatos narrativos.

A naturalidade com que se processa a produção e a difusão da fotografia nas versões digitais dos veículos de comunicação, ampliou a flexibilidade e a agilidade do trabalho de edição fotográfica em teor até então não observado, proporcionando novos contornos para as narrativas documentais. Este processo em curso tem provocado transformações na forma de trabalho de fotógrafos, cineastas, artistas e editores de fotografia, que agora reelaboram o uso da imagem fotográfica nos diferentes campos da comunicação.

É neste contexto atual de ampliação da estética fotográfica, na construção de uma imagem documental resultante do embate entre realidade e ficção, que esta reflexão pretende aplicar seus esforços de investigação e análise.

Novos contornos visuais

A convergência tecnológica desenvolvida pela digitalização dos meios acelerou e ampliou as possibilidades narrativas do trabalho documental. A atual diversidade de formatos documentais exige um novo olhar sobre uma prática ainda tão arraigada, ao menos no senso comum, na objetividade factual da fotografia.

O fotógrafo francês Henri Cartier-Bresson apregoava (1932) que a realidade deveria ser percebida em tempo quase simultâneo ao acontecimento real, ou seja, o fotógrafo apreende o máximo possível da realidade em curso para que sua reação aos fatos, seja uma resposta o mais direta e objetiva possível. Este método de

trabalho, conhecido como o instante decisivo, ajudou a construir parte da visualidade fotográfica do séc. XX, e impregnou no imaginário coletivo uma relação de identificação com a imagem fotográfica pautada no registro da realidade visível.

De certa maneira, a técnica e a linguagem fotográfica estavam alinhadas com o contexto sociocultural da modernidade, marcada pela industrialização, pelo avanço das ciências e a crescente urbanização do mundo. No lado da recepção, para o observador, o leitor ou o público, a percepção da objetividade da fotografia se sobrepunha à percepção da subjetividade do fotógrafo.



Figura 1: Atrás da estação de Saint Lazare.

Henri Cartier-Bresson, 1932.

O trabalho *The Americans*, produzido pelo fotógrafo suíço estabelecido nos EUA, Robert Frank (1958), ganhou notoriedade, em grande parte, devido ao trabalho de edição desenvolvido pelo autor após a conclusão da produção do documentário.

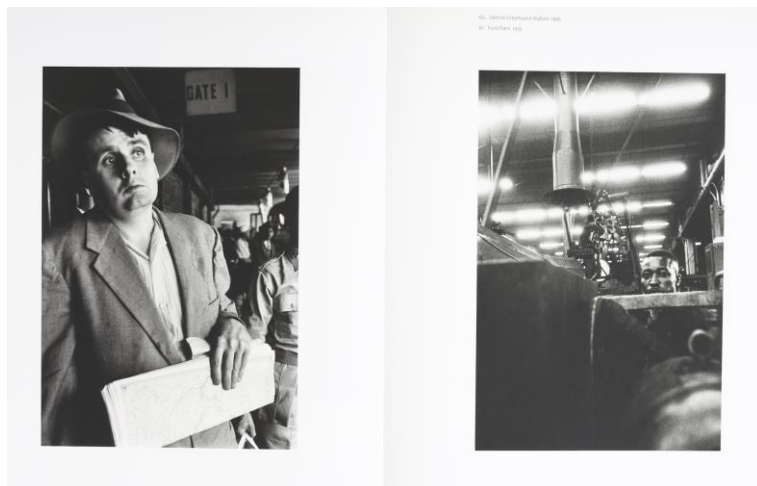


Figura 2 - *The Americans*.

Robert Frank, 1958.

Durante dois anos, o fotógrafo percorreu o território dos EUA, documentando o estilo de vida da população de várias regiões do país. As fotografias exibem trabalhadores de grandes centros urbanos e também da área rural, famílias em dias de lazer, cerimônias religiosas, pessoas viajando, crianças, idosos, além de uma enorme diversidade de situações e fatos daquela sociedade da década de 1950.

Os registros realizados diferem da técnica utilizada por Cartier-Bresson. Suas fotografias estão carregadas de uma espontaneidade despretensiosa, tanto por parte do fotógrafo, quanto dos personagens ali registrados.

A proposta de Frank (1958) se consolidou com a exibição de seu trabalho editado em pares de fotos expressando situações antagônicas ou conflituosas, ganhando assim, a atenção do público,

que desta vez, pôde perceber mais claramente as sutilezas da complexidade da realidade social.

Na mesma medida em que a objetividade da fotografia é colocada diante dos olhos do observador, a sequência das fotos, seu ordenamento explícito, expõe a intenção do fotógrafo. Aqui, neste caso, o olhar estrangeiro sobre a realidade de um país ampliou a consciência crítica sobre a condição social norte-americana, com traços explícitos de desigualdade racial e econômica, divisão de papéis sociais entre homens e mulheres e diferenças entre o ambiente urbano e o rural.

Gradualmente, a linguagem fotográfica irá buscar uma relação menos desigual entre a expressão objetiva da realidade visível e a subjetividade do autor. Neste processo de construção do olhar, o trabalho fotográfico terá continuidade após o registro da imagem.



Figura 3 - *The Americans*.

Robert Frank, 1958.

A narrativa fotográfica adquire novos contornos na medida em que diferentes estruturas visuais são elaboradas. Diferentes sequências de imagens se desdobram a partir de um mesmo conjunto de fotografias. No trabalho *The Americans*, Robert Frank

desenvolveu sua visão pessoal sobre o tema, e, ao deixar claro sua perspectiva sobre o contexto social, obteve como retorno uma ampla resposta do público que também se sentiu à vontade para olhar as fotografias de maneira própria e individual.

Nesta perspectiva, há um desdobramento em curso na linguagem fotográfica. A fotografia documental busca uma fuga da mera representação e se aproxima do que talvez possa ser chamado de expressão (ROUILLÉ: 2009, 137). Ao expressar um acontecimento, e não apenas apontá-lo, a fotografia adquire um aspecto mais amplo, justamente pelo distanciamento das questões materiais e da aproximação com o contexto imaterial.



Figura 4 - Bullfight.

Ernst Haas, 1952.

De origem austríaca, mas residente norte-americano, o fotógrafo Ernst Haas (1952) ganhou a atenção de Henri Cartier-Bresson e Robert Capa, ao publicar uma reportagem sobre o retorno dos soldados alemães e austríacos das diferentes frentes de combate no final da II Guerra, e o convidaram a se juntar aos demais fotógrafos da recém-criada Agência Magnum de fotografia. Após alguns anos, insatisfeito com a dinâmica dos trabalhos foto

jornalísticos, Haas trouxe para seu trabalho a fotografia colorida onde buscou expressar sua individualidade através da produção de ensaios temáticos, onde a forma se colocava como protagonista nas suas imagens.

A busca pela afirmação da individualidade, o elogio à forma e o dialogismo com modelos são algumas das linhas criativas exercidas por fotógrafos ao desenvolverem trabalhos, onde a complexidade da cultura ganha uma maior visibilidade. Nesta perspectiva, alguns fotógrafos irão se concentrar na criação de imagens com uma proposta visual distante do formato factual e informativo predominante na grande maioria das revistas e publicações daquele momento. Porém, gradualmente, algumas publicações irão tornar-se mais abertas para os ensaios visuais mais expressivos.

Para Deleuze e Guattari, o papel da linguagem é ordenar, transmitir palavras de ordem e menos informar e comunicar (ROUILLÉ: 2009, 158). De certa maneira, até então, a linguagem fotográfica desempenhou o papel de transmissão de um ordenamento visual. A ruptura observada também apontava para uma mudança de contexto global, a passagem da sociedade industrial para a sociedade da informação.

É neste novo ambiente social, mediado de forma crescente pela tecnologia, aliada aos meios de comunicação digital, que a capacidade de expressão da fotografia irá desenvolver seu potencial.

Hibridização

A configuração das redes de informação e comunicação possibilitou o surgimento de uma nova estrutura comunicacional na sociedade, mas também permitiu um maior protagonismo para a subjetividade do indivíduo e dos grupos sociais. A concepção de realidade, até então disseminada pelos veículos de comunicação, passou a ser construída também pelas imagens, textos e todo o

processo de comunicação desempenhado de forma individual ou coletiva pela sociedade.

A consolidação de um novo formato, multi-direcional, tendo o rizoma como forma estruturante, amplia a intensidade do embate entre objetividade e subjetividade nos meios de comunicação. Agora, não apenas o campo da comunicação permite a expressão subjetiva, mas, de certa maneira, impõe como dinâmica o confronto de opiniões, representações e concepções da realidade. É decorrente deste campo de forças antagônicas que as rupturas provocadas pela expressão autoral na fotografia, irão adquirir visibilidade na imagem.

Ao contrário da fotografia que buscou o congelamento da imagem através de registros realizados em uma fração de tempo cada vez mais curta, com o propósito de registrar a realidade da forma mais objetiva possível, o cinema partiu do pressuposto da construção de histórias, sejam elas documentais ou ficcionais, através da montagem em sequência de recortes da realidade.



Figura 5 - The Lunch.
Phillip-Lorca Di Corcia, 1992.

No cinema, a ficção está explícita para o observador, esteja ela representada pela perspectiva do diretor de um documentário, pela encenação de um romance, ou pelo roteiro criado para uma determinada interpretação da realidade.

O fotógrafo Phillip-Lorca Di Corcia (1992), desenvolveu seu trabalho buscando encenar situações de um contexto de realidade, através de uma estética referenciada na linguagem cinematográfica. Na sua percepção, a encenação do real é mais apropriada para a sua própria representação. Neste sentido, o fotógrafo acredita que a realidade está melhor representada através da ficção. Já o fotógrafo inglês Nick Waplington (1991), procede de outra maneira. Seu método de trabalho como documentarista consiste em se inserir de maneira próxima e aberta no cotidiano de seus personagens, obtendo assim um grau de naturalidade e espontaneidade, diferente daquele operado pelos documentaristas, que buscam retratar uma situação mantendo uma determinada distância de seu tema.



Figura 6 - Living Room.

Nick Waplington, 1991.

Ambos fotógrafos se apropriam de diferentes técnicas e estéticas. Phillip-Lorca Di Corcia trabalha de forma planejada, com

atenção minuciosa em todos os elementos da composição da imagem, a escolha dos modelos e personagens, o uso da iluminação adequada para criar a ambientação desejada, o uso de locações como cenários, os detalhes do figurino, ou seja, toda uma concepção de direção de arte está aliada a um trabalho autoral, que se propõe também documental na medida em que aborda questões da sociedade contemporânea. Nick Waplington (1991), investiu aproximadamente dez anos na produção do seu projeto documental *Living Room*, um longo processo de familiarização com os moradores de uma cidade inglesa. A sua escolha por uma estética menos refinada, apoiada na luz ambiente dos próprios locais de fotografia reforça, de certa maneira, a condição de vida daquelas pessoas documentadas em suas residências e bairros.

Nos dois casos, o que mudou, foi apenas o modo como passaram a entender, e a cumprir o próprio gesto documental. Porém, o estatuto ético do trabalho, manteve-se filiado às propostas de participação, denúncia ou representação da realidade, permitindo assim o seu enquadramento como documentário fotográfico. Ao reinventar a realidade na imagem, os fotógrafos também reinventaram a realidade da imagem: questionando a sua própria tradição, perverteram-na estruturalmente. Como resultado, a fotografia documental, como até então concebida epistemologicamente, foi questionada e reelaborada nestes projetos.

Desdobramentos

Em meio à efervescência das transformações, qual é o espaço a ser ocupado pela fotografia contemporânea? A aceitação de que o contexto cultural atual é híbrido em sua essência, pode colaborar para as proposições metodológicas, na medida em que, o entendimento dos processos passa a ter igual relevância quando comparado à necessidade de nomeação dos signos.

A subversão a que foi submetido o teor documental da fotografia desde seus primórdios, parece colocar em evidência a

essência híbrida da própria imagem fotográfica. Sob esta perspectiva, podemos considerar que diferentes formas de atuação na produção fotográfica coexistiram ao longo de sua história, porém, determinados procedimentos estiveram em destaque decorrente do teor do confronto crítico a que estava submetida a fotografia. No período inicial de sua existência, o embate conceitual com a pintura era explícito. A concepção hegemônica era a nomeação da fotografia com a técnica do registro, decorrente do entendimento de que não se passava de um processo mecânico, e sem participação relevante da subjetividade na criação da imagem. Claramente, este embate criava apontamentos específicos para a distinção entre a fotografia e as artes plásticas, mas, também, provocou o surgimento do movimento do pictorialismo na fotografia, que se configurou pela apropriação das técnicas de montagem e fusão fotográficas para criar imagens capazes de expressar um olhar representativo de um sentimento, ou pensamento sobre uma determinada situação ou assunto. Ainda neste contexto, a intervenção do fazer manual sobre a produção da imagem colocava um contraponto, à percepção de que as artes plásticas detinham a essência da criação decorrente da ação da mão sobre o produto final de seu trabalho.



Figura 7 - *Fading away.*
Henry Peach Robinson, 1858.

O inglês Henry Peach Robinson foi um dos fotógrafos expoentes do movimento pictorialista, que se desenvolveu a partir da década de 1850. O seu trabalho procedia em etapas, inicialmente, um esboço como um desenho da imagem pretendida era realizado. A fotografia definitiva era uma montagem de diferentes elementos da composição que eram fotografados separadamente decorrente de limitações técnicas da época, mas também para a obtenção do resultado estético desejado à semelhança do movimento do romantismo presente nas artes plásticas e na literatura.



Figura 8 - Yosemite.

Stephen Wilkes, 2015.

O fotógrafo norte-americano Stephen Wilkes (2015) cria imagens que em sua concepção visual final revelam a passagem do tempo em um período extenso, revelando o transcorrer do dia até o cair da noite sobre uma mesma paisagem. A imagem final é uma montagem digital de mais de 1000 fotos capturadas em intervalos regulares durante um período de aproximadamente 12 horas. A concepção estática da fotografia, se vê subvertida pela nítida percepção da extensa duração do tempo de registro. Aqui podemos

constatar o fazer manual que se faz presente nas técnicas fotográficas do séc. XIX, e é substituído pelo trabalho de montagem através do computador, onde as mãos operam as ferramentas de manipulação digital de imagem.

A ampla receptividade recebida pelo trabalho de Henry Peach Robinson (1869), levou o fotógrafo a publicar um livro, o *Pictorial Effects on Photography*, onde o autor demonstrava seu método de trabalho e procedimentos técnicos utilizados para a realização do trabalho. O processo de montagem empreendido por Stephen Wilkes (2016), ao mesmo tempo em que condensa a passagem do tempo em uma única imagem, amplia o potencial narrativo da fotografia, contrapondo, de certa maneira, o regime narrativo das foto reportagens. Seu trabalho, criado com objetivos artísticos foi recentemente utilizado pela revista *National Geographic* (2016)¹, em uma extensa matéria sobre o centenário da criação do sistema de parques nacionais dos EUA.

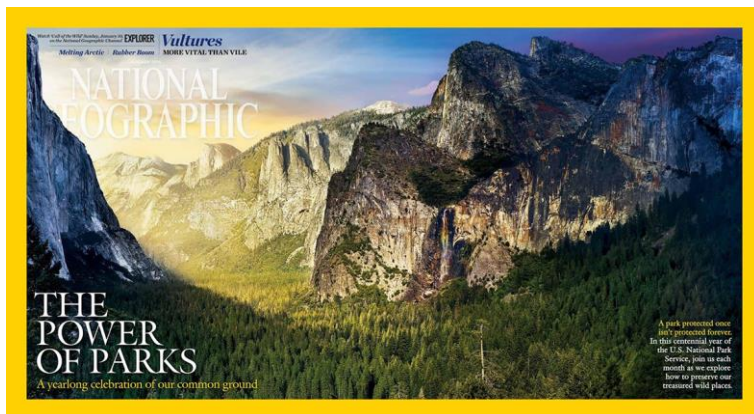


Figura 9 - National Geographic cover.

Stephen Wilkes, 2016.

Para muitos fotógrafos, a arte da mixagem ou da colagem é vista como uma forma de trazer para o seu cotidiano profissional

¹ <<https://www.nationalgeographic.com/magazine/2016/01/national-parks-centennial/>>

um certo frescor ou uma brisa de renovação, frente a uma profissão submetida as duras leis de mercado. Porém, como ocorre com qualquer técnica desenvolvida, ela pressupõe um método, e se há método, é possível aprender a utilizar este processo técnico.

De fato, a pesquisa realizada por estes e outros fotógrafos, busca uma aproximação com a arte caracterizada pela tentativa de estabelecer uma nova relação entre a fotografia e o visível, ou seja, registrar aquilo que não está aparentemente visível. Sendo assim, o que temos como processo de criação da linguagem fotográfica, é um mecanismo de contínua hibridização do meio. Se passamos a entender a fotografia como um meio híbrido, fundamentos como índice do real, verossimilhança e analogia precisam ser reposicionados, mas com o devido cuidado para se evitar uma generalização superficial.

Se voltarmos no tempo e considerarmos a fotografia uma ferramenta moderna, apropriada para nomear os preceitos da modernidade, iremos entender que o processo de desconstrução a que foi submetida a linguagem fotográfica, resultou em algo novo e aquilo que se conhece como fotografia permanece em sua essência, e ocupa um lugar específico, blindado de todas as interferências externas.

A palavra moderno designa dois conjuntos de práticas diferentes, que para permanecerem eficazes devem manter-se distintas, apesar de recentemente terem deixado de sê-lo (LATOUR, 2009. P.16). O primeiro sistema, cria por tradução, misturas entre gêneros de seres completamente novos, híbridos de natureza e cultura. O segundo atua por purificação, ou seja, a criação de duas zonas ontológicas distintas. Nesta linha, seria a fotografia de Stephen Wilkes uma nova categoria de imagem fotográfica? No processo comunicativo, o que é relevante para o leitor ou o observador?

Para todos, há a possibilidade da escolha, mas tendo ela sido feita, quais são seus desdobramentos? O entendimento de que a fotografia deve permanecer, em sua essência, exclusivamente como

um índice do real, possivelmente irá deixá-la cada vez mais distante e isolada diante da profusão de formatos híbridos nos quais a foto possui participação relevante. Reconhecê-la como um meio que sempre foi híbrido, catalisado pelas tecnologias digitais em seu potencial de hibridismo, não exclui a sua relação direta com a realidade, mas sim, encurta as distâncias com as demais formas narrativas por imagem.

Ao que parece, a condição híbrida impõe um exercício constante de análise e reflexão, mais voltado para a percepção e entendimento das sutilezas do que para a nomeação das especificidades. De qualquer maneira, na atualidade, independentemente das escolhas, é necessário se adaptar à velocidade e à sutileza das transformações, que ocorrem sem ponto de parada.

Capítulo 8

Em busca do novo “tempo” para a narrativa televisiva

Stanley Teixeira

Linguagens antes consideradas do tempo – verbo, som, vídeo – especializam-se nas cartografias líquidas e invisíveis do ciberespaço, assim como as linguagens tidas como espaciais – imagens, diagramas, fotos – fluidificam-se nas enxurradas e circunvoluções dos fluxos. Não há mais lugar, nenhum ponto de gravidade de antemão garantido para qualquer linguagem, pois todas entram na dança das instabilidades. Deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam, unem-se e separam-se, entrecruzam-se. Tornam-se leves, perambulantes. Perderam a estabilidade que a força da gravidade dos suportes fixos lhe emprestava. Viraram aparições, presenças fugidas que emergem e desaparecem ao toque delicado da pontinha do dedo em minúsculas teclas. Voam pelos ares a velocidade que competem com a luz. São tão voláteis que um dos grandes problemas atuais se encontra nas novas estratégias de documentação que devem ser encontradas quando os meios de estocagem se tornam obsoletos em intervalos de tempo cada vez mais curtos.

Lucia Santaella

Em cada uma das civilizações que surgiram por todo o planeta Terra ao longo da evolução humana, em algum momento a marcação do tempo tornou-se uma questão de sobrevivência. Na medida em que o homem precisava domar os fenômenos da natureza, os instrumentos de medição foram se tornando mais e mais sofisticados e se popularizaram a partir da Revolução Industrial. Os meios de

transporte a vapor, e o desenvolvimento das telecomunicações deram início ao processo de globalização e conduziram o homem à atual sociedade da informação, impulsionadas por invenções como o telégrafo, o telefone, o rádio, a TV, o computador e a Internet.

Na medida em que a vida cotidiana se acelera, a marcação do tempo de cada tarefa diária torna-se uma obsessão. E assim como os primeiros hominídeos utilizavam os fenômenos naturais como referência temporal, um fenômeno semelhante aconteceu no século XX com a programação televisiva, que passou a ser utilizada como referência para as atividades sociais. Entretanto, desde a invenção do vídeo cassete as pessoas buscam meios para se libertar do tempo imposto pela TV.

Com a evolução dos computadores e a migração de muitos conteúdos audiovisuais para a web, ainda que de forma ilegal na maioria das vezes, a TV se encontra num momento de necessária reinvenção para continuar sobrevivendo. Neste contexto, a implantação do sinal digital surge como esta possibilidade de repensar a narrativa televisiva. Entre os principais benefícios do sinal de TV digital está a interatividade, que tem evidentes usos em termos de entretenimento, mas que também pode ser usada para promover a democratização do acesso à informação. Para isso será necessário repensar o uso do tempo na tela da TV.

O desejo humano de dominar o tempo

Como os primeiros hominídeos não possuíam a habilidade e o conhecimento necessários para construir nenhum tipo de instrumento de medição, a opção mais intuitiva era a observação de fenômenos periódicos da natureza. Os caçadores do Paleolítico, por exemplo, tinham na posição dos corpos celestes um mapa para acompanhar o comportamento migratório dos animais. Eles contavam os dias entre as fases lunares fazendo marcações em gravetos e ossos. Isto os ajudava a acompanhar as estações do ano e observar de que maneira os animais se comportavam em cada

estação. Para os bandos que viviam da caça e da pesca, este conhecimento era decisivo para garantir o sucesso das caçadas e a sobrevivência da espécie.

No período Neolítico, o domínio da agricultura se estabelece, tornando ainda mais importante conhecer os ciclos das plantas, entender o momento certo de preparar a terra, semear e colher de acordo com as características de cada espécie vegetal, tornando pouco eficaz a marcação em gravetos e ossos e impulsionando o surgimento dos calendários. Segundo Buchmann (2010), por volta de 4.200 a.C., é criado no Egito um calendário lunar primitivo com 12 meses e 354 dias. A cada dois ou três anos, era inserido um 13º mês para adequar a medição ao nascimento da estrela Sirius, a mais brilhante do céu noturno e que marcava o início do ano, coincidindo com as cheias do rio Nilo. Prever as cheias do Nilo foi a chave para a sobrevivência e a evolução do povo egípcio. Na Mesopotâmia, também no quinto milênio antes de Cristo, os sumérios elaboraram um calendário com 12 meses de 30 dias. Cada dia era dividido em 12 períodos de 2 horas que, por sua vez, eram fracionados em 30 partes de aproximadamente 4 minutos.

Com o passar dos séculos, a necessidade de precisão foi se tornando cada vez maior e, por volta de 3.500 a.C., tanto na Mesopotâmia quanto no Egito, já haviam registros de uso dos primeiros relógios de Sol, que eram basicamente uma haste de pedra ou de madeira fincada no chão, cujo tamanho da sombra projetada ajudava a acompanhar a evolução do tempo ao longo do dia. Dois milênios depois, por volta de 1400 a.C., os egípcios utilizaram relógios de água, que era nada mais que um recipiente com um furo na base por onde a água escoava até um segundo recipiente, onde havia uma escala marcada na parede interna, uma para cada mês (Buchmann, 2010).

Enquanto as civilizações buscavam antever o futuro a partir da previsão de fenômenos da natureza, era praticamente inevitável que os mitos de criação – surgidos a partir de demandas religiosas inerentes a todos os povos – também nos fizessem olhar para trás e

utilizar os mesmos mecanismos de medição para tentar descobrir quando havia ocorrido o início de nossa própria História. Assim, como relata Buchmann (2010), o dia 7 de outubro de 3.761 a.C., é considerado a data da criação do mundo pelos judeus. Já os chineses iniciam a contagem do tempo no dia 15 de fevereiro de 2636 a.C., mas nenhum cálculo sobre a origem do mundo ficou tão famoso quanto aquele feito no século XVII pelo arcebispo da Irlanda, James Ussher. Em 1654, ele publicou sua obra prima, *The Annals of the World*, no qual faz uma cronologia de toda a vida no planeta e conclui que o mundo havia sido criado às 9 horas da manhã do dia 23 de outubro de 4004 a.C. do calendário Juliano.

O erro básico de Ussher foi partir do pressuposto de que a “Palavra de Deus” era uma fonte de informação confiável sobre a cronologia do mundo. Mas, como aponta PIERCE, antes do Império Persa (séculos VI a III a.C.) muito pouco se sabia sobre as histórias de Grécia, Roma e Egito, além de mitos e especulações, o que tornava a Bíblia o registro escrito mais importante sobre essa época. Se hoje parece ridículo que Ussher tenha feito tal afirmação, seus estudos para realizar este cálculo foram de um rigor analítico e argumentativo tão elevado que resultaram em um livro com nada menos que 1,6 mil páginas!

A visão cristã, é responsável por uma ruptura importante na observação do tempo e vai alimentar uma discussão que se estende até os dias atuais. Como os fenômenos periódicos da natureza eram utilizados para marcar o tempo desde as primeiras civilizações, era intrínseco à condição humana supor que o próprio tempo era cíclico. Entretanto a cultura cristã introduz a percepção de uma linha no tempo da vida, que se inicia com o nascimento e nos conduz à morte em uma direção irreversível e não circular.

Estas duas metáforas sobre o tempo, o ciclo e a seta, atraíram a atenção de vários pensadores, em especial após o Renascimento, mas um cientista em particular estremeceria tudo que se acreditava saber sobre a história do mundo até o final do século XVIII. Em 1788, o naturalista e geólogo escocês James Hutton publica a obra *Theory of*

the Earth, em que desenvolve o conceito de “*machina mundi*”. Ao estudar uma grande formação montanhosa em Siccar Point, na costa leste da Escócia, Hutton percebeu que algumas camadas rochosas estavam na vertical, enquanto outras apareciam na horizontal. O que se sabia até então vinha dos estudos de Nicolau Steno, que estabeleceu os princípios básicos da deposição de camadas. Tal fenômeno ocorreria sempre na posição horizontal e as deformações neste processo seriam causadas por eventos tectônicos.

Ao tentar entender Siccar Point, Hutton (1788) percebeu que os fenômenos que moldaram o mundo no passado (vento, chuva, erosão, terremoto etc.) são os mesmos que ocorrem no presente, e isto se dá de forma lenta e gradual. Conhecendo o tempo médio de formação das rochas e observando as sucessivas camadas de sedimentos naquelas montanhas, ele concluiu que era impossível aquilo ter ocorrido dentro do intervalo de tempo definido pela Bíblia, como sendo a idade do mundo. A partir de Hutton, surge a ideia do chamado “tempo profundo”, em que o planeta e a vida teriam levado bilhões de anos para chegar às condições atuais, o que lhe valeu o título de “pai da geologia moderna”. Ainda assim, Hutton acreditava em Deus e no tempo cíclico, já que a Terra se renovava sucessivamente.

O legado de Hutton quase passa despercebido se não fosse o trabalho de um de seus amigos, o advogado e geólogo escocês Charles Lyell. Segundo Gould (1987), Hutton não era um bom escritor e seus textos eram de difícil compreensão, além de muito vagos e sem diálogo com outros estudiosos da época. Já Lyell era um exímio utilizador da retórica e organizou as ideias de Hutton, além de avançar nas pesquisas iniciadas por ele, o que ajuda a consolidar o Uniformitarismo – a ideia de que a Terra foi moldada por forças lentas em um longo período de tempo – em oposição ao Catastrofismo, que defendia a cronologia bíblica de uma formação abrupta do planeta.

O geólogo e zoólogo Stephen Jay Gold estudou as onze edições da obra de Lyell, arquivadas na biblioteca de *Harvard*, e constatou a mudança gradual na percepção do tempo por parte de Lyell. Por 40

anos o escocês defendeu o tempo cíclico e a inexistência de um fluxo direcional. Ele era amigo de Darwin, mas discordava do conceito de Evolução. Cada vez mais isolado em sua concepção temporal cíclica, somente nas últimas edições de *Principles of Geology*, Lyell se curva à ideia de um tempo linear e à existência da História.

Ao contrário do que se possa imaginar, a metáfora do tempo cíclico não desaparece nos séculos posteriores. Físicos do século XX como Feynman, Hawking e Einstein seguiram a mesma visão de Galileu e negaram a existência da seta do tempo. Segundo Einstein, a passagem do tempo era uma ilusão humana. Por outro lado, a ideia de um tempo irreversível, que segue numa única direção, era natural em outros campos científicos como a termodinâmica e a biologia. Este paradoxo atraiu novamente os holofotes em 1977, quando o químico Ilya Prigogine recebeu o prêmio Nobel pelos estudos em termodinâmica de processos irreversíveis com sua teoria das estruturas dissipativas.

Para Prigogine (2002), a existência de fenômenos caóticos nos força a reconsiderar toda a descrição fundamental da natureza, e o aspecto mais relevante neste contexto é o tempo. Segundo ele, a introdução do tempo no esquema conceitual da ciência clássica representou um grande progresso por um lado, mas, por outro, empobreceu a própria noção de tempo ao não fazer nenhuma distinção entre passado e futuro, o que fere a nossa experiência interior com o mundo que nos cerca.

Conhecemos, por outro lado, a importância que tinha na Antiguidade a ideia de um tempo circular que retorna periodicamente às suas origens, mas o próprio eterno retorno é marcado pela seta do tempo como o ritmo das estações ou das gerações humanas. Nenhuma especulação nenhum saber jamais afirmou a equivalência entre o que se faz e o que se desfaz, entre uma planta que cresce floresce e morre e uma planta que renasce rejuvenesce e volta a sua semente primitiva, entre um homem que amadurece e aprende e um homem que se torna progressivamente criança, depois embrião e depois célula. Contudo, desde a sua origem, a dinâmica, a teoria física que se identifica com o triunfo

mesmo da ciência implicava esta negação radical do tempo. (Prigogine, 2002).

Basicamente, a segunda lei da termodinâmica estabelece que, em qualquer sistema isolado, a quantidade de entropia tende sempre a aumentar ao longo do tempo, até atingir um valor extremo. Assim, um copo de vidro que cai de uma mesa passa de um estado mais organizado para outro menos organizado, após atingir o chão, e nossa experiência física com o mundo nunca nos permitiu vivenciar o contrário, ou seja, assistir cacos de vidro se organizarem na forma de um copo e saltarem do chão para cima da mesa.

Ao analisar estruturas de não-equilíbrio ou “dissipativas”, Prigogine observou pontos de “bifurcação” no comportamento das moléculas, a partir dos quais surgem diversas soluções químicas, sendo que a escolha entre elas acontece por um processo probabilístico. Em geral surgem outras bifurcações em consequência da primeira, produzindo uma sucessão de estágios descritos por leis deterministas e probabilísticas. No ponto da bifurcação, a previsão sobre o futuro de uma dada solução com osciladores químicos é probabilística. Porém, entre dois pontos de bifurcação, pode-se falar em leis deterministas (Prigogine, 2002).

Com isto, Prigogine definitivamente bate o martelo sobre a existência física de uma seta do tempo, que nos impele sempre do passado para o futuro de forma irreversível. Isto apenas endossa o que a humanidade já percebia de forma intuitiva desde o surgimento do Cristianismo, quando a linearidade do tempo se tornou parte do processo de experimentação do mundo à nossa volta, influenciando e moldando todas as nossas relações sociais.

O tempo linear no contexto social

Ainda que o mundo científico estivesse debruçado sobre o paradoxo do tempo já há dezoito séculos sem chegar a um consenso, a experimentação temporal cotidiana permaneceria praticamente a

mesma para o cidadão comum desde a origem da humanidade até a Revolução Industrial. E isto está diretamente relacionado à comunicação e aos deslocamentos humanos.

Até o século XVIII, o cavalo era a maior velocidade de deslocamento que o homem já havia experimentado. Isto não era suficiente para que as diferenças de fuso horário ao redor do planeta fossem percebidas e afetassem as relações sociais. Foi a construção das ferrovias que obrigou a humanidade a repensar sua relação com o tempo.

Como os trens tinham hora certa nas estações para chegar e partir, os viajantes começaram a lidar simultaneamente com tempos diferentes, já que cada cidade possuía um horário próprio com base no sol do meio-dia. Assim, a hora certa passou a ser a “hora da ferrovia”. Em 1880 este horário foi sincronizado com o meridiano de Greenwich, que aos poucos passaria a ser a hora oficial de referência para todo o mundo.

Na medida em que o relógio foi se tornando um objeto cada vez mais presente no cotidiano, saltando da torre da igreja para a sala de casa, rapidamente a demarcação de horários se espalha pelas demais tarefas do dia a dia, acelerando o ritmo das pessoas. Levine (1998) afirma que o Capitalismo está na raiz da velocidade percebida em cada sociedade. Isto reforça a velha máxima de que “tempo é dinheiro”, pois o ritmo da vida é mais acelerado nas economias mais avançadas. Já onde a força do capital é menos agressiva, o ritmo das pessoas também é mais lento.

Os navios a vapor, as ferrovias e o avanço das telecomunicações estimularam um fluxo global de pessoas, produtos e ideias em uma escala nunca experimentada antes, fenômeno que ficou conhecido como “globalização”. A partir do Século XX, pensadores como o economista Fritz Machlup começam a falar no surgimento de uma “sociedade da informação”, que atualmente ainda está em formação e desenvolvimento.

Este novo modelo de sociedade foi impulsionado a partir do século XIX com a invenção do telégrafo (1844), do telefone (1860) e

do rádio (1893), prosseguindo no século XX com a criação da TV (1923), do computador (década de 1940) e da internet (década de 1980). Neste novo paradigma social, a informação desponta como um elemento central na produção de riquezas e na garantia do bem-estar dos cidadãos. Não resta dúvida de que o mau uso destas tecnologias pode produzir o efeito contrário e comprometer a própria qualidade de vida das pessoas.

De todas estas invenções, nenhuma delas teria tanto impacto sobre o tempo no cotidiano das sociedades contemporâneas quanto a televisão, a partir da segunda metade do século XX. Com o declínio do rádio, a TV acabou remodelando a geografia familiar a partir dos horários da grade de programação (Moores, 2012). Da mesma maneira que as primeiras civilizações acompanhavam o transcorrer do tempo com base em eventos naturais – manhãs, tardes, noites, semanas, meses, anos, primavera, verão, outono e inverno –, passamos a associar o tempo com os eventos televisivos. Como afirma Moores (2012), a programação da TV se tornou uma espécie de “relógio” regulador do comportamento social, de tal maneira que realizamos nossas atividades cotidianas depois da novela, antes do telejornal, depois do futebol, durante o *reality show*, no intervalo do filme etc.

No caso da programação televisiva, desde a década de 1970, com a invenção do vídeo cassete, o telespectador vem utilizando recursos tecnológicos para tentar, de alguma maneira, se desvencilhar das amarras do tempo impostas pela grade das emissoras. Com a publicação dos horários da programação em revistas especializadas, a audiência podia agendar a gravação de seus programas preferidos e assistir quando quisesse (MACHADO, 2011).

Nas TVs a cabo, já existem certos recursos que proporcionam alguma flexibilidade temporal, entre os quais se destacam: a possibilidade de agendar a gravação de um programa em um *pendrive* ou HD externo, videoteca com os melhores filmes da semana ou do mês, pausa ao vivo e *replay* etc. Mas as TVs abertas atuais carecem de qualquer recurso nesse sentido. Por isso, diante

da popularização da internet e do aumento na velocidade de conexão, rapidamente o conteúdo televisivo passou a ser disponibilizado online, ainda que de forma ilegal na maioria das vezes. Esta possibilidade de decidir quando assistir a algum conteúdo é um dos principais fatores que tem colocado a TV em posição de desvantagem em relação à internet, levando muitas emissoras a repensarem suas estratégias de comunicação de massa.

Diante do computador e da internet, a TV se viu na mesma situação delicada em que o rádio foi deixado quando o *broadcast* de imagens se tornou popular. Em um primeiro momento, parece que o computador pode proporcionar tudo aquilo que a TV oferece com a vantagem de flexibilizar o tempo de consumo dos conteúdos. Entretanto, a chegada do sinal de TV digital, a partir da virada do milênio, deu novo fôlego à TV e colocou lenha em uma fogueira que muitos já acreditavam ter se apagado. Isto porque o sinal digital traz para a TV um dos principais recursos da internet: a interatividade.

Com a popularização das tecnologias da informação e comunicação (TICs), as mídias interativas se tornaram um dos principais meios de expressão para designers e artistas. Os jogos eletrônicos caíram no gosto popular e rapidamente despontaram como o mais bem-sucedido formato de narrativa interativa. Eles buscaram inspiração na linguagem narrativa consagrada pela Sétima Arte e estão se tornando cada vez mais contadores de histórias, um papel que apenas o livro, o cinema e a TV vinham desempenhando até então.

A importância do tempo na construção de narrativas interativas

No processo de construção de qualquer narrativa, dois elementos são cruciais tanto na criação quanto na compreensão da história: o espaço e o tempo. Uma história é basicamente uma sequência de eventos, que transcorrem ao longo de um certo tempo em determinados espaços reais ou fictícios (WEI *et al*, 2010).

Na teoria narrativa clássica, a maioria das abordagens sobre o tempo trabalha com duas vertentes: o “tempo da história” e o “tempo do discurso”. Aqui, “história” diz respeito à o que é contado, e “discurso” se refere a como é contado. Portanto, o “tempo da história” é o tempo cronológico em que os eventos acontecem. Já o “tempo do discurso” pode ser entendido de formas distintas dependendo do contexto. Nas narrativas orais, por exemplo, ele está ligado ao tempo da fala. Em narrativas escritas, ele seria o tempo da leitura.

A narrativa interativa possui um “tempo do discurso” maior em relação à narrativa clássica. Nos games, por exemplo, o jogador não apenas “lê”, mas também participa dos eventos. Por isso, Wei et al. (2010) propõem a combinação do “tempo da leitura” com o “tempo da ação” para compor o “tempo operacional”, que vai substituir o “tempo do discurso” no estudo das narrativas interativas. Com relação ao espaço, Wei et al. (2010) recorrem ao conceito de *storyworld* de Herman – que postula a construção de um “mundo” ou de um espaço mental por parte do público para comportar os eventos narrados.

Se a TV já alcançou um elevado grau de excelência ao lidar com o tempo e o espaço na elaboração de narrativas clássicas, o mesmo não se pode dizer sobre a produção de narrativas interativas, território que as emissoras ainda exploram de forma extremamente tímida. Enquanto a implantação do sistema digital brasileiro se concentra em discussões em torno das viabilidades mercadológicas, pouco tem sido debatido pelos grandes grupos de comunicação sobre os conteúdos interativos e de que maneira estas inovações na linguagem televisiva podem afetar a relação com o telespectador.

Em agosto de 2015, um estudo realizado em 10 países da América Latina, onde 98% da população recebe sinal de TV, ajudou a conhecer os hábitos e experiências de consumo midiático, apontando aspectos relevantes para nortear a produção de conteúdos digitais. O aspecto mais destacado pelos entrevistados foi o desejo de ter o controle do tempo sobre a programação (IBOPE,

2015). Gravar a programação para assistir em outro momento resolve apenas parte do problema. Para continuar existindo como veículo de comunicação autônomo e independente, a TV não poderá fechar os olhos para a realidade das narrativas interativas e a flexibilidade do tempo.

Neste sentido, o maior entrave a ser resolvido, principalmente no caso da TV digital aberta, não é a construção de espaços interativos, mas a flexibilidade da grade horária para contemplar o “tempo operacional”, que envolve o “tempo da leitura” e o “tempo da ação”, sendo ambos essencialmente subjetivos. Este fluxo linear do tempo da programação se encaixa no conceito de *timeline*, que se popularizou, paradoxalmente, com os softwares de edição não-linear de áudio e vídeo. Na janela chamada *timeline*, todas as mídias do projeto audiovisual são trabalhadas de forma independente e sequenciadas de acordo com a vontade do usuário. A partir desta manipulação aleatória (não-linear) de *takes*, transições, efeitos, filtros e caracteres, obtém-se um arquivo de vídeo editado, que volta a ser essencialmente linear.

Assim como o processo de edição atual, o enredo das narrativas também pode ser não-linear, o que envolveria uma sequência descontínua, com saltos, antecipações, retrospectivas e cortes no tempo e no espaço das ações dos personagens. Mas se alguma destas rupturas for implementada pelo telespectador, o tempo deste evento não pode ser previsto. Desta forma, o paradigma da *timeline* – adequado para o *broadcast* de narrativas lineares – se torna ineficaz no caso da transmissão de eventos interativos (não-lineares), onde a temporalidade é difusa, ou seja, onde o fluxo dos eventos está condicionado ao tempo flexível e individual com que cada telespectador realizará suas interações. Este tempo é uma variável absolutamente subjetiva: se a interatividade envolve digitação, provavelmente os idosos serão mais lentos; se há um texto a ser lido, crianças em processo de alfabetização irão mais devagar ou, ainda, alguém pode não entender de imediato e precisar ler novamente.

Quando estamos imersos em uma narrativa – seja ela textual, gráfica, cinematográfica ou interativa – o fluxo informacional que salta do meio exterior para o nosso ambiente interno está muito mais impregnado de ícones e índices do tempo da história do que de signos do tempo real. Neste momento não estamos atentos ao relógio no pulso ou à claridade que entra pela janela da sala onde estamos realizando a leitura. Este é o motivo pelo qual frequentemente estranhemos o avanço das horas no mundo real após ter permanecido por “algum tempo” conectado à internet.

Esta diferença entre o tempo percebido dentro e fora do ambiente virtual é um dos principais problemas que o atual conceito de *timeline* não consegue contornar. Diante disso, o paradigma da “linha do tempo” precisa ser repensado. Não apenas os espaços virtuais podem ser representados como uma rede de locais interconectados, mas também o tempo deve ser visto como uma rede de momentos interligados. A esta “rede do tempo” estamos chamando de “*timelink*”.

A “rede do tempo” contra o esgotamento da *timeline* televisiva

A sobrevivência da TV enquanto veículo e enquanto linguagem dependerá do fato de as emissoras enxergarem a internet como “plataforma” e não como “meio” de comunicação, enquanto a grande mídia perceber a internet como um “meio de comunicação”, o contexto será competitivo e a rede assumirá o papel de uma concorrente perigosa. Por outro lado, se ela for entendida como “plataforma”, a conjuntura se torna cooperativa e a internet passa a ser uma aliada na captação de investimentos publicitários.

Apesar de a internet oferecer um ambiente espaço-temporal extremamente adequado para que as emissoras construam suas narrativas de modo a torná-las interativas e acessíveis a qualquer momento sem comprometer o tempo da grade horária, esta não pode ser a única opção. Isto porque a internet não chega a todos os públicos que assistem TV. Enquanto o sinal de *broadcast* alcança

praticamente todo o planeta, cerca de 4 bilhões de pessoas ao redor do globo ainda estão off-line. Portanto, esta rede do tempo não pode ser construída contando apenas com a rede mundial de computadores.

A solução que nos parece mais viável é anexar aplicativos na transmissão televisiva, algo que o sinal digital de TV tornou possível, de modo que o telespectador possa receber conteúdos até então só disponíveis para quem tem acesso à internet, permitindo-o acessar informações complementares à programação a qualquer momento, independente da grade de programação.

A construção de uma *timelink* para esta nova programação interativa pressupõe que os produtores de conteúdo, os programadores dos aplicativos para TV digital e os *designers* de interatividade atuem juntos para elaborar uma nova arquitetura e um novo design das informações na tela, de modo a deixar o tempo da interação inteiramente ao alcance do controle remoto. Isto faria da escrita e da leitura da obra audiovisual um processo coletivo e autônomo, no qual a separação entre autor e leitor se torna mais nebulosa, principalmente se este processo acontecer em um contexto online com a participação da audiência.

Um dos maiores benefícios deste novo modelo de TV extrapola as meras possibilidades de entretenimento. Trata-se da universalização do acesso à informação. A lei que instituiu o Sistema Brasileiro de Sinal Digital Terrestre (SBTVD-T) prevê utilizar o parque tecnológico já instalado e o potencial de interatividade do sinal digital aberto para promover a inclusão social e a diversidade cultural, visando à democratização da informação.

O decreto prevê ainda a criação de uma rede universal de educação a distância pela TV (*t-learning*), além do estímulo à pesquisa para desenvolver toda a cadeia brasileira de tecnologias de informação e comunicação. Deste modo, o governo pretende utilizar o alcance da TV aberta para promover um “governo televisivo” (*t-governo*). Esta plataforma permitirá levar a 98% dos lares brasileiros serviços gratuitos de utilidade pública, dados de gestão,

consultas em bancos de dados de projetos governamentais como o Bolsa Família, dados financeiros e tributários, oportunidades de emprego e uma infinidade de outros recursos atualmente só acessíveis por parte daqueles que possuem acesso à internet.

O controle remoto assume o papel que o mouse desempenha no computador, permitindo ao telespectador interagir com a interface dos *apps*. Num primeiro momento, é provável que as TVs públicas sejam as mais beneficiadas com a nova tecnologia, pois poderão experimentar linguagens e formatos sem se preocupar com o impacto financeiro de uma eventual queda na audiência.

Em 2012, o projeto Brasil 4D, realizado em João Pessoa, na Paraíba, se tornou a primeira experiência isolada de interatividade na TV pública, aberta e digital brasileira. Em uma ação que envolveu a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), universidades públicas e empresas privadas, 100 famílias atendidas pelo programa Bolsa Família do governo federal puderam utilizar o controle remoto para consultar vagas de cursos e empregos, benefícios sociais, serviços de saúde e informações sobre planejamento financeiro.

O relatório do projeto aponta que dois terços dos participantes conseguiram perceber algum “ganho econômico” como, por exemplo, obter informações do governo, o que antes demandaria deslocamento e gastos com transporte. Além disso, houve registro de participantes que conseguiram emprego a partir do aplicativo de divulgação de vagas. Outros atualizaram documentos e cartões de vacina a partir das orientações recebidas na TV. Os jogos educativos atraíram as crianças, que atuaram como agentes multiplicadores, ensinando os mais velhos a utilizarem a nova tecnologia. Rapidamente os vizinhos também se interessaram em consultar os dados disponíveis, ampliando o alcance das daquelas informações.

Tendo em vista o avanço lento da banda larga no Brasil – uma vez que a internet já chegou àqueles que podem pagar por ela e não há interesse das operadoras em expandir suas redes para locais de baixo potencial consumidor –, é grande o impacto da exclusão digital no país, sendo este considerado atualmente o maior fator de

exclusão social em todo o mundo. Obviamente existe uma perspectiva para o futuro de que o alcance da internet seja tão abrangente quanto o da TV, mas ninguém sabe ao certo quando isso será possível. E diante do elevado grau de exclusão social, nada justifica esperar este futuro incerto e deixar de lado mecanismos transitórios que possam favorecer imediatamente toda esta massa de excluídos, que só no Brasil chega a quase 90 milhões de pessoas.

Na sociedade da informação, a convergência de mídia tem sido uma palavra de ordem. Na medida em que as tecnologias se interconectam, as mídias vão se tornando cada vez mais “janelas” para uma mesma paisagem online. Diante disso, não faz sentido TV e internet disputarem espaço como concorrentes. No passado, a internet se apropriou da linguagem dos livros, dos jornais, da fotografia, do rádio, do cinema e da TV até construir uma identidade narrativa própria para o mundo dos bits, onde o tempo e o espaço se diferem daqueles que experimentamos no universo da matéria. Agora parece ser o momento de a TV fazer o movimento contrário e buscar no ambiente digital a inspiração que lhe falta para construir sua nova narrativa.

O sucesso dos jogos eletrônicos sugere que a *gamificação* das narrativas pode ser um primeiro passo para a TV nessa direção. Além de atrair os mais jovens, esta linguagem lúdica já se popularizou por meio dos smartphones e seria de mais fácil assimilação. Importante ressaltar que não basta oferecer a informação interativa para assegurar a inclusão digital. É preciso educar as audiências para esta nova linguagem, tendo em vista que a maioria dos beneficiados de baixa renda seria analfabeta ou semialfabetizada.

A inserção desta faixa marginalizada na Sociedade da Informação pressupõe o desenvolvimento no telespectador das competências necessárias não apenas para interagir com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), mas principalmente fomentar a capacidade deste público para refletir sobre as informações recebidas e os impactos que isto pode gerar

em suas vidas em termos socioeconômicos, culturais, de lazer etc. Mas para que todas as possibilidades de interatividade possam de fato mudar a maneira como lidamos com a programação da TV aberta é preciso reunir engenheiros, produtores e programadores na discussão e aprimoramento de uma linguagem capaz de libertar o telespectador das amarras do tempo, na mesma medida em que amplia o acesso às informações, diminui a exclusão social e viabiliza o exercício pleno da cidadania.

Capítulo 9

O tempo passa, o tempo voa e a poupança...

Eric Marcel Viana

“O tempo é um ponto de vista. Velho é quem é um dia mais velho que a gente...”

Mário Quintana

O tempo, essa "entidade" presente na ação publicitária de um antigo banco, tão marcada que o título deste capítulo certamente foi reconhecido e cantarolado pelas gerações mais antigas e, talvez, seja totalmente desconhecido dos mais novos, é algo que persiste em caminhar para a frente, avançando e aparentemente acelerando. Em uma sociedade movida pelos aparelhos digitais, com informações que piscam em diferentes telas, sentir ou perceber a passagem do tempo como mais acelerada acabou por se tornar norma comum de vivência e sobrevivência.

Para entender a referência:

A campanha publicitária para a poupança do banco Bamerindus foi responsável por gerar um dos jingles mais lembrados/reconhecidos da publicidade brasileira. A campanha inicial foi criada no começo de 1970 e a letra do jingle foi resgatada pela agência Colucci que, com a ajuda do grupo “Os Três do Rio” reativaram a campanha em 1990. Para ver alguns dos vídeos da campanha acesse: <<https://goo.gl/vHFtmM>>

Diferentemente do que você possa pensar, não estamos aqui para discutir as ações de marketing de antigos bancos. Estamos aqui

para conversar sobre tempo e tecnologia, para isso, vamos personificar o tempo na forma do ser-humano idoso, aquele que vivenciou e ainda vivência o avanço dessa entidade. Nessa sociedade da era digital de alta velocidade e rotatividade das informações através dos bits, o idoso carrega o atestado tanto físico quanto psicológico da passagem do tempo.

Por milênios os mais velhos ensinaram e repassaram conhecimentos e experiências aos mais novos, mas agora vivemos a inversão dos papéis motivados principalmente pelo uso dos recursos digitais, dos *apps* (aplicativos), dos smartphones e *tablets*. Quantas vezes você presenciou filhos ou netos ensinando os mais velhos a utilizar aplicativos de celular, a tirar fotos, a enviar e-mail ou mesmo como ligar e desligar recursos do próprio aparelho? Os nativos tecnológicos tornaram-se fonte de conhecimento para os imigrantes que estão chegando às novas mídias. São os “mais novos” que ensinam aos “mais velhos” maneiras de lidar com esse mundo de telas e opções em aplicativos. Nesse contexto de troca intergeracional que se tornou a vida na contemporaneidade é preciso entender e definir o que é velhice para, somente então, questionar possíveis pontos de integração do idoso com o uso da tecnologia.

O que seria velhice? Você realmente consegue explicar que a velhice vai além de apagar velas a mais no bolo de aniversário? Uma ordem comum: todos envelhecemos, o tempo dita essa regra, porém, é importante entender que o envelhecimento se revela por uma série de alterações que vão além da simples função fisiológica. Biologicamente esse processo pode ser definido, segundo a Organização Mundial da Saúde - OMS (2015) como o processo “...associado ao acúmulo de uma grande variedade de danos moleculares e celulares. Com o tempo, esse dano leva a uma perda gradual nas reservas fisiológicas, um aumento do risco de contrair diversas doenças e um declínio geral na capacidade intrínseca do indivíduo. Em última instância, resulta no falecimento...”.

É preciso notar que envelhecer envolve, além dos fatores físicos e subjetivos, alterações sociais profundas nas pessoas mais velhas. Alteram-se posições e papéis sociais, ocorrem perdas de relacionamentos e mudam-se pontos-de-vista, focos motivacionais, compensações emocionais, entre outros fatores.

A pesquisadora Claudia Stamato (2014) define a velhice como processo muito mais complexo no qual aspectos físicos, cronológicos, fisiológicos, cognitivos, sociais e culturais se entrelaçam e interferem entre si. Esses entrelaçamentos, choques e diferenças formam o processo de amadurecimento humano. Devemos nos atentar que envelhecer é um processo diferente de pessoa para pessoa e por este motivo à OMS (2015), define e aponta níveis do que considera o processo de “Envelhecimento Ativo”. Para a agência, envelhecer de forma saudável é “...o processo de desenvolvimento e manutenção da capacidade funcional que permite o bem-estar em idade avançada. Junto a esse conceito do que é envelhecer de forma ativa devemos compreender que nem a capacidade intrínseca, nem a capacidade funcional permanecem constantes. Embora ambas tendam a diminuir com o aumento da idade, as escolhas de vida ou as intervenções em diferentes momentos durante o curso da vida irão determinar o caminho ou trajetória de cada indivíduo...”.

Para facilitar o entendimento do conceito de “Envelhecimento Ativo”, a organização de saúde definiu dois parâmetros importantes que permitem compreender e diferenciar os níveis de envelhecimento em cada ser-humano segundo a OMS (2015):

- a. A capacidade intrínseca: que “...se refere ao composto de todas as capacidades físicas e mentais que um indivíduo pode apoiar-se em qualquer ponto no tempo...”
- b. A capacidade funcional: que é definida como “... atributos relacionados à saúde que permitem que as pessoas sejam ou façam o que, com motivo, valorizam...”

O processo de envelhecimento, apesar de não nivelado e igual para todas as pessoas, pode aumentar a dificuldade de interação com os aparelhos digitais e a aceitação de novas imposições sociais ligadas ao uso das mídias digitais. Mas antes de criar visões estereotipadas é preciso entender que nem todos os idosos são indiferentes ao avanço tecnológico e às mídias digitais, porém, existe sim uma massa de pessoas idosas que optam por não utilizar aparelhos digitais. São escolhas as quais devemos respeitar. Aos que optam pela participação do ambiente digital devemos levar facilidades e redução de atrito ao uso.

Para que possamos entender como esse processo de envelhecer afeta e vai afetar ainda mais as futuras gerações precisamos conhecer os seguintes dados: a população mundial atual é de 7,3 bilhões. Em 2030 haverá 9,7 bilhões chegando a 11,2 bilhões de pessoas em 2100 segundo as Nações Unidas em relatório sobre a evolução populacional global de 2015). Junto a esse número somam-se fatores como a redução global da taxa de fertilidade e um significativo envelhecimento da população, que é projetado para a maioria das regiões do mundo nas próximas décadas, quando veremos a Europa chegar a 2050 com 34% da população com idade acima de 60 anos. Já na América Latina, Caribe e Ásia a faixa de população idosa irá subir para mais de 25% (hoje essa faixa se encontra nos 11% a 12%) e a África que entrará em um processo de envelhecimento rápido pulando dos atuais 5% para 9% de indivíduos em sua população com mais de 60 anos, conforme os dados da Nações Unidas – UN também totalizados em 2015.

Dessa maneira, o número de pessoas com 60 anos ou acima dessa idade deverá dobrar até 2050 e mais do que triplicar até 2100, globalmente, segundo as Nações Unidas.

É necessário refletir sobre esses valores e detectar que a posição social do idoso vêm se alterando bastante já no momento atual. O fato mais marcante é a melhoria geral nos padrões de saúde que culminaram com o aumento da expectativa média de vida. Ao mesmo tempo em que tal fato é comemorado pelo diretor geral da

OMS (2015), Gro Harlem Brundtland, ao dizer que "...o envelhecimento da população é, antes de tudo, uma história de sucesso para as políticas de saúde pública assim como para o desenvolvimento social e econômico...", deve-se perceber que a melhora nos índices de longevidade não representa a total integração do idoso aos novos rumos da sociedade tecnológica. O tempo avança e com ele a tecnologia, mas as ondas de desenvolvimento tecnológico chegam em momentos diferentes para as pessoas.

Os idosos das gerações anteriores ao início da era dos dispositivos conectados ainda se encontram na faixa de exclusão digital, e tal fato ocorre, em parte, por estereótipos referentes a possíveis e generalizados fatores físicos/cognitivos inerentes ao processo natural de avanço da idade que, segundo o relatório mundial de envelhecimento e saúde da OMS limitam "... a nossa forma de conceituar os problemas, as perguntas que fazemos e a nossa capacidade de aproveitar as oportunidades inovadoras..."

Vamos resumir essa mudança na percepção do processo de envelhecer e da saúde através de alguns dados que destaco abaixo a partir do riquíssimo relatório da OMS (2015) sobre o envelhecimento:

- Não existe mais a pessoa tipicamente velha: todas as políticas de envelhecimento devem buscar e serem estruturadas com foco em trajetórias positivas de vida, porém, sempre é possível encontrar pessoas de 60 anos que necessitam de auxílio em tarefas simples, assim como pessoas de 80 anos que possuem capacidade física e mental (capacidade intrínseca) comparáveis a jovens de 20 anos;
- A diversidade na capacidade dos adultos idosos não é aleatória: encontrar pessoas com diferentes níveis de capacidade intrínseca, mas que possuem a mesma idade não é fato raro. A diversidade advém da herança genética individual, porém, a maior parte vem do convívio social e do

ambiente que circunda os idosos. O ambiente e a sociedade influenciam diretamente ao trazerem para a fórmula a questão da desigualdade social e de acesso a recursos de saúde e tecnologia;

- Idade avançada não implica em dependência: a discriminação etária existe, sendo mais generalizada do que o sexismo ou o racismo. O estereótipo mais comum plantado pela discriminação etária é o de que os adultos idosos são totalmente dependentes e se tornaram um fardo social. Os idosos contribuem socialmente de diferentes formas em várias partes do globo que podem ser diretamente econômicas ou menos tangíveis financeiramente;
- Ter 70 anos, hoje, devido aos benefícios tecnológicos e estéticos, não faz a pessoa retroceder 10 anos: apesar de haver melhora em todos os índices de saúde, principalmente nos países mais desenvolvidos, é importante verificar que, embora vivendo mais e convivendo com um menor índice de deficiências graves (quando existe a exigência de presença de outra pessoa para ajuda nas tarefas básicas como alimentação e higiene e são classificados como de baixa capacidade funcional) não houve redução significativa nos índices de deficiências menos graves;
- Uma visão prospectiva e não retrospectiva: várias mudanças no tecido social permitem a análise de que o envelhecimento no futuro será cada vez menos passível de discriminação etária e irá ser um processo bastante diferente de todas as gerações anteriores. Um mercado de trabalho mais receptivo e flexível, normas de gênero que também foram flexionadas e propiciaram mudanças nos papéis sociais principalmente das mulheres que deixaram de ser cuidadoras e passaram a ser arrimos de família, além das mudanças tecnológicas que irão conectar o idoso à família, à informação e à sociedade digital.

É com foco nesse último tópico, que saliento a inclusão digital do idoso como um processo ainda incipiente, apesar de ser o grupo com o maior índice de crescimento no acesso à web e as redes sociais. É preciso compreender que, como anotado pela pesquisadora Márcia Grossi (2013), “...a inclusão digital é um processo que envolve muito mais do que a simples oferta de equipamentos e softwares. Incluir digitalmente é permitir ao cidadão o desenvolvimento de habilidades que vão de tarefas básicas, como escrever e-mails e reconhecer um spam, a atividades complexas, como pesquisar de maneira eficaz, acessar serviços e produzir um vídeo e transmitir via web”. Portanto, incluir digitalmente, diferentemente do senso comum da simples entrega/acesso de equipamentos digitais, passa pelo treinamento bem como o levantamento e mostra aos possíveis novos usuários os benefícios que o uso das novas tecnologias pode trazer para suas vidas.

É preciso validar, também, tais ferramentas quanto à qualidade da experiência de uso para recém-chegados ao ambiente digital. Muito atrito no design de interação irá causar, fatalmente, a desistência do uso não só de celulares, mas de qualquer equipamento incluindo aí televisões, aparelhos de som, vídeo e demais eletroeletrônicos. A entrega de um equipamento sem a realização de um processo de integração dessa ferramenta ao cotidiano, somada a uma experiência de uso complexa ou de alta fricção somente fará com que tais aparelhos acabem encostados em alguma estante, relegados ao esquecimento.

Em um mundo onde relações sociais são baseadas em interações digitais torna-se um problema estar desconectado (a). O idoso não conectado tem pouco ou nenhum acesso aos acontecimentos da vida familiar, por exemplo, as fotos do aniversário, as marcações de passeios, as notícias mais comentadas são criadas e compartilhadas em redes sociais e os grupos de família se tornaram algo comum em aplicativos de mensagens como o Whatsapp. Sem acesso a essas redes e aplicativos o idoso acaba

isolado do contato familiar ou dependente de algum membro que o mantenha informado do que acontece. Considero como a principal dificuldade causada pela exclusão digital do idoso a perda de conexão social/familiar em uma sociedade cada vez mais imersa nos aparelhos digitais como forma de manutenção dos relacionamentos interpessoais.

Os idosos têm experimentado uma melhora geral nos padrões de qualidade de vida. Tal benefício vem da soma de ações para a melhoria das condições de saúde física, combinada a atividades que reconduzam o idoso à socialização. São essas condições que fomentam a motivação de novos objetivos de vida e fixam a aceitação e reconhecimento do idoso dentro do meio social no qual vive, segundo pudemos encontrar nos relatos da pesquisadora Claudia Stamato (2014). A reintegração do idoso somente é completa quando este é capaz de reagir ou aderir aos acontecimentos sociais à sua volta. Entretanto, também segundo Stamato (2014), “...O ser humano apresenta capacidade de reação apenas em condições saudáveis em todos os seus aspectos sejam eles físicos, cognitivos, psicológicos, econômicos, ambientais e sociais. Cada um destes aspectos por si só é capaz de retirar um ser humano idoso do rumo a uma vida harmônica. Entretanto nenhum destes aspectos trabalha sozinho, estão sempre acompanhados de pelo menos mais um deles, quando não de vários”.

Uma pessoa idosa precisa encontrar o equilíbrio para se manter propensa à conexão social e consequente aceitação de novos métodos (tecnológicos) para a realização dessa conexão. Se o ser humano estiver em desequilíbrio tanto em sua saúde fisiológica, como psicológica e emocional estará menos propenso a apreender novos conhecimentos. Diferentemente, se o idoso estiver em níveis saudáveis de equilíbrio estará mais receptivo a novos aprendizados e, possivelmente, à utilização de novas tecnologias.

Tais processos de aprendizado envolvem interações somente possíveis através da reinserção dentro do processo de envelhecimento ativo, buscando sempre a qualidade de vida além

das necessidades de saúde corpóreas. Uma das possibilidades de reinserção pode ser alcançada dentro convívio social intergeracional. A troca de informações entre as gerações pode ampliar o processo de reintegração e valorização do idoso. Percebe-se que a responsabilidade de reinserir uma pessoa no convívio social (digitalmente), não deve recair apenas sobre o próprio pois, conforme nos relata a pesquisadora Claudia Stamato (2014) “... a tarefa de difundir o envelhecimento ativo é algo difícil que depende de todos, do indivíduo, da comunidade, do governo e da iniciativa privada ao mesmo tempo. O fato do ser humano ser um animal social nos faz compreender a necessidade vital que tem de se relacionar, de trocar para crescer e desenvolver a si e o contexto onde vive...”.

Quando necessitamos entender essa troca intergeracional de informações onde o mais novo ensina ao mais velho como operar um celular, por exemplo, acabamos sempre nos deparando com dois conceitos: o nativo digital e o imigrante digital. É no desenvolvimento e fortalecimento do conceito de cidade global, hiperconectada e com tecnologia embutida nas mais variadas facetas do cotidiano, que encontramos parte da explicação para a separação que gerou as classes de nativos e imigrantes. O pesquisador Marc Prensky (2001) nos fala sobre a descontinuidade que tomou os lugares. Nomeia tal evento como uma singularidade, sem retorno, que culmina com a chegada e rápida disseminação da tecnologia digital nas últimas décadas do século XX. Foi nessa conjunção de tecnologia informacional e conectividade global que nasceu a geração dos nativos digitais e onde definiu que “...os estudantes de hoje são todos nativos da linguagem digital dos computadores, vídeo games e da Internet...”

Quarenta anos nos separam do lançamento comercial do primeiro celular. Nesses quarenta anos a evolução tecnológica deu saltos. Aparelhos foram reduzidos em peso e tamanho, mas ampliados em funções. Com o advento da popularização da internet no início dos anos 2000 e a chegada de toda uma nova classe de

aparelhos celulares, os smartphones, que permitem manter a conexão em tempo integral, pudemos perceber como as gerações mais recentes absorveram a tecnologia e pudemos ainda, acompanhar, passados mais de dez anos do início, dessa popularização de internet somada a aparelhos mais integrados a rede em nosso exato momento histórico, a transferência maciça de conhecimento que se move das pessoas mais novas para as mais velhas. Esse processo migratório de informações gera atrito em áreas onde as duas gerações precisam conviver como é o caso dos ambientes interativos digitais (como por exemplo as redes sociais, mas não se resumindo a elas). Na última década pudemos perceber a migração de jovens saindo de determinadas redes sociais onde os mais velhos (leia aqui pais, avós, tias...) chegaram. Foi assim com a saída de jovens do Facebook para o Snapchat e daí para o Instagram, apenas para citar uma situação conhecida.

Muitos dos aparelhos e softwares que os nativos digitais utilizam e acham "naturais", na verdade, são construções tecnológicas que ficaram "transparentes" dado seu nível de entrelaçamento com a vida urbana contemporânea.

A computação ubíqua nas cidades hiperconectadas se faz presente através de itens, aparentemente simples, como pontos de ônibus que avisam sobre a hora de chegada de determinada linha ou Shoppings Centers que demarcam vagas ocupadas em estacionamento com o uso de sensores de presença dos carros. Não são robôs como nas visões retro futuristas, mas computadores imperceptíveis que tornam o dia das cidades menos complexo para os moradores do local. Tais tecnologias pervasivas realizaram uma alteração na percepção do mundo e na velocidade com a qual as informações são recebidas e analisadas pelas pessoas. Cada vez mais, as novas gerações, estão se habituando a utilizar a visualização intermediada pelos dispositivos digitais para se conectar ao mundo e a outros seres-humanos em seu entorno.

Também é possível entender, através das pesquisas de Marc Prensky (2001), que os nativos recebem informações rápida e

randomicamente, gostam de trabalhar em paralelo à outras tarefas, preferem assim, serem multitarefas. Além disso são seres que produzem melhor em rede e nela encontram fundamentação e razão para suas atividades e resultados alcançados.

A cultura ocidental teve sua organização centrada em um longo processo de desenvolvimento que levou à criação das tecnologias digitais contemporâneas. Tais tecnologias, aparentemente inovadoras, costuram uma série de elementos tecnológicos pré-concebidos, dando-lhes, a partir do uso em conjunto, novas finalidades. Quase nada do que é anunciado como “novo” em tecnologia realmente pode receber essa tarja da novidade. Parte do avanço tecnológico só foi alcançado através da mixagem de diferentes elementos, componentes e softwares que anteriormente funcionavam separadamente. Em um exemplo simples: a bússola, o mapa em papel, o posicionamento via satélite somados as redes sociais e sistema de avaliações por nota deram origem ao Waze, aplicativo extremamente utilizado por motoristas para dirigir pelas metrópoles desviando de gargalos de trânsito.

Desde a criação e adoção da segunda tela, a televisão, e sua capacidade de conectar, mesmo que passivamente, a pessoa ou grupo de pessoas a situações e lugares sem a necessidade de presença física, ao momento que marca a união dessa mesma televisão com o computador, funcionando como meio de intercomunicação entre homem e máquina relação essa que, depois da popularização da internet, se tornou tão importante à humanidade, vivemos um outro processo de criação/adoção. A quarta tela embutida em smartphones e *tablets* permitem manter a conexão à rede em regime de vinte quatro horas por dia e sete dias por semana. Essa conexão permanente, tão comum aos nativos, faz parte dessa mixagem tecnológica que não foi adotada de forma nivelada em todas as faixas etárias independentemente do estrato social das pessoas uma vez que os Imigrantes Digitais “... assim como todos os imigrantes que tentam se adaptar ao ambiente, eles sempre mantêm, em algum grau, um "sotaque", isso os conecta ao

passado. O "sotaque" do imigrante digital pode ser notado em procedimentos como buscar informações na Internet somente em um segundo momento de pesquisa, ler um manual de programa ao invés de acreditar que o programa possa mostrar seu funcionamento e nos ensinar como usá-lo...", tal definição de sotaque nos ajuda a entender a capacidade dos Nativos Digitais. A tecnologia é parte de sua "composição linguística", se torna sua língua materna e por este motivo tudo é tão natural para eles.

Imigrantes tendem a lidar com o fluxo de informações digitais utilizando toda a bagagem que construíram para lidar com fluxo de informações impressas. Sempre será possível ao imigrante tornar-se proficiente em uma nova língua, mas sempre haverá um resquício do sotaque. O sotaque, comum aos não nativos, pode ser visto como o nível de conforto no uso de novas tecnologias. Quanto maior a fluidez na utilização dos mais variados aplicativos, da linguagem e regras de convivência comuns aos meios digitais sociais, menos sotaque o imigrante irá possuir e mais integrado será. Em seu artigo, a pesquisadora Cheri Toledo (2007) monta um gráfico simples que permite entender mais facilmente a questão do sotaque na diferenciação entre nativos e imigrantes e que inserimos abaixo:



A fluidez dos nativos e o sotaque dos imigrantes digitais reforçam uma afirmação: as tecnologias digitais alteraram a forma com que se criam e firmam as relações sociais. As mudanças geradas por esse processo evolutivo humano são mais simples de serem aceitas pelos nativos digitais, porém, nota-se no atual momento que aqueles idosos mais jovens, com melhor educação e remuneração tendem a se envolver mais facilmente com os equipamentos digitais

e a desenvolverem suas “habilidades linguísticas”, são imigrantes sim, mas com um nível avançado de apropriação do uso das tecnologias. Vivenciar esse mundo das redes e da total conectividade no qual se convive com a aceleração das mudanças e desenvolvimentos sociais, culturais, econômicos e tecnológicos, também permite perceber a enorme mudança nas relações entre as gerações.

Essas alterações que envolvem a troca de direção na “hierarquia” do tráfego de informações onde mais novos ensinam mais velhos, fazem com que possamos reconhecer que a intensificação do uso dos meios de comunicação globais e os novos (nem tanto assim) recursos tecnológicos que permitem a interação entre culturas diversas, aumentaram o relacionamento intergeracional entre nativos e imigrantes digitais.

Antes de compreender o fluxo de mudanças, é preciso entender um pouco sobre as gerações. A pesquisadora Guita Debert (1998) nos define o que é geração ao escrever que “... não se refere às pessoas que compartilham da mesma idade, mas às que vivenciaram determinados eventos que definem trajetórias passadas e futuras...”. Analisando essa afirmação de que são fenômenos culturais e não temporais que definem as gerações, percebemos que, todas as pessoas que nasceram em um mesmo período histórico, vivenciaram seus acontecimentos e que acabaram por partilhar das mesmas experiências históricas comuns, “gravam” em suas vidas padrões aproximados de consciência sobre os fatos, reagindo de maneira semelhante ao entrarem em contato com novas tecnologias, informações e desenvolvimentos sociais. As famosas frases “no meu tempo as coisas eram diferentes”, ou “no meu tempo as coisas eram mais simples”, é uma constatação dessa situação de conexão cultural/temporal das pessoas de uma mesma geração.

Quando socializamos gerações diferentes, iniciamos um processo de troca de dados culturais, a essa troca damos o nome de relações intergeracionais. As relações intergeracionais são

carregadas de realidades vividas, hábitos e significações que procuram ser passadas da geração mais velha à geração mais nova. Essa troca hierarquizada está sendo derrubada pela vivência comum de um mundo altamente tecnológico, ramificado e informacionalmente descentralizado. Nosso tempo de convivência mudou do quantitativo para o qualitativo, o relógio/calendário não mais comanda a geração detentora da informação. O que comanda são as experiências e conexões vividas pela pessoa, independentemente de sua idade cronológica. Com isso vemos o nascer de diferentes visões das realizações e fatos de um mesmo período histórico em que, "... cada momento do tempo é mais do que um acontecimento pontual, pois é experimentado diferentemente por pessoas de várias gerações que estão vivenciando diferentes etapas de desenvolvimento..." segundo as pesquisadoras Carolina Borges e Andrea Magalhães (2011).

São enlaces sociais que reúnem as pessoas de diferentes gerações, quer seja na convivência da família ou fora dela. Esses enlaces se veem afetados pelas mudanças provocadas pelo desenvolvimento tecnológico. Os seres-humanos de diferentes gerações tendem a se agrupar e a produzirem mecanismos de diferenciação intergeracionais; essas diferenciações acabaram por ficarem bem mais nítidas com o desenvolvimento das redes e da tecnologia de comunicação. Percebe-se que, os nativos digitais, como primeira geração totalmente conectada, que cresceram com enormes volumes de informação globalizada e com o mundo em rede se sentem mais à vontade com a tecnologia. A fluência na "língua" das novas mídias conectadas os faz enfrentar as mudanças constantes do mundo contemporâneo sem a ansiedade e receio que sofrem as gerações mais velhas, aumentando dessa maneira a distância intergeracional. Hoje considera-se que as "...novas gerações sejam não só portadoras de valores diferentes dos partilhados pelas gerações mais velhas, mas, mais do que isso, que elas vêm se constituindo num importante quadro de referência para as gerações mais velhas, possibilitando certa horizontalidade

intergeracional de valores...” também segundo as pesquisadoras Borges e Magalhães (2011).

O que podemos perceber atualmente é que, devido a natividade tecnológica e ambientação com os novos “costumes” sociais da vida em rede, os jovens estão influenciando os mais velhos que por sua vez aceitam tais influências sem muita indagação. Uma vez que os vínculos intergeracionais se constituem da união de dois opostos: a diferença nos conceitos e nas maneiras de enxergar as mudanças sócio históricas e a igualdade na necessidade de pertencimento à nova era da interação sócio/histórico/econômica mediada pelas redes digitais, percebe-se que “... o incentivo ao consumo de atributos jovens conduz à constatação de que ser jovem no mundo hoje é desfrutar de um prestígio, construído a partir de um discurso que afirma que ser jovem é bom para todos...” (segundo Carolina Borges e Andrea Magalhães - 2001). Com isso, os jovens receberam esse prestígio/status de serem o novo modelo comportamental a ser seguido pelas gerações mais velhas que precisam migrar para o mundo digital ou se verem excluídas da sociedade em rede.

Essa mistura que reúne tantas diferenças entre as gerações é um processo que acaba por ser acelerado pelos elementos tecnológicos e comunicacionais da sociedade em rede. A tecnologia aumenta as diferenças, porém, ajuda na troca de sabedoria e valores entre as gerações. Essas transferências aceleradas de informação nas relações intergeracionais não aparecem de forma clara em nossa convivência diária. Em todos os momentos elas se mostram através da valorização da juventude como ideal de vida. Os vínculos se formam com os mais velhos se identificando com os mais jovens em um processo inverso ao que costumava ocorrer no período anterior à sociedade conectada digitalmente.

Em trecho de seu último livro a professora Pollyana Ferrari (2016 p.127-130) nos conta a história de Gabriel (típico jovem da geração Z hiperconectada) e seu avô João (que teve seu primeiro encontro com a tecnologia através de aulas de computação para

terceira idade). A relação de troca de informações entre os dois se faz em uma direção diferente do que os padrões geracionais propõem. Na história é o “Seu João” que aprende com o neto, porque é importante ter o smartphone de última geração e como se relacionar com as pessoas através dele. É o mais novo que ensina ao mais velho. A tecnologia causa essa ruptura importante na estrutura de difusão do conhecimento, essa mudança social profunda nas relações intergeracionais.

Essa diferença da relação intergeracional contemporânea pode contribuir como auxiliar na difusão e facilitação da utilização dos equipamentos digitais pelos mais velhos. É preciso captar que quando tratamos a intergeracionalidade, não devemos discutir sobre a positividade, ou não, de utilização dos jovens como modelo comportamental. Devemos apenas visualizar a possibilidade de utilizar essa busca de integração como porta de acesso tecnológico e atualização temporal às gerações mais velhas.

É preciso aproveitar o momento em que os idosos sentem a necessidade de pertencimento, dentro do processo de homogeneização social, quando os hábitos dos mais jovens viram referência, para apresentar novos conceitos que serão recebidos por mentes mais abertas às novidades, sem tantas restrições e com maior capacidade de compreensão das inovações proporcionadas pelas mídias e aparelhos digitais. Saliento que essa afirmação não leva em conta as restrições físicas inerentes ao processo natural de envelhecimento.

Preciso aqui abrir um parêntese onde podemos constatar que nem todas as pessoas mais velhas desejam entrar no mundo digital. Algumas optam por não utilizar os recursos tecnológicos e as redes sociais online não por dificuldades de utilização do smartphone ou limitantes físicos, mas apenas pela opção de não estarem conectadas aos serviços da internet.

Compreendo que o envelhecimento é inevitável, mas que é possível ser idoso e manter-se atualizado, ativo e saudável. Em uma sociedade com grande quantidade de recursos de saúde e

tecnológicos, é possível viver mais e viver bem tendo a conexão digital da pessoa mais velha aos parentes e amigos via redes sociais, mensagens curtas, e-mails ou qualquer outra forma de comunicação, parte importante na manutenção de sua saúde física e mental.

Como você pode ler, o tempo passa e assim como outras características humanas, o processo de envelhecimento não é nivelado o que gera toda uma camada de pessoas idosas que podem ser reconhecidas como imigrantes digitais. Podemos perceber que toda essa nova geração de idosos tem facilidade (ou menos resistência) na utilização de aparatos tecnológicos. Eles ainda restringem seu uso e podem não compreender a total necessidade dessa utilização/integração com suas vidas. Sentem dificuldades e reagem ao atrito, mas como legítimos imigrantes, querem participar do movimento tecnológico dentro dos limites onde se sentem seguros e adaptados, querem fazer parte mesmo que levem mais tempo para entender os meandros da interface e as interações diferenciadas que cercam as novas relações sociais mediadas pelos compartilhamentos e curtidas/*likes*.

Capítulo 10

O jornalismo na era das verdades fluidas

Alberto Freitas

Anselmo Penha

A multiplicidade de mídias abertas a diversas possibilidades de organização e participação, surgidas na esteira do rápido desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs), estabelece novos paradigmas para o fazer jornalístico no século XXI. Se antes, as notícias consumidas pela maioria dos leitores eram produzidas sob a mediação dos veículos de comunicação tradicionais, atualmente, por meio das redes sociais, blogs, videologs e outras TICs, há inúmeros agentes consumindo e produzindo informação livremente.

De acordo com Zuckerman (2017), “em 2016, 62% dos adultos norte-americanos disseram receber ao menos parte das notícias que consomem via redes sociais e 18% afirmaram receber notícias frequentemente por meio de plataformas como o Facebook”. Nesse contexto, a produção e a disseminação de notícias potencialmente falsas, embora não configurem um fenômeno recente, podem ser intensificadas com a popularização das TICs.

Para analisar possíveis efeitos da mediação tecnológica nos espaços de convergência da cultura digital, onde a noção de realidade pode ser tão fluida quanto as suas inúmeras possibilidades de representação intersubjetivas, lançamos um breve olhar sobre o possível uso partidarizado das redes sociais, em que a fluidez das pautas acompanha a fluidez dos interesses intersubjetivos com as

quais elas se identificam. Essas intersubjetividades fluidas também se manifestam na produção de narrativas jornalísticas que caracterizam a era da “pós-verdade”, marcada pela divulgação massiva de notícias falsas ou imprecisas, as chamadas *fake news*.

O *Oxford English Dictionary*, que elegeu “pós-verdade” como a palavra do ano em 2016, a define como um adjetivo que se refere às “circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal”. Por sua vez, no artigo *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, os autores Hunt Allcott e Matthew Gentzkow (2016) analisam o possível impacto da exposição dos eleitores às *fake news* na última campanha presidencial nos Estados Unidos. Segundo eles:

Nós definimos como *fake news* as notícias que são intencionalmente e verificadamente falsas e podem enganar os leitores. [...] Nossa definição inclui notícias intencionalmente fabricadas [...] E também inclui várias notícias que se originam em *websites* que divulgam sátiras, mas que podem ser entendidas como factuais, especialmente quando visualizadas isoladamente nos *feeds* do Twitter e do Facebook. (ALLCOTT; GENTZKOW, 2016)

Desintermediação e jornalismo partidário

Eli Pariser, em *O filtro invisível* (2012), afirma que a internet “desintermediou” as notícias. Esse processo de desintermediação, na visão do autor, é caracterizado por excluir as mídias tradicionais como intermediárias entre o público e a informação, que agora pode ser acessada diretamente na fonte. Com o surgimento das redes abertas de informação, houve a ilusão de que essa desintermediação colocava o poder nas mãos dos consumidores, quando, na verdade, ele é ainda manifestado por poucos mediadores invisíveis.

Pariser avalia que plataformas digitais, como o Google, a Amazon e o Facebook, agora se colocam entre nós e nossas escolhas. “E essas plataformas detêm um enorme poder – tanto poder, em

muitos sentidos, quanto os editores de jornais, os selos de gravadoras e outros intermediários que os precederam” (PARISER, 2012).

É necessário compreender, portanto, a diferença entre os papéis de mediadores e de intermediários, definidos por Lucia Santaella (2013) na obra “Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação”. De acordo com a autora, quem intermedia é capaz de “transportar significado ou força, sem provocar transformação”. Já os mediadores podem contar com um ou infinito, pois “seus *inputs* não nos levam a prever seus *outputs*”. Eles “transformam, traduzem, distorcem e modificam os significados ou os elementos que eles devem supostamente carregar” (SANTAELLA, 2013, p. 97).

Uma das consequências do surgimento de novos mediadores é ampliação das possibilidades para a produção de conteúdo jornalístico com o advento da internet. Nesse cenário, conforme aponta Clay Shirky (2012), jornalistas e editores profissionais deixam de ser os únicos detentores do poder de produzir e divulgar notícias, uma vez que as ferramentas de publicação agora são mais flexíveis e disponíveis a todos.

Antes a publicação exigia acesso a uma gráfica, e em consequência o ato de publicar alguma coisa ficava limitado a uma fração mínima da população, e a possibilidade de atingir uma população fora de uma área geograficamente limitada era ainda mais restrita. Agora, conectando-se à internet, um usuário tem acesso a uma plataforma que é ao mesmo tempo global e gratuita. Nossas ferramentas de comunicação não se tornaram apenas mais baratas; tornaram-se também melhores. Em particular, são mais favoráveis a usos inovadores, porque são consideravelmente mais flexíveis que as antigas. (SHIRKY, 2012).

É nesse cenário que o jornalismo digital se consolida como uma prática e como um modelo de negócio, tornando-se cada vez mais independente do suporte impresso, graças ao seu caráter multimídia. De acordo com Pollyana Ferrari (2010, p. 40), “além de

trabalhar com vários tipos de mídia, o jornalismo multimídia precisa desenvolver no repórter uma visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing”. Isso porque foi preciso se adequar ao modelo econômico da internet, baseado em cliques, visualizações e interações, em que os jornais digitais disputam a atenções dos leitores com os blogs e outras formas de publicação *online*, que conquistaram visibilidade enquanto alternativas ao modelo tradicional de produção e distribuição de conteúdo jornalístico.

É nesse sentido que Ryan Holiday (2014) afirma que os blogs são as agências de notícias atuais, capazes de influenciar a opinião pública e pautar os veículos da imprensa tradicional, seja impressa ou digital.

Embora os blogs sejam por vezes encarados como um novo formato oriundo do webjornalismo, Blood apud Escobar (2009) afirma que há alguns blogs que fazem jornalismo, “pelo menos parte do tempo”. Aqueles ligados a “respeitadas empresas noticiosas”, por exemplo, desde que sigam os mesmos padrões de toda a organização, podem ser classificados como jornalísticos. Os blogs escritos por jornalistas, de forma independente, não seriam necessariamente jornalísticos, assim como romances escritos por jornalistas não são obrigatoriamente identificados com o fazer jornalístico.

Sendo assim, em primeiro lugar, para ser considerado jornalístico, um blog deve possuir os atributos que consideramos necessários para o jornalismo de uma maneira geral: difusão para um grande número de pessoas, geralmente com periodicidade determinada, de acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse. (ESCOBAR, 2009, p. 224)

Na obra “Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador das mídias”, Holiday (2014) descreve a lógica por trás de alguns blogs supostamente jornalísticos, criados com a finalidade de gerar o maior tráfego e o maior número de visualizações possíveis. Por definição, quanto mais visualizado um *post*, mais

receitas com anúncios e links patrocinados ele tende a gerar. “A economia da internet criou um conjunto distorcido de incentivos que tornam o tráfego mais importante – e mais rentável – do que a verdade” (HOLIDAY, 2014).

Somada a essas implicações, há ainda a propensão humana a buscar informações que se alinhem com ideias preconcebidas, criando a partir daí um terreno fértil para a propagação de notícias partidarizadas, que permitem o fortalecimento da sensação de pertencimento a certos grupos identitários. Esse mecanismo é discutido por Ethan Zuckerman (2017) que aborda um estudo do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) sobre as influências do jornalismo partidarizado na internet. Segundo ele, a capacidade de encontrar veículos compatíveis com determinada posição política não é nova. “Mesmo nos dias dos panfletos e dos primeiros jornais, era possível achar uma câmara de eco que refletisse posições específicas” (ZUCKERMAN, 2017).

No modelo econômico em que se inserem as mídias digitais atualmente, a navegação baseada em interesses conduz novamente os leitores a uma segregação ideológica, que o autor também chama de isolacionismo partidário. Para Zuckerman (2017), a estrutura das plataformas de mídias contribuiu para o “ensimesmamento” ideológico. “Como sabem os provedores de notícias completamente falsas, existe um apetite quase insaciável por informação que sustente nossas ideias preconcebidas” (ZUCKERMAN, 2017).

Essa estrutura pode ser relacionada com as bolhas dos filtros descritas por Pariser (2012), que seriam originárias de mecanismos criados para tornar a nossa experiência na internet mais individualizada e exclusiva. Como exemplo, podemos citar o algoritmo do Facebook e sua tendência de reforçar ideias preconcebidas, uma vez que “apresenta conteúdo ao usuário com base naquilo de que ele gostou e que escolheu no passado”. A partir da análise dos dados de navegação captados on-line, podem ser reveladas algumas das preferências e gostos individuais dos usuários, e, relacionando-os com as características de pessoas e/ou

grupos que manifestam interesses semelhantes, torna-se possível prever quem somos e antecipar o que desejamos ver ou seguir na rede.

Zuckerman, porém, acredita que essa estrutura é anterior às redes sociais, diferentemente do que defendem Pariser e outros, que atribuem esses efeitos estruturais à popularização de redes sociais como o Facebook. “Três gerações diferentes de mídia on-line tornaram possível selecionar os tópicos e pontos de vista em que cada usuário está mais interessado” (ZUCKERMAN, 2017).

Em O mal-estar da pós-modernidade, Zygmunt Bauman (1998) afirma que liberdade e verdade estão diretamente relacionadas ao poder. “Sou livre, se, e somente se posso agir de acordo com minha vontade e alcançar os resultados que pretendo alcançar [...]” (BAUMAN, 1998, p. 39). Logo, a liberdade que se busca atualmente, especialmente por meio das inúmeras possibilidades de mediação através das redes e dispositivos digitais, está relacionada não necessariamente com aquilo que acreditamos, mas com aquilo que desejamos acreditar, seja a partir de fatos verdadeiros ou ficcionais.

Nesse contexto, a liberdade das redes é uma liberdade condicional. Somos livres para acessar os conteúdos que desejamos, desde que se situem dentro das bolhas que se formam a partir das nossas preferências manifestadas por meio das redes. Somos livres para publicar, curtir ou compartilhar conteúdos com os quais nos identificamos, mas eles tendem a ser visualizados somente e prioritariamente por aqueles que manifestaram os mesmos interesses, pontos de vista e valores que os nossos.

Verdades fluidas

Na obra “Sapiens: uma breve história da humanidade”, Yuval Harari (2015) revela que há 70 mil anos acontecia a chamada Revolução Cognitiva, que teria permitido ao *homo sapiens* conquistar o mundo graças a uma linguagem única e versátil,

caracterizada por uma série ilimitada de sons e sinais que resultam em infinitas frases, cada uma com um significado próprio. Segundo o autor, “lendas, mitos, deuses e religiões apareceram pela primeira vez com a Revolução Cognitiva” (HARARI, 2015).

O autor afirma que o *homo sapiens* é a única espécie capaz de falar sobre coisas que não existem de fato e acreditar nelas como se fossem verdadeiras. Desse modo, segundo o autor, a fofoca foi inventada nos primórdios da humanidade como uma forma de manter o crescimento, a união e a estabilidade dos bandos. Porém, o mecanismo da fofoca seria efetivo somente até o limite de 150 indivíduos, conforme pesquisas sociológicas mencionadas pelo autor.

Para fundar cidades e impérios com dezenas de milhares a centenas de milhões de habitantes, o segredo foi o surgimento da ficção, baseada em mitos partilhados que só existem na imaginação coletiva das pessoas. Assim, surgiram as realidades imaginadas. De acordo com Harari (2015), “ao contrário da mentira, uma realidade imaginada é algo em que todo mundo acredita e, enquanto essa crença compartilhada persiste, a realidade imaginada exerce influência no mundo”. Essa ordem imaginada, portanto, não é apenas subjetiva ou individual, mas intersubjetiva:

Intersubjetivo é algo que existe na rede de comunicação ligando a consciência subjetiva de muitos indivíduos. Se um único indivíduo mudar suas crenças, ou mesmo morrer, será de pouca importância. No entanto, se a maioria dos indivíduos na rede morrer ou desaparecer, o fenômeno intersubjetivo se transformará ou desaparecerá. Fenômenos intersubjetivos não são fraudes malévolas nem charadas insignificantes. Eles existem de maneira diferente de fenômenos físicos como a radioatividade, mas seu impacto no mundo ainda pode ser gigantesco. Muitas das forças mais importantes da história são intersubjetivas: leis, dinheiro, deuses, nações. (HARARI, 2014)

Desde que surgiu, nossa espécie exerce poder e domínio por meio da criação de fatos ficcionais tomados como reais.

Historicamente, as mídias se firmaram como importantes aliadas para a difusão e o estabelecimento de ordens imaginadas intersubjetivas, que só podem ser mudadas, acredita Harari (2015), se for possível mudar simultaneamente a consciência de bilhões de pessoas. Para o autor, “uma mudança de tal magnitude só pode ser alcançada por meio de organizações complexas, como um partido político, um movimento ideológico ou um culto religioso” (HARARI, 2015).

Na realidade brasileira, há diversos grupos identificados com pelo menos uma ou mais dessas três organizações complexas, que têm provocado transformações na maneira como se articulam e se estabelecem ordens imaginadas no país. O campo de ação desses coletivos passa cada vez mais pelo uso das TICs em uma espécie de ativismo midiático, à direita ou à esquerda do espectro político.

Entre inúmeros exemplos que poderíamos abordar, o que está em maior evidência atualmente é o Movimento Brasil Livre (MBL), um coletivo que ganha cada vez mais visibilidade na rede por meio de um midiativismo fluido. Ele é baseado na divulgação de conteúdos jornalísticos, vídeos, memes, sátiras e outros formatos que convergem, integrados como parte de uma robusta plataforma transmídia, que se aproxima das experiências de grandes marcas e grandes corporações que se destacam pela presença digital nas redes sociais. Com mais de 2.500.000 seguidores no Facebook, mais de 20.600.000 visualizações e mais de 180.000 seguidores no YouTube, mais de 117.000 seguidores no Instagram e cerca de 107.000 no Twitter, “o MBL se consolida como o principal movimento político virtual brasileiro”, segundo Toledo (2017).

Por seu poder de mobilização do público nas redes sociais, o grupo tem sido apontado como uma “milícia digital” pelos opositores e por setores progressistas da mídia. Em sua coluna na versão digital do *El País Brasil*, Eliane Brum (2017) defende que movimentos sociais como o MBL exercem poder ao mostrarem que “são capazes de se comunicar com as massas e, portanto, de

influenciar tanto eleitores quanto odiadores, num momento histórico em que estas duas identidades se confundem”.

Ao comentar a ação do MBL em uma mobilização acerca do fechamento da mostra Queermuseu – Cartografia da Diferença na Arte Brasileira, Brum (2017) explica que a prioridade do movimento nunca foi apenas o combate à corrupção, mas sim agir em pautas diversas que tenham potencial de ampliar o alcance e a visibilidade do grupo nas redes, em benefício de seus aliados políticos.

Ao explorar as polêmicas em torno do cancelamento da exposição em questão, que abordaremos à frente no capítulo, o grupo atraiu a atenção dos mais conservadores por meio de críticas dirigidas à militância LGBTQ+ (sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queer, e outras denominações) e aos artistas identificados com a esquerda.

A dificuldade de nomear o que são, é importante perceber, os favorece. E acabam se beneficiando de rótulos aos quais lhes interessa estar associados num momento ou outro e que lhes emprestam um conteúdo que não possuem, mas do qual sempre podem escapar quando lhes convêm. Neste sentido, apesar de exibirem como imagem um corpo compacto, essas milícias são fluidas. Embora ajam sobre os corpos, não há corpo algum. Isso lhes facilita se moverem, por exemplo, da luta anticorrupção para as bandeiras morais, agora que não lhes interessa mais derrubar o presidente. (BRUM, 2017)

Mídias fluidas como influência

Em setembro de 2017, uma reportagem da revista *Época*, de circulação nacional no Brasil, mostrava que a exposição de arte intitulada Queermuseu foi cancelada na cidade brasileira de Porto Alegre fruto de movimentos contrários à sua realização, que tiveram início na internet, em blogs, e se proliferaram por meio de mensagens pelo aplicativo WhatsApp. Essa mesma reportagem atribuiu ao Movimento Brasil Livre parte da responsabilidade pela oposição à exposição.

Antes mesmo que o Santander decidisse encerrar a exposição, já havia postagens em todo o país sobre a mostra. Como o Facebook tem restrições a alguns conteúdos publicados em suas páginas, o WhatsApp foi a plataforma mais utilizada para que grupos da sociedade civil se mobilizassem. Foi assim que o Movimento Brasil Livre, o MBL, entrou na história. No Facebook, a primeira postagem do grupo sobre o caso foi na tarde de domingo, quando a exposição já havia sido encerrada. Mas segundo Renan Santos, um dos fundadores do MBL, no WhatsApp a mobilização começou antes. Células do movimento em todo o país receberam avisos sobre a exposição e um foi repassando para o outro. Sem que nenhum membro do MBL visitasse a Queermuseu, eles decidiram espalhar o apelo pelo boicote ao banco. (TAVARES; AMORIM, 2017)

Elegemos dois motivos para análise aprofundada neste artigo. Primeiro, o tamanho da mostra enquanto expressão artística. A Queermuseu continha aproximadamente 270 trabalhos de 85 artistas e seu tema central era a diversidade, envolvendo questões pertinentes à defesa da causa LGBTQ+. O segundo motivo diz respeito à visibilidade que gerou no meio on-line e como esse movimento se deu. Tavares e Amorim (2017) mostram na reportagem as pegadas digitais, desde a primeira publicação em um *website* de visibilidade local até a interferência do MBL, já direcionado a uma massa maior de seguidores, como descrito acima.

Segundo a matéria da revista *Época*, as críticas à Queermuseu tiveram início em uma publicação do *website Lócus*, da cidade de Passo Fundo, encontrado em buscas do Google na terceira página, em pesquisa realizada no dia 07 de fevereiro de 2018, às 16h27. O título da publicação era “Santander promove pedofilia, pornografia e arte profana em Porto Alegre”. O autor do texto que criticava a mostra, Cesar Augusto Cavazzola Junior, disse para as autoras da reportagem, que imagens e texto foram motivados “porque algumas crianças e adolescentes circulavam pelo local e não havia qualquer restrição ou indicação do teor sexual da exposição”.

Quatro dias depois, o banco cancelaria a exposição. Durante este tempo, os blogueiros Felipe Diehl e Rafinha BK visitaram a mostra, gravaram vídeos, chamaram artistas e visitantes de tarados e pedófilos e publicaram em suas páginas nas redes sociais. Os dois têm cerca de 25 mil seguidores juntos. As alegações eram de que a exposição, em suas obras, fazia apologia à pedofilia e zoofilia, devido à ilustração de cenas que envolviam o contato humano com animais em um contexto sexual e a representação de crianças em ambientes dotados de sexualidade e de compreensão sobre gênero e homossexualidade.

O Banco Santander, empresa dona do espaço em que a exposição ocorria, optou por cancelá-la após ameaças de boicotes a seus serviços, diretamente relacionadas às críticas que a mostra recebeu. Tavares e Amorim atestam que o posicionamento contrário ao banco partiu de pessoas e grupos que se definiam como religiosos, ligados à fé cristã, e cujas mensagens à instituição foram enviadas por e-mail ou via comentários em redes sociais.

Quatro meses depois, em janeiro de 2018, o assunto ganhou novamente evidência, por conta de manchetes da mídia tradicional. Em uma reportagem no *website* do jornal *Folha de S. Paulo*, Menon apresenta uma decisão do Ministério Público que obriga o Banco Santander a realizar duas novas exposições sobre diversidade.

A primeira exposição deverá promover discussão sobre temas como gênero e orientação sexual, étnica e de raça, e liberdade de expressão. A segunda exposição deverá contemplar formas de empoderamento feminino na sociedade e diversidade, incluindo questões culturais, étnicas, raça e orientação sexual e de gênero. Além disso, a Promotoria também determina que a instituição sinalize a presença de representações de nudez, violência e sexo nas obras. (MENON, 2018)

A relação entre o cancelamento da Queermuseu e a discussão acerca da internet enquanto promotora de atuação política dentro de bolhas de conteúdo específico passa por entender qual grupo

estaria representado pelo movimento contrário à exposição. Tavares e Amorim (2017), na reportagem, atribuíram aos movimentos de oposição à mostra que se criaram após as primeiras críticas, como o dos blogueiros Felipe Diehl e Rafinha BK, os perfis liberal e ultraconservador (TAVARES; AMORIM, 2017).

Heywood (2010) defende que o neoconservadorismo existe na sociedade desde a década de 1970 e surgiu com uma nova direita conservadora nos Estados Unidos, “definida por um temor à fragmentação ou colapso social, visto como um produto da reforma liberal e da disseminação da permissividade”. O movimento compreende o temor dos neoconservadores frente ao que pode contestar a autoridade em uma sociedade. Com isso, tornam-se contrários à liberdade individual de escolher a própria moral ou estilo de vida, visto que “se os indivíduos fazem somente o que querem, torna-se impossível manter padrões civilizados de comportamento”.

A definição de Heywood aponta para a ideia de que há um receio pela escolha de uma moral má e um “claro elemento religioso na nova direita conservadora”. Para Magrani (2014), as redes sociais permitem que o compartilhamento de ideias com pessoas que têm interesses e valores semelhantes seja mais fácil, o que não é exclusividade de ambientes on-line, mas as redes atuam como agravadores desta relação. Ele diz que “na esfera pública conectada, estamos presenciando a construção de comunidades homogêneas no âmbito das quais circulam em grande medida sempre as mesmas ideias, os mesmos argumentos, medos e preconceitos”.

A eficácia destas comunidades em gerar consequências como nas que levaram ao cancelamento da Queermuseu é explicada pela atuação das redes sociais digitais na sociedade em rede, explicada por Castells (2013) na obra “Redes de Indignação e Esperança”:

Com os meios de comunicação de massa são amplamente controlados por governos e empresas de mídia, na sociedade em rede a autonomia de comunicação é basicamente construída nas redes da internet e nas plataformas de comunicação sem fio. As redes sociais

digitais oferecem a possibilidade de deliberar sobre e coordenar as ações de forma amplamente desimpedida. (CASTELLS, 2013)

Após o encerramento da exposição, as críticas que voltaram a categorizar a atitude do banco Santander como censura remeteram à ideia de que a instituição estava agindo contra a liberdade de expressão artística. Doutor em estética e filosofia da arte pela Universidade Federal de Minas Gerais, Rodrigo Cássio Oliveira (2017) corroborou a atribuição à atitude em entrevista concedida a Mendonça, dizendo que “ainda que a censura não tenha sido assumida como objetivo pelos que disseram que a mostra não deveria existir, isso já está implícito no simples fato de haver um salto entre afirmar que as obras são ruins ou que são criminosas e a ideia que você não deve exibir isso”.

A liberdade de expressão, para Pinheiro e Gois (2013), é um dos requisitos para que sociedades debatam a diversidade de orientação sexual, como era o objetivo da Queermuseu. Eles dizem:

A questão da diversidade em relação à orientação sexual passou a ser um assunto a ser amplamente debatido em sociedade que priorizaram em seus valores a questão da liberdade de expressão, de pensamento e de consagração da democracia e da igualdade de direitos. Isso não significa que tenha sido uma tarefa simples e sem resistências, mas as mesmas serviram para minar as possíveis resistências e fazer preponderar à máxima da equidade. (PINHEIRO; GOIS, 2013)

Através do *website Buzzsumo*, que analisa o impacto de reportagens e artigos online nas redes, é possível identificar que o texto com maior engajamento no Facebook (56,5 mil reações) é contrário ao encerramento da mostra. A crítica de arte e curadora Daniela Name (2017) assina este artigo no *website* do jornal *O Globo*¹, no qual diz que o “patrocinador já sabia de seu conteúdo meses antes da inauguração”. Ela deixa, ainda, uma questão, fazendo referência a duas maneiras

¹ <https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/artigo-nao-ha-arte-possivel-para-gente-de-bem-21810164>

pelas quais os usuários do Facebook podem interagir com publicações de outros indivíduos ou páginas na rede social.

O questionamento de Name (2017) traz luz ao impacto do Facebook nas decisões por manter ou não uma postura quando se é uma empresa e se está à mercê de julgamentos de seus consumidores. Faria, Carvalho e Carvalho (2012) defendem, considerando a relação de consumidor e empresa, que as opções pela compra de um serviço passam pela internet e pelas redes sociais. Eles dizem que “a internet, principalmente por meio de blogs e redes sociais, desempenha o papel de elemento influenciador, uma vez que põe à disposição dos consumidores diversas informações importantes para a tomada de decisão de compra”.

No mesmo dia em que o banco Santander cancelou a exposição Queermuseu, segundo Tavares e Amorim (2017), a página do Movimento Brasil Livre – que se define como “entidade sem fins lucrativos que visa mobilizar cidadãos em favor de uma sociedade mais livre, justa e próspera” – no Facebook publicou seu primeiro *post* sobre a mostra e, desde então, passou a comentar o assunto com afinco. Ao navegar por ela, é possível encontrar publicações de autoria de seus membros, os quais defendiam a existência de pedofilia e zoofilia nas obras expostas e também de ofensa à fé cristã, além do compartilhamento de vídeos de políticos que endossavam suas opiniões e de publicações sugerindo que o banco passasse a contribuir com organizações voltadas a crianças vítimas de exploração sexual.

As publicações do MBL tiveram espaço dentro de uma internet fragmentada ideologicamente. A partir das ideias de Zuckerman (2017), é possível entender como o receptor da mensagem transmitida pelo movimento foi impactado. O conteúdo que este usuário já buscava foi entregue a ele, o que o mantém na crença sobre o mesmo tipo de informação e inibe a análise crítica. Zuckerman (2017) diz:

O que a mídia social oferece de diferente não é a possibilidade de escolhermos os pontos de vista com os quais entraremos em

contato, mas sim o fato de que muitas vezes não estamos cientes das escolhas. Muitas pessoas aderiram ao Facebook na expectativa de que o site as ajudaria a manter contato com parentes e amigos, e não de que ele seria a principal fonte de notícias. [...] Como o algoritmo do Facebook apresenta conteúdo ao usuário com base naquilo de que ele gostou e que escolheu no passado, sua tendência é reforçar ideias preconcebidas, tanto por ser provável que os amigos de uma pessoa concordem com seu ponto de vista quanto porque o comportamento on-line indica ao Facebook o conteúdo que mais lhe interessa. (ZUCKERMAN, 2017).

Magrani (2014) também atenta para o fato de que a noção que temos da internet – de espaço para vozes diversificadas se expressarem – não são confirmadas se analisarmos que a maior parte do conteúdo consumido é produzido por pessoas com perfis muito semelhantes. Ele sustenta que, “ao mesmo tempo em que a internet permite que grupos minoritários tenham o poder de se expressar, cria novas espécies de exclusão” visando desmistificar, a partir de um estudo de Mathew Hindman sobre o perfil de blogueiros e *websites* norte-americanos, que a ideia de heterogeneidade na rede seja alguém de críticas.

Dentro deste contexto, o que o posicionamento do MBL gerou foi a inflamação de uma bolha acerca de um debate que envolve a questão de gênero e a orientação sexual por se tratar do tema central da exposição Queermuseu. De acordo com Lucia Santaella (2013), “os movimentos sociais que se aproveitam e tiram consequência dos aparatos das redes têm crescido e se diversificado”.

Embora atue como uma organização complexa com alguma influência política, a principal frente de atuação do MBL está identificada com o ativismo midiático. Conforme vimos em Brum (2017), essa militância se estabelece por meio da ação organizada, apropriando-se de tendências e de comportamentos em voga na rede, que possam potencializar a visibilidade das causas que interessam ao grupo e aos seus seguidores. Para Santaella (2013, p. 44), muitas vezes, os ciberativistas atuam como mediadores que são ao mesmo tempo geradores de conteúdos e de vínculos emocionais,

com os quais as pessoas se reconhecem e se relacionam por temáticas em comum. Não por acaso, redes sociais reforçam esses laços para que a interação entre os usuários se torne mais fluida.

Na visão de Manuel Castells (2006, p.18), a sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que as utilizam. Assim, as redes constituem uma velha forma de organização social que adquire novas capacidades com as tecnologias baseadas na microeletrônica. O autor acrescenta ainda que as redes são as formas de organização mais flexíveis e adaptáveis, que seguem de modo eficiente o caminho evolutivo dos esquemas sociais humanos.

Por se tratarem de estruturas flexíveis e abertas à participação, nessas redes é possível assumir uma identidade digital ou várias identidades e papéis no campo da ficção, da fantasia e da imaginação. Santaella (2013), por sua vez, afirma que os perfis nas redes sociais são extensões daqueles que os utilizam, constituindo suas identidades nessas redes, funcionando como estandartes das pessoas que os mantêm.

Uma vez que as redes se constituem em ambientes em que cada um tem visibilidade no seu entorno, dependendo do uso que decide fazer dele, é uma constante a intenção de dar-se a conhecer e gerar tráfego comunicativo por meio de conteúdos profissionais ou amadores. A transparência é reforçada pelo simples fato de que cada cibercidadão pode expressar suas ideias, necessidades, sugestões, críticas ou qualquer tipo de sentimento. (SANTAELLA, 2013, p. 44)

É também o que defende Gregolin (2017), para quem as identidades nas redes não são rígidas nem acabadas, uma vez que estão sujeitas a forças de territorialização e de desterritorialização, “ambas agindo e provocando contradições”, “em um permanente entrelaçamento móvel”. Na chamada era da “pós-verdade”, aprofundam-se as questões em torno da utilidade e da relevância do jornalismo para a sociedade, demandando uma reflexão igualmente profunda sobre a sobrevivência desse modelo de negócio na economia

da atenção. Com uma ampla oferta de informações, disponíveis a qualquer tempo por meio de plataformas móveis e permanentemente conectadas, as notícias disputam espaço com outros formatos de informação, muitas vezes mais atrativos e mais identificados com os interesses do leitor. É por meio das redes sociais que esses conteúdos personalizados se tornam cada vez mais visíveis, na medida em que refletem crenças e valores intersubjetivos.

Em resposta à ampla exposição de informações baseadas em crenças intersubjetivas nessas redes, as emoções que determinados fatos despertam tornam-se mais importantes do que os próprios fatos em si. A reação em cadeia causada pela polêmica alimentada a partir do cancelamento da exposição Queermuseu é um exemplo que evidencia essa afirmação. Quando essa reação é provocada de forma deliberada, por meio da ação de grupos organizados como o MBL, que visam apenas colocar a intersubjetividade a serviço da visibilidade, retornamos a um tempo em que a razão sucumbe à emoção.

Enquanto o jornalismo nos moldes tradicionais se fia em fatos objetivos e na credibilidade das fontes, o jornalismo *fake* apela às emoções, desperta sentidos e provoca reações. Nesse modelo, que é também um modelo de negócios lucrativo para alguns, pouco importa se os fatos noticiados são verdadeiros, pois sua validade está naquilo em que o leitor deseja acreditar, conforme explicou Zuckerman (2017).

Desejos que são captados pelos algoritmos das redes sociais, por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos, que nos aprisionam nas bolhas que nós mesmos criamos em torno de interesses previamente manifestados, como nos alerta Pariser. Para sair das bolhas, é preciso descobrir as razões que se escondem por trás das emoções. É preciso, portanto, trocar a censura pela autocensura, a crítica pela autocrítica, a crença pela dúvida.

Capítulo 11

O poder feminino no tempo fluido

Tamires Cardoso

A questão de gênero é importante em qualquer canto do mundo. É importante que comecemos a planejar e sonhar um mundo diferente. Um mundo mais justo. Um mundo de homens mais felizes e mulheres mais felizes, mais autênticos consigo mesmos

Chimamanda Ngozi Adichie

Os suportes midiáticos sempre estão em constante transformação e transição e, na contemporaneidade, é possível observar uma adaptação no uso de tais mídias – é a adaptação da televisão convencional, do rádio, que culminou em aparatos como *smartphones*, *tablets*, *smart tvs*, culminando no uso da *Internet*, ou seja, é um meio que nunca perece, mas sempre evolui. Henry Jenkins denominou este período como sendo a “Cultura da Convergência” (2006). Quando surge uma nova mídia observa-se uma convergência de diversas outras, portanto, quando emerge uma nova tecnologia constatamos que ela é influenciada pelas mídias passadas que são reprocessadas e que possibilitam a produção de novas linguagens e novas estruturas narrativas. Esse processo é sempre o resultado da evolução de várias transformações tecnológicas que estão em contínuo desenvolvimento.

É possível observar que é nesses lugares da rede, que se reúnem diferentes tribos – as chamadas comunidades –, que se encontram e realizam interações, e que, a cada dia, se fazem mais participativas, colaborativas e criativas. São esses consumidores de

mídia que alimentam tais fluxos, através de conexões inusitadas, gerando conteúdo para ser compartilhado. A variabilidade e a constante mutabilidade são as principais características dessa rede. Para Lúcia Santaella (2004), esses novos usuários respondem por “identidades múltiplas”, que se deslocam continuamente; midiaticamente são mais descontraídos, e detêm o “poder” das novas mídias e podem, de fato, ser identificados por experimentarem um “local midiático” em ambiente de descontração crescente. Pignatari disse em 1984 que novas mídias requerem consequentemente novos usuários e, que num estágio exploratório, fazem o uso indiscriminado da tecnologia sem ao menos se importar com a verdadeira extensão de algo novo e tão atraente.

As redes sociais estão em constante desenvolvimento e a cada dia são apresentadas diferentes plataformas que buscam atender diversos interesses e público, ocupando um papel importante dentro do âmbito das novas mídias. A comunicação ganha papel de destaque nesse cenário já que estimula a comunidade na discussão de temas sociopolíticos, educacionais, além de promover entretenimento. Desta forma, coloca à tona assuntos considerados tabus, como o feminismo e a discussão de gênero.

É uma nova ambiência que facilita a comunicação e ajuda a comunidade a se perceber, provoca discussões e reflexões na sociedade, estimulando a criatividade e contribuindo para o desenvolvimento de uma cultura audiovisual. A transmídia constrói novas possibilidades e cria um novo universo comunicacional. Acreditamos que o próximo passo seja aprender a atuar coletivamente e de modo sustentável, integrando ainda mais a comunidade nas novas mídias, desenvolvendo uma interação mais criativa, democrática e autossustentável.

Tal evolução midiática provoca mudanças significativas no modo de produção e distribuição de conteúdo, porque são estruturadas pela interatividade e representam uma grande mudança na cultura comunicacional. Podemos exemplificar com a Internet, onde as informações são disseminadas de forma global,

não se restringindo apenas a um grupo seletivo de pessoas. Segundo McLuhan (1964), trata-se de um relacionamento que acontece sem funções fixas, mas, numa reversão e permuta contínua, diferente do antigo modelo hierárquico dos meios de comunicação de massa, onde as produções eram unidirecionais. De fato, vivenciamos esse momento marcante na história das mídias, marcado pelo fator da instantaneidade e pela facilidade de acesso aos dados, permitindo uma grande interatividade e visualização.

Por agregar conquistas em dimensões coletivas, participativas e globais, a tecnologia é considerada como um objeto cultural. Como retrata Arlindo Machado (2001), “os jovens são atraídos pelas novas mídias, o que se denomina *high tech* (alta tecnologia), por serem inovadoras. Uma música tocada nas rádios capta bem mais a atenção dos jovens, que formam a geração de novos usuários, do que uma literatura impressa”.

Atualmente, estamos diante de um processo de transição democrático na forma de se transmitir informação e conteúdo. Este poder da transmissão não se dá somente nas grandes emissoras, cuja programação é totalmente desprovida de colaboração dos espectadores. Para a maioria das pessoas, ainda, o único local de acesso à informação e ao entretenimento, é a mídia televisiva e radiofônica aberta que tem um papel formador de opinião em relação ao senso comum. O que o espectador faz é interpretar um conteúdo pré-determinado, dependendo da percepção do mundo ao seu redor e variando também de acordo com suas relações com os meios de comunicação de massa.

Toda a experimentação vivenciada coletivamente na rede traz à tona uma dimensão paródica do anonimato e da visibilidade, entretenimento e conhecimento, um diálogo audiovisual, em tempo rápido. As novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição, reflete Manovich (2001). As novas mídias oferecem um acesso que é tanto rápido quanto fácil e nos fornecem um acesso ao “real”, sempre em busca de uma resposta imediata, se valendo de objetos culturais que

utilizam tecnologia computacional e digital para a distribuição, exposição e interatividade.

Para Pierre Lévy (1999) a cibercultura reflete uma “universalidade sem totalidade”, é algo novo, se comparado aos tempos da oralidade e escrita, torna-se universal e promove uma interconexão generalizada, capaz de comportar uma diversidade de sentidos e de realizar uma conexão mundial de computadores. Isso é o que forma a grande rede, onde cada vínculo e, cada ser em si, já é fonte de heterogeneidade e cria uma diversidade de assuntos, abordagens e discussões.

Jenkins (2006), por sua vez, acredita que a cultura da convergência nos ajudou a perceber como as audiências passaram a ter um envolvimento cada vez mais ativo em relação à produção e distribuição de produtos culturais que consomem. Já Guy Debord (1988), em seu ensaio sobre a “Sociedade do Espetáculo”, faz críticas através de sua teoria e evidencia a conceitual problemática no espetáculo. Seu ponto central é justamente sobre a questão da alienação sofrida em consequência das grandes mídias e como o modo capitalista organiza e define uma sociedade, através do espetáculo, que nada mais é que do uma forma de dominação e alienação da burguesia sobre o proletariado, ou seja, a considerada grande mídia, com programas populares, e telenovelas. O autor ainda cita que “o espetáculo impede os indivíduos de perceber que a sociedade do espetáculo é apenas um momento na história que pode ser derrubada por uma revolução”.

Debord (1988) define que os profissionais desse espetáculo sempre detiveram um grande poder influenciador sobre a sociedade, invadindo e conquistando. Os espetáculos são vivenciados e televisionados, através de novelas, programas de auditório e influências na política. O espetáculo torna-se uma imagem invertida da sociedade e não é considerado apenas um conjunto de imagens, mas sim relações sociais entre as pessoas. Por outro lado, presenciamos atualmente uma maior discussão sobre a questão de gênero na grande mídia. Podemos considerar isso como

um “avanço” pelo fato de algumas dessas questões passarem a estar presentes em programas populares, em horários considerados como “nobres” da televisão brasileira.

Mulheres ganham 70% do salário dos homens

A última pesquisa feita no Brasil em 2016 sobre o mercado de trabalho mostra que as mulheres brasileiras recebem, em média, apenas 70% do salário dos homens, seja para executar exatamente as mesmas tarefas ou para ocupar os mesmos cargos dentro de uma empresa. As condições de trabalho são diferentes, bem como a posição hierárquica nessas instituições, o que desfavorece as mulheres em relação aos homens. Também é possível observar que os cargos de chefia ainda são exercidos, na sua grande maioria, por homens. As mulheres ainda possuem um acúmulo de tarefas domésticas e familiares, além de suas carreiras profissionais.

O tema feminismo está cada vez mais atual, é um movimento social e político que, nasceu em meados do século XV, mas somente foi popularizado por volta do século XIX e trata-se de uma reivindicação feminina por direitos e oportunidades iguais. Desde sua origem tem sido considerado um tabu. Atualmente, essa discussão em torno do feminismo está mais presente, mas a intolerância com relação à desvalorização da mulher também está maior. Simone de Beauvoir (1946) afirma que "no dia que for possível à mulher amar-se em sua força e não em sua fraqueza; não para fugir de si mesma, mas para se encontrar; não para se renunciar, mas para se afirmar, nesse dia então o amor tornar-se-á para ela, como para o homem, fonte de vida e não perigo mortal".

Hoje em dia as mulheres têm mais liberdade, autonomia e mais influência do que em tempos passados, mas ainda não parece que se está perto de viver plenamente dentro de uma situação que expresse uma igualdade de gênero, o que nos remete não somente à luta feminina, mas a uma luta global pela questão de gênero. Temos a Teoria *Queer*, que trata a questão de gênero, afirmando que a

orientação sexual, assim como a identidade sexual, nada mais é do que o resultado de uma construção social; consequentemente não há papéis definidos inscritos na natureza.

Recentemente observamos essa mudança e discussão no mundo da moda. A marca C&A, em 2016, lançou uma coleção inteira sem distinção de gênero, dentro do conceito chamado *Genderless*. A campanha publicitária desconstruiu padrões e deixou de livre escolha qualquer roupa que cada um queira usar. Sem ter o setor masculino e feminino em suas lojas, mas sim um setor único. Uma das principais autoras e filósofas sobre o assunto é Judith Butler (2002), que define sete conceitos essenciais para a questão de gênero. A autora afirma que o sujeito não é pré-existente, mas sim está em constante processo, sendo constituído no discurso por atos praticados. Ou seja, é um sujeito que se constrói e destrói o tempo todo, sendo instável e poroso, sem ter um lugar fixo no mundo, sendo, portanto, um ser performativo.

O segundo conceito parte do princípio que o sujeito não é estável, nem fixo, o gênero é construído através da linguagem e pela linguagem. Baseada em Foucault, Butler afirma que “a diferença e a divergência solapam qualquer tentativa de instaurar uma identidade”.

A performatividade é o conceito de que o gênero não é algo que se é, mas algo que se faz. Portanto a identidade de gênero é uma sequência de atos. É o que constitui o sujeito, produzindo uma naturalidade do ser, cristalizando a identidade, o que nos leva para o próximo conceito como sendo a heteronormatividade. Esta definição está diretamente ligada ao conceito de Adrienne Rich, que nos direciona para o fato de que mulheres e homens “se veem solicitados ou forçados a ser heterossexuais”. Como se fosse uma norma de conduta, desejo e afeto.

Para Butler, não existe um corpo natural que seja pré-existente, pois depende da cultura, linguagem e práticas. O gênero é entendido como uma estilização do corpo, produzido através dos discursos, sendo assim considerado como o quinto conceito. Butler

ainda desconstrói o binarismo que existe no gênero e sexo, segundo os quais afirmamos que o gênero é social enquanto o sexo é natural. O sexo, tanto quanto o gênero, é produzido e inscrito num conjunto de práticas e moralidades. Portanto essa separação entre sexo e gênero pode ser abandonada, criando lugar para uma nova noção de sexo e gênero, que aparecem inscritos materialmente num corpo, enquanto as construções discursivas possuem um movimento de poder.

Seguindo uma lógica foucaultiana, Butler aponta também que não é possível conviver fora dessa norma, o gênero torna-se limitado por estruturas de poder e não há uma possibilidade de escolha que seja realmente livre. Porém essa possibilidade de subversão, ou seja, a criação de novos espaços possui potência de enfrentamento. Por fim, não é possível se livrar totalmente das estruturas de poder, mas é possível uma interpretação da realidade, de modo ser possível burlar tais expectativas de gênero.

Nos Estados Unidos da América, há uma iniciativa chamada *The Representation Project* (<http://therepresentationproject.org/>), encarregada de analisar como a mídia “representa” não somente as mulheres, mas a questão de gênero como um todo. Seu principal slogan é “Todo mundo merece ser representado”. A organização defende o conceito de que é difícil “ser o que você não consegue ver”, e com isso pretende expor as injustiças cometidas pela mídia, criadas pelos estereótipos de gênero.

The Representation Project trabalha com campanhas interativas e muitas parcerias estratégicas e de iniciativas educativas, no esforço de transformar a situação atual da mídia, ofertando a oportunidade de uma mudança para que todos os gêneros possam se ver representados em toda a diversidade humana. Eles possuem ações *online*, na qual todos podem participar, usando *hashtags* para demonstrar a insatisfação com a mídia atual. Assim, estimulam as pessoas a fazer protestos *online*, usando *hashtags* em campanhas, como a *#MediaWeLike* (*#MídiaQueGostamos*), quando alguma mídia abre espaço para

uma maior diversidade de gênero e que merece ser reconhecida e também a *#NotBuyingIt* (*#NãoCompramosEssa*), quando a mídia apela para estereótipos sexistas e racistas, e que merecem ser expostos e criticados.

As iniciativas vão muito além disso. No Globo de Ouro de 2018, presenciamos um manifesto da atriz israelense, radicada nos Estados Unidos, Natalie Portman, junto do também ator Ron Howard. Ambos estavam encarregados de apresentar o prêmio de melhor diretor e, ao anunciar quem seriam os indicados, a atriz fez uma ressalva sobre todos os indicados serem homens, apesar de também existir nesse ano filmes dirigidos por mulheres, e que nem sequer foram indicadas à categoria de melhor filme, como *Lady Bird*, dirigido por Greta Gerwig, e *Mulher-Maravilha* dirigido por Patty Jenkins.

Atrizes de Hollywood fizeram também uma manifestação na apresentação de 2018 no Globo de Ouro para denunciar assédio sexual sofrido por mulheres do meio artístico, que são talentosas e capazes, mas ainda ganham menos que os homens e precisam passar por “desafios” maiores para chegar ao estrelato e atingir o *status quo* de Hollywood.

A grande maioria das atrizes foi vestida de preto para representar a luta e o luto por uma maior credibilidade. O diretor Steven Spielberg, em conversa com o canal que cobre os eventos de Hollywood – *Entertainment Tonight (ET)*, se manifestou a respeito citando ser este um momento histórico para as diretoras. Ele citou Patty Jenkins, que recentemente dirigiu o filme *Mulher-Maravilha*, além de afirmar que há mulheres incríveis chegando ao glamoroso *status* de diretora de Hollywood. Para o diretor, em breve haverá não somente indicadas, mas também ganhadoras. O que impressiona nesse discurso de Spielberg, semelhante ao do ganhador Guillermo Del Toro, é uma certa desvalorização feminina, porque as mulheres já estão equiparadas aos homens, mas a impressão que fica é que elas ainda tem o que provar para Hollywood, e embora já possuímos grandes diretoras com filmes

mainstream, mesmo assim, não houve ao menos indicadas, e nem sequer a menção dos diretores às mulheres que participam desse meio de criação, em menor número, mas são elas as auxiliares, fotógrafas, pós-produção etc.

A realidade é que normalmente não há mulheres indicadas para esse tipo de categoria, considerada como a “mais importante” da noite, o que demonstra ser este um setor extremamente dominado por homens, no qual mulheres não possuem muito espaço. Homens gays ainda possuem uma pequena vantagem nesse quesito como diretor, assumindo o papel de líderes.

Segundo uma pesquisa de 2016, do *website Women and Hollywood*, apenas 4% dos diretores de Hollywood são mulheres, 11% roteiristas, 3% trabalham com equipamentos de filmagem, e 14% são montadoras (editoras de vídeo). Ressaltando novamente o fato de que nunca uma mulher foi indicada ao Oscar na categoria de melhor cineasta.

No Brasil, temos a Ancine (Agência Nacional do Cinema), que em 2017 revelou que das 2.583 obras audiovisuais que foram registradas em 2016, apenas 17% possuem direção feminina, e 21% foram roteirizadas por mulheres. Essa pesquisa leva em consideração apenas as chamadas obras comerciais de conteúdo de espaço qualificado, excluindo produções jornalísticas, esportivas e publicitárias, mas que também predominam o sexo masculino.

Atualmente tivemos o recente *boom* da discussão de gênero, partindo de *reality shows* a novelas populares ou por cantoras. Um dos maiores exemplos é a *drag queen* americana RuPaul Andre Charles, conhecida como apenas RuPaul, que fez sucesso pela noite de Nova York, destacando-se nos anos 1980, indo ao estrelato nos anos 1990, fazendo participações em uma variedade de programas televisivos e filmes, além de gravar músicas. RuPaul distinguiu-se de outras *drag queens* por ter uma indiferença de gênero, não se importando se é chamado de “ele” ou “ela”, como ele mesmo cita “você pode me chamar de ele, você pode me chamar de ela, você

pode me chamar de Regis e Kathie Lee. Eu não ligo, desde que você me chame”.

Atualmente RuPaul apresenta um *reality show* intitulado de *RuPaul's Drag Race*, consagrado não somente pela audiência, mas também por organizações como o Emmy, MTV, e *Critic's Choice Awards*, o *reality show* vem promovendo uma competição entre as melhores *drag queens*. O fato é que o tema foi popularizado, assim como a questão de gênero. Durante as temporadas é possível observar um lado emocional e pessoal de cada participante. Além da competição em si, podemos conhecer as histórias das personas e entender seu conflito. RuPaul foi responsável por levar do *underground* ao *mainstream* e mostrar a cultura *drag* como sendo de fato mais uma forma artística de expressão.

No Brasil, presenciamos em 2017 uma novela popular trazendo à tona a discussão da transgenia por meio da personagem Ivana, interpretada pela atriz Carol Duarte, durante a novela da Rede Globo “A força do querer”. Disseminando a questão dos transgêneros para o país, Ivana sofre de conflitos emocionais porque não consegue identificar-se com seu gênero, além de não ter apoio da família. Em suma, a novela ajudou a esclarecer de maneira popular essa questão de identidade de gênero, pois ainda é algo que precisa ser disseminado e discutido, para evitar preconceitos. A novela também foi tema de destaque em uma matéria no jornal norte-americano *The New York Times*.

Também no Brasil, temos Phabullo Rodrigues da Silva, mais conhecido como Pablo Vittar, cantor e a *drag queen* brasileira mais famosa. Também citado pelo *The New York Times*, é considerado como um ícone *gay* por possuir uma fluidez de gênero. Pablo começou a ganhar notoriedade em 2015, através das redes sociais com seu videoclipe de *Open Bar* (<https://www.youtube.com/watch?v=IYuepseCRGY>). Em menos de um mês alcançou um milhão de visualizações no *YouTube*. Em maio de 2018, o clip passava de 60 milhões de views.

Pablo tem como inspiração e influência RuPaul, e assim como o mesmo escolheu o nome artístico masculino. Ele deixa claro que

não é transexual, e apenas se sente mulher quando está caracterizado. Assim como declarou que não pretende passar por nenhuma transição cirúrgica, fez uma afirmação semelhante à de RuPaul sobre não se importar com gênero “se você escrever “ele”, vou achar incrível, se escrever “ela”, também vou achar demais. Mas, quando estou de *drag* eu não fico na frente do espelho duas horas me maquiando para a pessoa me chamar de ele. Eu gosto de ser chamada no feminino”.

Há um episódio no desenho norte-americano *The Simpsons*, no qual a matriarca Marge Simpson muda a cor do cabelo de azul para grisalho, quando questiona a opinião sobre a mudança para sua filha Lisa, a mesma diz que considera a mudança da mãe “inspiradora”, no final do episódio, Marge volta à cor original de seu cabelo azul pintado, e novamente questiona a Lisa sobre sua opinião de voltar a cor de sempre. A resposta é exatamente a mesma, a filha afirma que considerou a troca “inspiradora”. A concepção de Lisa é que tudo o que uma mulher se propõe a fazer deve ser considerado como uma ação inspiradora, e essa é sua definição sobre o que é ser feminista.

Devemos começar nos apoiando e lutando pelos nossos direitos, mas infelizmente não é o suficiente, esse reconhecimento deve vir de todos os lados, no final somos todos seres humanos com os mesmos direitos, capacidades, e qualidades para realizar uma mesma tarefa. Temos um bom exemplo de participação feminina na produção de mídia na *OktoTv*, que é um canal *online* colaborativo situado em Viena (Áustria), criado em 2005. Com transmissão global, sua programação é diversificada e a grade de horários engloba de noticiário local a entretenimento. O canal oferece também *workshops* variados dentro de seus estúdios. Seu principal intuito é levar para a comunidade a oportunidade de se comunicar, falar sobre problemas, e possíveis soluções. A *OktoTv* oferece o *know how* sobre como se fazer os programas, como produzi-los em todas as etapas da roteirização, pré-produção, manuseio de

equipamentos de luz, vídeo e áudio, ao treinamento de locução e vídeo-jornalismo ou como é feito o *live streaming*.

Por ser um canal comunitário, não possuem qualquer tipo de propaganda, recebem fundos financeiros da União Europeia e apoio da própria comunidade. O canal emprega muitas mulheres para a produção de seus programas, assim como incentivam a comunidade através de *workshops* voltados apenas para mulheres. Há programas que são totalmente produzidos e realizados por mulheres, desde a seleção de pauta até mesmo a direção, produção, apresentação, em cargos de auxiliares, responsáveis pelos cenários e fotografia, pela operação de câmeras e microfones.

A *Okto* realiza algo que não é muito comum nessa área e por este motivo é que se destaca no mercado audiovisual. Em 2017 aconteceu em Salzburg, Áustria, a chamada *CivilMedia Unconference*, evento do qual a *Okto* participou de um dos grupos de discussões, e nesse ano o tema principal foi justamente sobre o papel ativo da mulher em produção de mídia, especificamente, de mídia comunitária. O principal questionamento foi sobre porque a mulher ainda está em desvantagem nesse meio, e ideias de como fazer com que haja mais engajamento, e participação feminina.

Estamos vivenciando uma era de plena transição, na qual assuntos como poder feminino, igualdade de gêneros, discussão de gênero, transgêneros, *drag queens*, casamento *gay* e adoção, vieram à tona como nunca. Estamos apenas na ponta desse imenso *iceberg*, pois a luta pela igualdade de direitos, não importando seu gênero, dá sinais de que ainda está longe do fim, em muitos setores, e, principalmente, na área multimidiática. A realidade é que mulheres, transgêneros, e *drags* ainda possuem um papel inferior na produção, e participação ativa de mídia. A mudança está acontecendo neste exato momento, a passos largos, mas o reconhecimento ainda está um pouco longe de ser legitimado.

Esta transformação não virá apenas de um lado, mas sim de um movimento global e unificado. As mulheres precisam se unir e mostrar não apenas carisma, mas sua força, capacidade, coragem e

talento. A pergunta que nos assombra é por que certas áreas são predominantemente masculinas ou femininas? A resposta é simples, trata-se de uma herança cultural que vem há séculos, por mais que achamos que somos livres nas nossas escolhas, ainda são poucas as pessoas que “nadam contra a maré”, mas a mudança está acontecendo.

Coletivo Vermelha

Uma boa iniciativa são os coletivos que vêm sendo criados, como o Coletivo Vermelha (<http://coletivovermelha.com.br/>), criado em São Paulo em 2014, ele tem como criadoras diretoras e roteiristas, elas buscam compreender qual é o espaço das mulheres no meio audiovisual, seja no processo de produção ou avaliando como as mulheres são representadas por tais mídias. O maior problema é que a maioria da representação feminina na mídia, ainda é a de que ela é submissa e que deve cuidar da casa e da família. E ao consumir certos produtos, como do setor de limpeza, ou roupas, maquiagem etc, o maior empecilho nisso tudo é que estamos comprando também a ideia, de que realmente a posição na qual a mulher foi colocada faz sentido, e por isso as empresas continuam com o mesmo padrão no processo de criação publicitária, sobre a representação da mulher.

Por outro lado, é possível observar uma certa mudança, como no comercial da cerveja Crystal, que faz a inversão de papéis, no qual é um grupo de mulheres que está no bar em um momento de descontração com as amigas, sem necessitar de expor nenhuma delas como objeto. Temos também o comercial do produto de limpeza Veja, que ao invés de trazer novamente a personagem da “neura” feminina da limpeza da casa, eles introduzem o “neuro”, voltado para o público masculino.

Até mesmo a maior empresa de automobilismo do mundo, a Fórmula 1, anunciou em 2018, que irá retirar as famosas *grid-girls*, garotas famosas por serem modelos e usarem trajes que deixavam

muitas partes do corpo à mostra, e ficarem desfilando nos eventos, segurando guarda-chuvas, e outros acessórios. Segundo a Fórmula 1, a decisão foi tomada porque essa prática não condiz mais com os valores da empresa, assim como os novos valores que a sociedade está tentando estabelecer contra o símbolo de mulher objeto.

Nesse pequeno avanço em recentes campanhas publicitárias sobre tarefas domésticas, nas quais historicamente demanda as mulheres. Podemos ver que não somente a mãe aparece com a obrigação de lavar roupas, mas sim o pai também possui essa obrigação. Podemos perceber essa inversão de papéis de forma discreta.

Por fim, devemos caminhar para uma sociedade, menos machista, onde haja mais campanhas onde a mulher não seja estigmatizada, e a discussão de gênero esteja presente no cotidiano, e se torne assunto que não seja mais classificado como tabu, e principalmente, como diria umas das *drag queens* mais icônicas de RuPaul's Drag Race, Alaska em uma de suas canções; "*Let's pay women an equal wage*" (*vamos pagar as mulheres um salário igualitário*, em tradução livre), ou seja, a criação de mais práticas de equiparação de cargos e salários.

Capítulo 12

Valorização das imagens voláteis nas redes sociais digitais

Mariana Leonhardt Hallage

“Somos o que fazemos para mudar o que somos”

Eduardo Galeano

As tecnologias da inteligência, por meio de sistemas compostos de dispositivos tecnológicos que agem em rede, têm modificado radicalmente a forma dos sujeitos sociais se relacionarem e se expressarem culturalmente, diante da mediação que estabelecem entre os agentes na comunicação digital. Dada a globalização, a facilidade de acesso à internet e a aproximação de *gadgets* ao uso cotidiano, por exemplo, são percebidos novos movimentos comunicativos, que evidenciam as redes sociais digitais, quando o objetivo é o de se comunicar informalmente, estabelecendo vínculos sociais e mantendo contato com outros agentes.

No âmbito das redes sociais digitais, nota-se a preferência pela produção e veiculação de conteúdos audiovisuais, entre imagens e vídeos, que em poucos segundos expressam o momento presente que o enunciador está vivenciando e deseja compartilhar em rede, para seus espectadores. Agregando camadas mais complexas à comunicação, esse tipo de conteúdo não possui apenas um tempo reduzido de exibição por unidade, mas, também, tempo de vida previamente estabelecido pelos programas, para durarem até 24

horas do instante em que foi produzido, sendo veiculado em seções específicas das redes sociais digitais.

A primeira plataforma com esse potencial comunicativo surgiu em 2011. Batizado de Snapchat, essa rede social foi pensada para trocar mensagens imagéticas que pudessem ser enviadas a amigos mais próximos de cada usuário, na informalidade da comunicação de um chat. Após tornar-se a terceira rede social mais utilizada nos Estados Unidos, segundo pesquisas da Techcrunch, a Snap Inc., empresa responsável pelo Snapchat, resistiu às ofertas da Facebook Inc. (holding que detém as redes Facebook, Instagram, WhatsApp e Messenger), quando tentou comprá-la em 2015, por 20 bilhões de dólares, sem sucesso. A partir de 2016, em resposta à recusa, todas as redes supracitadas criaram seções de imagens efêmeras próprias, que dividiram espaço nas interfaces dessas redes, que antes eram exclusivamente dedicadas às unidades de conteúdo fixo, o principal nicho de atuação das mesmas.

O intuito dessas redes, ao incorporarem seções que estabelecem comunicação efêmera, seguindo o movimento proposto pelo Snapchat pioneiramente, foi o de modernizarem as possibilidades de interação entre usuários. O Instagram criou a seção Stories, o Messenger lançou a seção My Day, o Facebook agregou espaço para a seção de Histórias, o WhatsApp criou uma tela para a seção Status e, recentemente, o YouTube anunciou a realização de testes para a criação da seção Reels. Existem outras redes sociais digitais que se utilizam desses recursos, porém, por terem menor representatividade no panorama de comunicação digital, pelo reduzido número de adeptos e baixa popularidade (se comparadas a estas acima), não foram contempladas no artigo.

Quando um novo recurso tecnológico é criado, novas formas de interação e uso são configuradas, para atender à demanda. Se um aplicativo é algo inovador e experimental, ele deve ser, em mesma potência, um resultado de anseios que o sujeito social espera que sejam supridos pelo mercado, justificando, assim, investimentos

milionários para que ele seja ofertado oportunamente e colocado em prática. Trata-se de uma relação complexa.

Para pensarmos sobre as novas tecnologias e os impactos que possam causar na sociedade contemporânea, é possível ter como base as consequências da globalização, que reorganiza os espaços físico-temporais, quebrando fronteiras que antes delimitavam rigidamente os ambientes preestabelecidos; acelera o tempo através da comunicação em rede, reduzindo o período de resposta a partir de um estímulo iniciado em determinado ponto; cria a demanda de novos agenciamentos imagéticos que deem conta da complexidade cultural da atualidade.

Expressão cunhada por Zygmunt Bauman (2001), a “modernidade líquida” é um termo que cabe discutir, quando se almeja identificar metaforicamente o momento presente. O pensador se apropria de conhecimentos físicos para explicar o que é percebido intangivelmente. Enquanto o sólido é rígido, pouco mutável, não se misturando com outro sólido sem que haja uma interferência que o amoleça de alguma forma, seguindo um formato bem definido e distinto, o líquido, em contrapartida, é símbolo de fluidez, de redefinição constante de sua forma, sempre em dependência do vasilhame em que é colocado, dando margem para se misturar com outras substâncias facilmente.

A partir dessas definições, acredita-se que a sociedade contemporânea, como um todo, vivencia o estado físico líquido, simbolizando “uma arquitetura desmaterializada, dançante, difícil, etérea, temperamental, transmissível a todas as partes do mundo simultaneamente, só indiretamente tangível, feita de presenças sempre mutáveis, líquidas” (SANTAELLA, 2007, p. 17).

Uma vez que a tecnologia permeia o cotidiano contemporâneo, as potencialidades do sujeito social, em termos de comunicação, são alavancadas. No fluxo da globalização, as barreiras da espacialidade já não interferem mais na troca informacional que se pretenda estabelecer. Com acesso à internet, conectados a dispositivos móveis, os indivíduos de uma sociedade

passam a se comunicar digitalmente, em rede, cultuando práticas sociais, através, evidentemente, das redes sociais digitais. Essa abertura facilita na articulação de “competências cruzadas, promovendo hibridismos, fertilizando o devir. (...) um mundo no qual as diferenças podem comunicar-se livremente entre si, em constantes fluxos e reconfigurações” (FELINTO, 2012, p.22).

A facilidade promovida pela mobilidade de dispositivos tecnológicos auxilia na constituição do ambiente virtual em rede, mas também sobressalta as próprias especificidades dos percursos físicos e materiais que viabilizam a comunicação, em aspectos técnicos. A mobilidade é vista no momento em que os dispositivos, enquanto captam imagens para comunicação digital, acompanham o cotidiano de um indivíduo, traçando caminhos imprevisíveis, de acordo com o trajeto físico que ele deseje realizar.

Os dispositivos tecnológicos móveis (celulares smartphones, *tablets*, *wearables*) podem ser chamados de dispositivos locativos, por aliarem aspectos da rede (globais) a características específicas (loais). É preciso considerar essa dualidade reconhecendo os espaços intersticiais (ambientes ambíguos, com potencialidades nos dois âmbitos, on e off-line), uma vez que “não existem elementos que sejam puramente globais, mas, sim, elementos ou fenômenos de maior globalidade que sempre criam versões locais altamente idiossincráticas e, portanto, dificilmente comparáveis” (BEIGUELMAN e FERLA, 2011, p.42).

As telas dos aparelhos transmitem espectros virtuais: que representam nossa personalidade, mediam encontros, incentivam e elaboram experiências sociais, não sendo preciso estar fisicamente presente em algum local determinado. Por meio da mediação tecnológica, os corpos tornam-se ubíquos. Através da telepresença, conquista-se o artifício do sistema tecnológico contemporâneo, que desloca nossa existência em tempo real, para qualquer lugar no espaço, na medida em que despreza a materialidade humana e concentra-se em informatizar plataformas digitais com nossos dados.

Percebe-se, assim, a valorização pelas experiências através da visualização, muito mais difundidas do que as captadas através da visão, de coleta de dados primariamente. Se estamos interconectados em rede e um lugar está à distância de um clique, provavelmente ele será acessado mais vezes digitalmente que fisicamente, uma vez que o percurso digital gera maior acessibilidade à informação em comparação ao percurso material, que demanda deslocamento físico, tempo, investimento financeiro, entre outras exigências de acesso, mostrando-se menos prático.

Com a facilidade de replicação de informação pela rede, a conexão entre procura e oferta é encurtada. A visualização, porém, não é contemplada com a abstenção de filtros e ressalvas por parte do observador-captador dos dados. É uma construção social, uma interlocução que, por mais que esteja focada localmente, encontra-se imbuída em signos culturalmente difundidos, alimentados em cadeia coletiva, difundidos em escala global.

Pela computação ubíqua, vivemos rodeados por dispositivos tecnológicos, conectados em rede, detentores de telas que nos fornecem imagens a todo instante, percebendo a convergência de mídias que é proporcionada, no ápice da comunicação digital, representando uma mudança de paradigma, uma vez que existe “um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso” (JENKINS, 2009, p.325). Pela conexão que aproxima os agentes de uma mesma plataforma, a oferta de conteúdo é maximizada, dando margem para que o espectador escolha o conteúdo que deseja assimilar e consumir, independentemente do enunciador que o produziu e os seus canais de origem.

Seguindo a premissa de fluidificar a comunicação, entre globalização, acesso a tecnologias móveis, espaços intersticiais (entre os ambientes on e off-line) e a quebra de barreiras entre mídias (dada a convergência dos canais), a comunicação digital

expressa-se de forma híbrida, quando permite a produção de dados em diversos formatos (texto, imagem, áudio, vídeo), incentivando a rápida produção de conteúdo por seus usuários, para que registrem o momento presente e veiculem facilmente sua informação particular pela rede. Entre todos os formatos possíveis, entretanto, percebe-se a preferência por imagens e vídeos, em detrimento a áudios e textos.

As imagens efêmeras são o resultado de dados numéricos, cujas produções são dadas em bits de zeros e uns, e evidenciam a habilidade do indivíduo em fotografar qualquer situação, sob qualquer localidade em que esteja, em confluência às tendências elencadas até aqui. De acordo com Lucia Santaella (2006), imagens efêmeras, também sendo chamadas de voláteis, representam o império de uma versão renovada dos instantâneos fotográficos. Conforme essa ideia, “sua natureza digital permite que elas sejam remetidas a quaisquer outros celulares com a mesma capacidade técnica ou para quaisquer terminais de computadores em quaisquer pontos do planeta”.

Como a rede agrega uma imensa e ilimitada quantidade de imagens, os espectadores são bombardeados por informações, o que dificulta a criação de elos singelos e firmes, com enunciadores específicos. Uma imagem é rapidamente descartada, assim que visualizada, para que ceda espaço para a seguinte, em um fluxo constante de sucessões, em prol da visibilidade midiática sempre ativa. Como Flusser (2011) já refletia, observando a fotografia analógica e as mídias tradicionais, considera-se que o universo imagético passa a rejeitar o suporte em que se expressa, valorizando apenas a informação que é passada, motivo de sua produção e veiculação. Deseja-se a informação, e não seus objetos missionários, focados na passagem de sentido.

A programação das redes sociais digitais, que agregam o conteúdo volátil, claramente já estabelece essa dinâmica comunicacional, limitando as produções a serem efêmeras e leves, informando o usuário enunciador, desde o princípio de suas

interações imagéticas na plataforma, sobre as limitações expressivas na rede, por unidade, reduzindo o poder de cada suporte e, em consequência, incentivando a alta quantidade de produção de suportes menos significativos, quando colocados para análise individual.

As principais redes

Com a missão de captar o conjunto de emoções cotidianas de seus usuários, rejeitando a ideia de registrar um momento Kodak, de acordo com as próprias palavras de Even Spiegel, CEO da Snap Inc., os produtos do Snapchat são imagens ou vídeos feitos sob a premissa de comunicar o momento presente, indo além de uma cuidadosa captura e gravação do instante para memorização e geração de álbuns de duração ilimitada. É o choque com o presente (HAND, 2012).

O Snapchat dá duas possibilidades de veiculação de imagens e vídeos: o conteúdo pode ir para a seção de chat, enviando a mensagem para amigos em específico, ou pode ficar visível na seção de histórias do dia, cuja visibilidade de cada conteúdo dura 24 horas desde o momento de sua postagem. O tempo unitário de cada produção pode ser de até 10 segundos. Diferentemente de outras plataformas, o Snapchat não ostenta aos outros usuários os números de seguidores e interações que outro usuário específico detenha. Essa informação não é divulgada, por ser irrelevante, dado o objetivo da rede, em aproximar amigos e não em criar um networking gigantesco. Foi o programa que lançou esse tipo de comunicação nas redes sociais digitais, de forma inédita.

No ano de 2015, o Snapchat era o 3º aplicativo mais baixado, segundo dados do WGSN. Por algumas vezes, a Facebook Inc. tentou comprá-lo, mas não obteve sucesso. Em agosto de 2016, em resposta, lançou o Instagram Stories, uma seção de conteúdo volátil, agregada à plataforma do Instagram, rede social que tem como origem a aposta em registros fotográficos duráveis, visualizados em

formato linear fixo. Apropriando-se da tecnologia que não foi patenteada pela Snap Inc., o Instagram passou a permitir que seus usuários elaborassem imagens e vídeos de até 15 segundos, e mais tarde, inclusive, abriu a oportunidade de que transmissões ao vivo também fossem veiculadas nesse espaço.

Além dessas imagens ficarem compiladas no perfil do usuário enunciador, podem atingir outras dimensões, se forem identificadas com *tags* de geolocalização. Trata-se de um recurso aplicado tanto para o Snapchat quanto para o Instagram Stories. Transeuntes que visitam ou vivenciam experiências em determinado local, captam imagens e, no instante de oficializarem o conteúdo na plataforma, a fim de ser transmitido para outros usuários, inserem a *tag* que identifica onde ele está situado. Automaticamente, o programa recebe uma cópia desse material digital e tem a possibilidade de postar em sua seção coletiva, que reúne conteúdos daquela localidade, desse e de tantos outros usuários que marcaram suas produções da mesma forma. Nem todos os conteúdos são replicados; o aplicativo tem liberdade, previamente, de fazer uma curadoria antes da veiculação.

Este mecanismo é similar ao de *hashtags*, presente em outros programas e formas de comunicação em rede. É possível associar a atividade ao conceito de inteligência coletiva, que Pierre Lèvy (1998) define como um consciente coletivo, um processo de troca de informações que alimenta o espaço do saber, por meio de um trabalho conjunto, coordenado em tempo real, mobilizando diversas competências. Por meio da geolocalização, o usuário marca a localidade em que produziu o conteúdo e abre a possibilidade do aplicativo selecioná-lo, para passar em uma sessão aberta, com vários outros produtos de usuários, tendo a mesma temática como interligação entre as produções.

Não satisfeita com as mudanças que implementara no Instagram, com a seção Stories, a Facebook Inc. incorporou a comunicação por imagens e vídeos efêmeros em suas outras três redes sociais, no início de 2017, agregando o recurso

respectivamente nas redes Facebook, com a seção Histórias, WhatsApp, com a seção Status, e Messenger, com a seção My Day. Variando entre interfaces e segundos de exibição da unidade de conteúdo, pouco se observa de diferente entre as plataformas da companhia, quando o assunto são as imagens voláteis propostas.

A seção Histórias, do Facebook, segue a padronização do Instagram Stories, ao exibir as unidades voláteis na testeira do feed de notícias, compilando todas as produções que os usuários da rede tenham elaborado num período máximo de 24 horas. Assim como as duas redes anteriores, permite que o usuário aplique *emojis*, textos, rabiscos e *stickers* nas imagens ou vídeos que produzir, antes de veicular em rede aos demais. O tempo máximo de cada produção é de 20 segundos e o conteúdo pode ser baixado e arquivado off-line, diretamente no dispositivo tecnológico móvel utilizado para mediar e dar início a essa comunicação.

Para a plataforma do Messenger, desenvolveu a seção My Day, repetente das características interfaciais do Facebook e do Instagram, ao criar uma testeira de unidades de conteúdo também. Como diferencial, contudo, por priorizar o chat e a conversação privada entre agentes, a rede destaca as imagens voláteis dos agentes que estão on-line no momento do acesso, em detrimento às produções dos agentes off-line, colocando-as no início da fila de visualizações. Ao se produzir uma imagem ou um vídeo volátil, é possível encaminhá-los para uma única pessoa ou, ainda, postar em seu compilado diário de produções desse tipo, para que todos da rede possam vê-los.

Para o WhatsApp, a seção Status localiza-se em uma das telas do aplicativo, não se misturando com as conversas em conteúdo fixo que os usuários já possuíam, quando a rede se originou. Embora assemelhem-se às imagens voláteis de outras redes, desaparecendo após 24 horas de sua produção, possuem um tempo estendido de exibição por post, de até 45 segundos. O foco da rede, assim como o Messenger, é o chat, a conversa individual ou em poucos amigos, focada no âmbito privado.

A tabela abaixo auxilia a visualização das plataformas em conjunto, avaliando itens comparáveis de cada uma, como o nome da rede, a empresa mantenedora, o ano de início das atividades das seções específicas, a existência da opção para veiculação do conteúdo em um *feed* geral, a possibilidade de opção de envio particular para alguns amigos em específico, o tempo máximo de cada unidade de conteúdo, a permissão para que o usuário grave o conteúdo que produziu (no fluxo natural dos aplicativos, mesmo que ele não tenha postado ainda essa produção), e por fim, a possibilidade que as unidades voláteis também sejam transmitidas ao vivo, enquanto captadas diretamente nas redes.

Rede social	Empresa	Início	Opção para feed	Opção seletos amigos	Tempo máximo exibição	Registro imagético	Possui espaço ao vivo?
Snapchat	Snap Inc.	2011	sim	sim	10s	espaço no aplicativo	não
Instagram Stories	Facebook Inc.	2016	sim	sim	15s	espaço no aplicativo	sim
Facebook Histórias	Facebook Inc.	2017	sim	sim	20s	rolo de câmera	sim
Whatsapp Status	Facebook Inc.	2017	sim	não	45s	não há opção	não
Messenger My Day	Facebook Inc.	2017	sim	sim	15s	rolo de câmera	não
YouTube Reels	Alphabet Inc.	2018	não	não	30s	espaço no aplicativo	não

TABELA 01 – Comparativo entre redes

Fonte: Elaborada pela autora, via dados da Techcrunch (2017).

A última rede da tabela é o YouTube, que recentemente divulgou seus esforços futuros para estabelecer, em 2018, a seção Reels, sendo um espaço para vídeos efêmeros, exclusivamente para canais da rede que contenham mais de 10.000 inscritos em seu perfil. Diferentemente das outras plataformas, não se pretende ter um *feed* com uma compilação das produções de diversos usuários em um local único; ao contrário, será preciso que cada usuário entre na página do canal específico, para ver se ele produziu vídeos efêmeros e assisti-los, na sequência. Os vídeos estão previstos para durarem 30 segundos e, além das informações acima, as mensagens elaboradas na seção Reels terão a opção de não desaparecerem do sistema, à escolha do enunciador, a ser feita no momento de suas produções, previamente à veiculação em rede.

De todas as redes que atualmente agregam as imagens voláteis como opção comunicativa em suas plataformas, a única que nasceu com a premissa efêmera, genuinamente, é o Snapchat. Todas as outras adaptaram-se para incorporarem esse tipo de conteúdo, atualizando suas ofertas aos usuários, possivelmente visando a modernização de suas dinâmicas, além da manutenção de suas presenças no ambiente de inovações tecnológicas comunicativas, que o mercado eleva e exige cada vez mais das empresas participantes desse tempo fluido.

O espaço temporal de cinco anos, entre os lançamentos principalmente do Snapchat e do Instagram Stories, marca um período de experimentação de linguagem, em que a primeira rede desafiou antigos paradigmas de comunicação e foi ganhando mercado aos poucos, fortalecendo novos comportamentos de consumo de imagens entre os jovens que usavam as redes sociais na época. Foi uma iniciativa disruptiva em termos tecnológicos e culturais. As demais aproveitam-se do espaço que o Snapchat abriu com atividades empreendedoras.

Reconhecimento de padrões nas redes

As redes sociais digitais mostram o potencial sociocultural que representam, na medida em que destacam uma grande diferença comunicacional vivenciada na atualidade, que está “no modo em que as pessoas passaram a se relacionar umas com as outras, sendo que o aspecto altamente pessoal dos dispositivos mobile contribui ainda mais para que eles se confundam com uma extensão da própria pessoa” (AVELAR, 2015, p.95). Agregam processos de uma comunicação imediata, com foco no instante presente, tendo suas produções programadas para desaparecerem rapidamente.

Através da inserção de dispositivos tecnológicos móveis no cotidiano social, da comunicação pervasiva, dada a partir da convergência das mídias, de narrativas transmídia e, consequentemente, da facilitação das trocas informacionais em

rede, as novas mídias e formatos imagéticos de comunicação, ao mesmo tempo em que surgem para suprir demandas preexistentes, geram novas ofertas, produzindo novas espacialidades para o sujeito social contemporâneo (LEMOS e JOSGRILBERG, 2009).

Permeando as redes, existem alguns recursos de imagem e vídeo que são comuns entre si, cujas funcionalidades podem ser analisadas em conjunto. Algumas características similares, que perpassam a maioria das redes, são: filtros faciais, ferramentas de pós-produção, espaço para hiperlinks, opções de guardar conteúdo para posterior postagem ou uso, e veiculações ao vivo. Expressas através de ferramentas específicas, dão abertura de atuação aos usuários, permitindo a personalização de suas mensagens efêmeras, por diversas formas, além de explorar a abertura de caminhos conectados em rede e de enfatizar a atenção ao momento presente que se vive.

Explicando item a item, o primeiro recurso de personalização dos conteúdos voláteis se dá no momento que antecede a captação: trata-se da ferramenta de filtros. Os filtros são projeções que o aplicativo faz no rosto de cada usuário, mapeando a imagem, de acordo com sua identificação, com a inserção de imagens digitais sobre a original, simulando possíveis resultados na tela do celular, em cima do que está sendo captado pela câmera, antes do vídeo ser gravado ou da foto ser tirada. Os filtros são escolhidos com base em testes à imagem selfie. Novamente, as interfaces são similares, diferenciando apenas nos filtros oferecidos.

Mais ferramentas de customização de conteúdo existem, a partir daí, na pós-produção, ou seja, após terem sido captados, embora ainda antecedam as respectivas veiculações em rede. A pós-produção pode ser definida como o “conjunto de tratamentos dados a um material registrado: a montagem, o acréscimo de outras fontes visuais ou sonoras, as legendas, as vozes *off*, os efeitos especiais” (BORRIAUD, 2009, p.07). Trabalha-se com algo já produzido, dando-lhe um novo significado, inserindo-o em novos contextos e mudando suas relações com outros itens. É saber tomar posse de

uma imagem. A pós-produção é um artifício contemporâneo, pois não é um ponto final, mas sim um caminho para novos começos.

Entre algumas possibilidades de interferências, por meio de aplicações de outros recursos em cima do conteúdo captado em origem, um usuário consegue chamar atenção para um detalhe na imagem em específico, carimbar as produções com uma assinatura própria, aplicar *tags* de geolocalização, inserir informações como a temperatura do local e o horário em que foi registrado.

Utilizando-se desses recursos, o usuário toma posse de ferramentas disponibilizadas pelas redes para customizar o conteúdo, acrescentar outras fontes visuais ao material registrado, antes que seja exibido em rede. Insere, portanto, camadas em cima do que poderia ser visto naturalmente, manipulando os dados imagéticos digitalmente. Conforme pontua Bastos, um dispositivo tecnológico (entre celular *smartphone*, *tablet*, *wearable*), genericamente chamado de computador, “unifica as práticas de tratamento de mídias, na medida em que as manipula todas a partir de um parâmetro binário comum. Por isso, funciona como um *sampler* multimídia” (2007, p.13).

Analizando o uso de *emojis*, como exemplo de recurso muito presente nas pós-produções, Danesi (2016) explica que o usuário passa a participar de uma linguagem híbrida, que unifica a compreensão por diversas culturas, sendo uma linguagem única, democrática, independentemente do idioma local. A terceira comparação entre redes refere-se à abertura das plataformas para os hiperlinks. É um recurso que permite a livre circulação do usuário entre redes, sem perder a conexão com a narrativa que está sendo contada por determinado usuário enunciador. Ao clicar no hiperlink explicitado em determinada imagem, o espectador é redirecionado para outras páginas fora do aplicativo, como outras redes do mesmo usuário, um site, uma loja on-line, entre infinitas possibilidades.

A questão de hiperlinks, que dão maior liberdade e mobilidade ao espectador, somada à existência de recursos como o “enviar mensagem” (link que permite que o espectador fale diretamente com

o enunciador, sobre a imagem que vê naquele instante), evidencia que, de fato, a forma de consumo de imagens digitais e informações tem mudado gradualmente, pois as redes surgem para auxiliar indivíduos sociais a compartilharem suas experiências de vida constituídas instantaneamente. Conforme pontua Shirky, “a mídia é na verdade como um triatlo, com três enfoques diferentes: as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e de compartilhar” (2011, p.25). É uma abertura comunicacional que as redes sociais digitais permitem, tornando espectadores mais ativos.

A dinâmica transmídia estabelece-se perfeitamente, ao criar conteúdo para diferentes plataformas digitais, pensando no encadeamento de mensagens entre links, explorando o recurso explicitado, tomando cuidado para que o assunto seja o fio condutor do caminho entre redes e que o conteúdo não seja completamente replicado de um espaço a outro, dando toques de inovação a cada novo percurso. De acordo Janet Murray, “finalmente, toda tecnologia bem-sucedida para contar histórias torna-se ‘transparente’: deixamos de ter consciência do meio e não enxergamos mais impressão ou filme, mas apenas o poder da própria história” (2003, p.40). A narrativa transmídia é uma das evidências da naturalização da tecnologia no uso comunicativo cotidiano.

A quarta constatação entre redes contempla o “efêmero registrável”, ou seja, mecanismos que incentivam o arquivamento de algumas imagens voláteis que o espectador seleciona, previamente à veiculação. Para as imagens voláteis, pode ocorrer através do salvamento de imagens e vídeos na galeria do dispositivo, estando disponível off-line, ou pode encontrar-se em alguma seção on-line, na própria plataforma de origem. Para as transmissões ao vivo, dentro das seções de conteúdo volátil, trata-se de um conteúdo que é veiculado enquanto captado, mas permanece à disposição para posteriores visualizações, quando se torna parte do ciclo das imagens voláteis comuns.

O registro dessa comunicação é controverso, se comparado ao objetivo principal das produções, de não gerarem arquivos e serem voláteis, desaparecendo da rede horas depois de sua origem. Mas, a partir do momento em que constata-se, de acordo com Lipovetsky (2011), que “a terra transformou-se em um microuniverso em que a velocidade das redes de comunicação tornou acessível em toda parte, com uma quase instantaneidade”, percebe-se a quebra de paradigmas em relação ao tempo, enfrentando o choque com o momento presente e, simultaneamente, a perda de referenciais que antes apresentavam-se fixos e tradicionais, e que agora, dadas suas flexibilizações, confundem parâmetros que outrora poderiam orientar a comunicação de um usuário como um todo.

Analisando, por fim, o mecanismo de produção e obsolescência das imagens e vídeos de todas as redes, que agregam o conteúdo volátil como produto da comunicação que promovem em suas plataformas, pode-se pensar que esse tipo de conteúdo se apresenta efêmero por dois fatores: não somente desaparece da rede por conta da programação preestabelecida, imposta pela rede de origem, para que dure em visibilidade por até 24 horas do instante em que foi produzido, mas esconde-se, também, nos enredamentos informacionais que o bombardeio imagético elabora, propulsionando a inflação produtiva de imagens e saturando a rede com uma quantidade imensurável de dados.

Uma provável fuga ao ostracismo simbólico de agentes é vista na construção de narrativas que se promovem nas redes, buscando permanecer mais tempo em regime de visibilidade, mesmo utilizando-se das imagens voláteis. A manutenção de uma imagem, de uma marca, do registro de um agente em si, pode ser pensada a partir da constância de determinado discurso particular, da repetição e insistência em produzir diversas imagens sucessivas, com uma linha comunicacional complementar, em que uma imagem será inevitavelmente substituída por outra, mas deixará rastros que a próxima aproveitará, criando uma cadeia de sentido único.

Na medida em que o Snapchat foi disruptivo, pois conquistou espaço no mercado, inserindo uma nova linguagem na comunicação digital, e abriu caminhos para que, anos mais tarde, mais cinco redes investissem em uma mesma tecnologia, a tendência mercadológica em comum apresenta indícios da importância das imagens voláteis, dada a grande aposta de companhias de tecnologia em torno dessa dinâmica, entre o acesso de produção e a abertura de canais para sua disseminação. Constata-se que quatro redes sociais, no total de seis analisadas, são pertencentes à Facebook Inc., companhia detentora majoritariamente de redes populares, que agregam esse tipo de conteúdo, liderando o *share* de mercado.

As redes são construções vivas e suas plataformas estão sempre em constante atualização. Duas atualizações importantes foram constatadas ao longo do artigo: a abertura para que as redes comecem a agregar espaço em seus próprios ambientes, para arquivarem mensagens voláteis que os usuários quisessem registrar (para construção de um álbum de memórias ou até para posterior postagem), e a permissão para que usuários assistam ao conteúdo volátil via dispositivos tecnológicos fixos, como computadores e demais aparelhos elaborados para serem imóveis, num primeiro momento.

Com essas atualizações, as redes buscam um caminho central, na tentativa de democratizarem o uso da comunicação digital via conteúdo volátil, sem perderem sua essência efêmera e móvel. Encontram-se em um desafio conceitual, sempre centrado nas redefinições de tempo e espaço, que o contexto sociocultural contemporâneo propulsiona. Contudo, a abertura para novos experimentos é necessária, pensando-se na experiência do usuário, em seus interesses e na usabilidade da plataforma, a fim de prosseguirem conquistando espaço de mercado, expandindo suas atuações.

Do que foi analisado sobre as interfaces e possibilidades de conteúdo das redes, pode-se perceber que se tratam de recursos que permitem uma comunicação interpessoal mais espontânea e prática, sem grandes preocupações formais, posto que o conteúdo é

efêmero e almeja a comunicação rápida, que faça sentido naquele instante, não importando o seu registro e posterior uso.

O valor da comunicação digital volátil está na passagem de conteúdo e na abertura de caminho, para que outras imagens circulem pelo mesmo espaço antes ocupado, trazendo novos conteúdos imagéticos, congruentes ou não. Se um conteúdo fica disponível para visualização por tempo determinado, cria-se uma urgência em vê-lo, a critério de curiosidade, pois não estará disponível após essa curta vida útil.

A volatilidade do conteúdo apresenta-se no momento em que ele tem premissas de rápida duração nas redes, para depois desaparecer (no fluxo natural do aplicativo), mas também são notáveis traços de efemeridade quando uma imagem é comparada ao contexto em que se insere. Dada sua imensurável quantidade no sistema, uma imagem torna-se efêmera e volátil, pois deve ser produzida unicamente para ser vista no momento presente, tornando-se obsoleta e sendo colocada para trás em questão de instantes, dada que a próxima imagem surge e toma sua posição.

É extremamente fácil produzir imagens do cotidiano e esse aspecto representa um paradoxo produtivo para as imagens voláteis. Surge como vantagem, para democratização do acesso e incentivo da constante produção, tornando-se, contudo, empecilho para a visualização das imagens na rede, na medida em que a inflação produtiva congestionava a plataforma. Assim, obriga-as a elaborarem edições de conteúdo do que cada usuário poderá acessar, não exibindo tudo, por sua impossibilidade quantitativa, mas realizando uma curadoria algorítmica específica para cada agente. Pode-se dizer que a dinâmica de eterna busca pelo novo, em última análise, colabora para a criação de bolhas digitais, de filtros de recepção de conteúdo, dados com base nos rastros digitais de cada usuário.

Capítulo 13

A dinâmica do Planejamento Estratégico Digital nas Instituições de Ensino Superior

Amanda Vieira Ferrari Gasparin

O planejamento estratégico não diz respeito a decisões futuras, mas às implicações futuras das decisões presentes

Peter Drucker

A sociedade está em constante processo de recomposição e transformação, criando novos ambientes e novas formas de interação entre os seres humanos. Para Huntington (apud MEDEIROS, 2007 p.44), a sociedade “se refere a uma mescla complexa de níveis superiores de moralidade, religião, conhecimento, arte, filosofia, tecnologia, bem-estar material e provavelmente outras coisas mais”.

As relações entre os indivíduos ocorrem dentro de um espaço de tempo, onde vínculos são criados e rompidos continuamente. Essas modificações sociais levam o Homem ao desafio de estar em um constante processo de adaptação e evolução.

Conforme Bauman (2007), mudanças de curso profícuo têm corrido na sociedade e essas transformações estão intimamente interconectadas, promovendo um ambiente novo e sem precedentes, levantando uma série de novos desafios aos seres humanos. Mídias que agilizam o processo de disseminação e troca de informações, onde “a velocidade das mudanças ocorre numa escala sem precedentes. O mundo assiste ao ritmo alucinante dos

acontecimentos que estão impactando as pessoas, as sociedades e maneira de se fazer negócios” (CHIANENATO e SAPIRO, 2004).

As tecnologias de informação e comunicação também criam um ambiente on-line e altamente conectado, onde o tempo passa a ser um fator de diferencial competitivo:

O tempo passa a ser uma fonte crítica de vantagem competitiva, nos processos produtivos, na introdução e no desenvolvimento de produtos e serviços e no processo de distribuição logística. Os próximos tempos exigirão organizações cada vez mais enxutas, produtivas, interligadas e mais próximas aos clientes (CHIAVENATO e SHAPIRO, 2004, p. 10)

Impactadas pelos avanços tecnológicos, as novas gerações possuem uma dinâmica mais imediatista, em razão de estarem integradas neste ambiente on-line, onde as informações fluem de maneira particularmente veloz. Para acompanhar o perfil dos seus públicos, as organizações tiveram que adaptar suas estratégias, tornando-as menos rígidas e mais fluidas, priorizando o tempo como um fator de diferencial competitivo.

E em meio a este contexto de ambiência digital, sociedade conectada que se utiliza das tecnologias de informação e de comunicação para compartilhar conhecimentos e ideias no universo on-line, as IES (Instituições de Ensino Superior) tiveram que moldar o planejamento estratégico a este cenário, com a finalidade de alcançar seus objetivos e resultados, o que delimita o escopo de estudo deste texto.

Primeiramente abordaremos as formas como as IES vêm se comunicando com as gerações que compõem seus públicos-alvo (gerações Y e Z). Em seguida, analisaremos como se dá e qual a relevância do planejamento estratégico digital no âmbito da educação superior.

Dialogando com as gerações

Toda IES que almeja ser um agente transformador e se comunicar de forma eficaz precisa conhecer o seu público, seu perfil e mudanças de comportamento no decorrer dos tempos. Segundo Villas Bôas (2008), mesmo que a educação seja um serviço com características singulares, será muito difícil que os novos modelos de negócios educacionais não se enquadrem às novas tendências, desenvolvendo programas para as novas gerações.

Para nos determos ao foco de estudo deste capítulo, iremos delimitar o nosso escopo de estudo às gerações que estão presentes atualmente no ensino superior brasileiro: Y e Z. De acordo com Meyer (2017) e Pinto (2018), a geração Y (*millennials*) compreende os nascidos entre a segunda metade da década de 1980 e final dos anos 1990. Desenvolveu-se numa época caracterizada pelo desenvolvimento econômico e pelos grandes avanços tecnológicos; cresceram em um ambiente mais globalizado e despolarizado, no qual a internet já estava desenvolvida, o que permite um acesso sem fronteiras e em tempo imediato às informações. O foco do pensamento e dos esforços desta geração está na inovação, que possui a capacidade de fazer múltiplas tarefas, apresenta resistência à hierarquia tradicional, quer agir e se comunicar sem barreiras, deseja uma carreira e salário ambiciosos e anseiam por valorização e colaboração no ambiente profissional. No âmbito da educação superior a geração Y está na fase final da graduação ou cursando uma pós-graduação.

Já a geração Z, conforme definem Meyer (2017) e Pinto (2018), também chamada de nativos digitais, abarca os nascidos entre o início de 2000 e final de 2010. Seus integrantes já vieram ao mundo em um ambiente altamente conectado e tecnológico e não sabem o que é um planeta sem computador e sem internet. Convivem com um ambiente globalizado e são desapegados das fronteiras geográficas.

Essa prole “conectada” é altamente acelerada e acredita que tudo pode ser feito no âmbito on-line, onde tudo é mais rápido e ágil. A maioria desta geração possui problemas relacionados à interação social: por estar constantemente ligados à atmosfera virtual acabam desenvolvendo a falta de intimidade com a comunicação verbal e a incapacidade de ser ouvinte, dificultando o diálogo com as outras gerações. Também possui capacidade de trabalhar em casa (*Home office*) e com tarefas que envolvem o “mundo virtual” (mídias sociais, tecnologias de informação, games etc.) No que tange à educação superior os nativos digitais são os ingressantes nos primeiros anos da graduação. (MEYER, 2017 e PINTO, 2018).

É pertinente observar que ainda há a geração Alpha, composta pelos nascidos a partir de 2010. São as crianças que neste momento estão cursando a pré-escola e ensino básico. (PINTO, 2018). É preciso que as IES fiquem igualmente atentas aos padrões de comportamento dessa geração, pois seus integrantes futuramente ocuparão as vagas da educação superior.

Para conseguir interagir com seus públicos, as IES precisam compreender o perfil e a maneira como essas gerações se comportam, tendo em vista que os seres humanos estão em constante processo de transformação em sua maneira de agir, pensar, se comunicar e conviver em sociedade. O fato de o contexto educacional ser um agente importante dentro deste processo traz a necessidade de ele acompanhar de maneira muito próxima toda essa evolução. Conforme afirma Pinto (2018, p. 3):

Nenhuma das instituições pertencentes aos séculos anteriores teve a impressão de que poderia simplesmente relaxar, pois estava parada no tempo e nada mudaria. Todos, a todo momento na história da humanidade, tiveram a sensação de estar vivendo uma “época de transformação”. (...) faça com que sua instituição esteja na vanguarda da transformação, criando tendências comportamentais alinhadas aos interesses e necessidades das próximas gerações (PINTO, 2018, p.5)

Não se pode deixar de considerar que a tecnologia está totalmente integrada ao cotidiano dessas novas gerações, influenciado na forma como estabelecem suas relações interpessoais e na maneira como enxergam o “mundo” em que vivem. Assim, o processo comunicativo convencional é substituído por um diálogo mais interativo, imediato e colaborativo, onde o fluxo de informações é integrado num ambiente virtual.

De acordo com Tapcostr e Prensky (apud MARQUES; SOARES et al., 2014), com os novos recursos tecnológicos, as novas gerações têm desenvolvido a capacidade de utilizar os diversos meios de comunicação, que lhe proporcionam interações rápidas e imediatas entre os grupos sociais e a capacidade de realizar várias atividades ao mesmo tempo.

Por estas razões, as IES precisam se adequar a esta ambiência, a fim de atender às expectativas dessas novas gerações que se utilizam dessas novas formas de comunicação e compartilhamento de informações. Este processo de adaptação e transformação demanda um esforço contínuo, mas contribui para uma melhor interação entre a instituição e seus públicos.

Planejando na ambiência digital

Em meio a um cenário mercadológico competitivo e em constante transformação, as IES vêm sofrendo fortes pressões para se manter num processo constante de adaptação às mudanças que ocorrem no ambiente onde atuam. Os gestores dessas instituições precisam estar atentos a essas tendências:

Neste cenário, as instituições precisam cada vez mais de estratégias inteligentes, adaptabilidade e competência operacional. O comportamento dos gestores educacionais passou a ter um caráter decisivo no posicionamento das instituições e nas suas condições competitivas (BRAGA e MONTEIRO, 2005, p. 13).

O estabelecimento de um planejamento estratégico bem definido e adequado a este cenário colabora para a organização conhecer, compreender o contexto do seu ambiente de negócios, auxiliando no estabelecimento dos objetivos a serem atingidos, bem como a alocação e combinação de recursos pelos quais a empresa pretende alcançar suas metas. Chiavenato e Sapiro (2004) definem planejamento estratégico como um processo fundamental dentro de uma organização, pois direciona o plano de ação que trará bons resultados, bem como vantagens competitivas. Na visão de Braga e Monteiro (2005, p. 19), “é uma atividade administrativa que tem como objetivo direcionar os rumos da instituição e dar a ela sustentabilidade, mesmo sob condições de incerteza”.

O planejamento estratégico promove uma visão holística acerca de toda a estrutura do negócio, permitindo decidir com mais segurança e assertividade mesmo que vivenciamos um ambiente de rápidas mudanças que trazem um cenário de incerteza e insegurança no que diz respeito ao processo tomada de decisão.

Braga e Monteiro (2005, p. 22 e 23) determinam que o planejamento estratégico é composto pelas seguintes etapas: a) concepção (pensamento estratégico, visão sistêmica, pensamento complexo e tomada de decisão); b) diagnóstico (externo, interno e construção de cenários); c) intenção (definição da missão, visão, valores e princípios da organização); d) planejamento (definição de objetivos e metas, elaboração de estratégias, planejamento tático, planos operacionais); e) implementação (técnicas de implementação e redesenho organizacional); f) aprendizagem e clima organizacional e g) avaliação.

Desta forma, somente um plano estratégico coeso com a estrutura, identidade e dinâmica organizacional promoverá as melhorias e transformações necessárias, como também o atingimento dos objetivos propostos.

No que tange ao âmbito da educação superior o planejamento estratégico permite que a instituição direcione suas ações para alcançar o equilíbrio entre os seus agentes internos e externos, a fim

de que os objetivos propostos sejam alcançados com sucesso. Conforme Pinto (2017) a finalidade do planejamento estratégico de uma IES é definir os caminhos a serem traçados, indicando se a direção que ela está tomando está correta ou se precisa de alguns ajustes. Ele permite que a instituição identifique onde ela está, para onde deseja ir e como chegar aonde almeja estar.

O posicionamento estratégico aponta para a IES sobre seu ambiente de negócios, permitindo seu sucesso e crescimento, desde que esse processo seja permanente e continuamente revisto de tempos em tempos. “O plano estratégico precisa ser implementado e bem elaborado para gerar resultados positivos. Também deve ser reformulado e reavaliado constantemente, porque seu processo é baseado em mecanismos complexos” (PINTO, 2017, p. 2).

As tecnologias de informação e comunicação promoveram a criação de um universo on-line, onde as interações entre os públicos e compartilhamento de informações ocorrem de uma forma mais dinâmica e num curto espaço de tempo.

Para se adequar a esta realidade as IES tiveram que estabelecer, além de um modelo de plano estratégico tradicional, um novo modelo adaptado a esta ambiência virtual, denominado de planejamento estratégico digital.

Tanto no modelo (off-line) tradicional quanto no digital (on-line) o *planner*¹ precisa compreender os principais pilares do planejamento estratégico: mercado, concorrência, empresa e público-alvo. Entretanto, o desenvolvimento de estratégias e táticas de mensuração de resultados são estabelecidos de formas diferentes nos dois modelos, tendo em vista que o âmbito digital trabalha com um universo mais dinâmico e mais forte com relação aos fatores relacionamento, interatividade, colaboração, compartilhamento, engajamento e métricas. (MORAIS, 2015)

O ambiente off-line é caracterizado pelo contato presencial, pelo atendimento pessoal, mas possui processos de mensuração

¹ Profissional especializado em planejamento estratégico

mais complexos e confusos e geralmente as ações são focadas para públicos em massa. Já a atmosfera on-line permite alcançar os públicos de uma forma mais abrangente, mas ao mesmo tempo promove uma maior segmentação, pois permite “filtrar” o público a ser atingido. A internet também permite que os resultados sejam mensurados de forma mais rápida e com maior praticidade. Todavia, devido à maior velocidade de propagação de informações torna mais difícil o controle de informações negativas que podem afetar a imagem da empresa, bem como a gestão de crises.

Portanto, para que uma IES realize uma boa gestão e seja assertiva e bem-sucedida em todas as suas ações, é preciso que implemente um planejamento estratégico digital que envolva um projeto em que a internet seja um dos principais meios de comunicação e interação. Coelho (2016) estabelece os passos para um planejamento estratégico eficaz para instituição que atua na educação superior:

- a) Conhecer a IES e seu universo: compreender de forma clara e minuciosa a instituição, o mercado onde atua, quem são seus concorrentes e como se caracteriza seu público-alvo;
- b) Estabelecer os objetivos: após obter informações sobre o universo onde atua e identificar as características e tendências de mercado, a instituição precisa traçar seus objetivos, estabelecendo onde quer chegar e quais são os prazos, os investimentos e os meios necessários para alcançá-los;
- c) Selecionar canais e formatos: as estratégias permitem uma melhor mensuração e identificação de qual canal (Facebook, blog, website etc.) está trazendo um maior retorno, proporcionando uma melhor distribuição do orçamento e um maior investimento e foco no meio que permite uma maior interação com o público;

- d) Realizar e mensurar: Com os passos anteriores realizados chega o momento de colocar em prática as ações do planejamento estratégico digital. Os *KPIs*² são indicadores que permitem mensurar os resultados para verificar se a instituição está obtendo os resultados esperados.

Para um planejamento estratégico digital eficaz, também é preciso que as instituições contem com plataformas que possibilitem sua implementação:

O planejamento estratégico digital é uma ferramenta ideal para que você possa fazer com que sua IES conquiste cada vez mais alunos. Além disso é necessário que a empresa conte com uma plataforma que possibilite a operacionalização de seu planejamento e que conte com ferramentas para gerar presença web, autoridade e rentabilização. A automatização de alguns processos pode lhe dar tempo para que você possa pensar na estratégia de captação de novos clientes e crescimento do negócio. (COELHO, 2010).

De acordo com pesquisa realizada pelo *SEMESP*³ (Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo) no ano de 2016, a presença das IES no ambiente digital tem sido uma realidade muito dinâmica. No Brasil, a movimentação de acessos nas páginas de universidades brasileiras nas redes é mais intensa na região Sudeste (com destaque para São Paulo), onde estão 50% das maiores fanpages do setor. As regiões Nordeste e Sul concentram, cada uma, 19% dos perfis mais acessados, frente a 6% do Norte e 6% do Centro-Oeste. Os resultados fazem parte da pesquisa “300 maiores fanpages de instituições de ensino superior privadas no Facebook”, realizada

² KPI é uma sigla que significa *Key Performance Indicator* - Indicador de Chave de Desempenho

³ PESCARINI, Tania. Pesquisa SEMESP. Presença das IES em páginas como as do Facebook garante interação com alunos, ex-alunos e futuros estudantes. Disponível em: < <http://www.semesp.org.br/noticias/estrategias-nas-redes-sociais/> > Acesso em: 10 fev. 2018.

pelo Planeta Y, empresa especializada em gerenciamento de redes sociais para instituições de ensino.

O levantamento mostra ainda que o Sudeste também é a região com maior número de fãs de páginas universitárias nas redes sociais: cerca de 14,9 milhões de internautas, sendo que 9,8 milhões estão só em São Paulo. Entre as páginas com maior número de seguidores estão a do Senac⁴ São Paulo, com 1,78 milhão de curtidas, a da FMU⁵, com 1,13 milhão de curtidas, e a do Senac Brasil, com 1,02 milhão de curtidas.

Portanto, as IES têm estabelecido estratégias claras, bem definidas e partilhadas que contribuam para “a compreensão, sensibilização e engajamento dos públicos que compõem o holograma da instituição de ensino superior (gestores, docentes, coordenadores, colaboradores, alunos, ex-alunos, pais, comunidade em geral)” (PLANETA Y, 2014, p. 1).

Ou seja, as instituições de ensino superior têm estabelecido ações que fortaleçam sua presença no ambiente on-line, formando equipes, especializadas em plataformas digitais – como as mídias sociais - que realizam monitoramento, pesquisa, criação e alimentação de conteúdo. (PLANETA Y, 2014).

O estabelecimento do planejamento estratégico digital é um desafio a ser enfrentado pelas IES e com o auxílio dos recursos tecnológicos ela conseguirá ter um processo comunicacional mais próximo com seus públicos, uma gestão mais apropriada ao seu universo mercadológico e alcançar os objetivos propostos.

O âmbito da educação superior brasileira tem promovido uma considerável participação na economia brasileira, o que é um aspecto positivo para as organizações deste segmento, mas ao mesmo tempo é um desafio, pois a concorrência tem ficado a cada dia mais acirrada e, conseqüentemente, muitas são as barreiras que

⁴ Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

⁵ Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas

surgem para as instituições enfrentarem, a fim de conquistar e manter seu espaço neste ambiente de negócios.

Cabe observar que, além da função de agente transformador, de promotora do saber e da cultura, uma instituição de ensino também é caracterizada como organização, tendo que lidar com as ameaças e concessões do meio em que está inserida. Com base num planejamento estratégico menos rígido e desenhado às particularidades do nosso tempo, ele é uma ferramenta essencial para que essa instituição conheça seu ambiente mercadológico, tanto interno quanto externo.

É necessário que as IES promovam seu planejamento estratégico digital com um ciclo temporal mais dinâmico e que sua implementação se dê principalmente no universo da Internet (por meio de sites, blogs, redes sociais e afins). Essa característica permite avaliar o mercado, ser vista e se comunicar com seus públicos de maneira mais rápida, otimizando o processo de tomada de decisão.

Sobre os autores

Adriana Rocha Bruno

Pós doutora em educação pelo Instituto de Educação da Universidade de Lisboa-PT, Doutora e Mestre em Educação: Currículo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e licenciada em Pedagogia. É professora Associada do Depto. de Educação, da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), professora dos Programas de Pós-Graduação em Educação e em Gestão e Avaliação da Educação Pública - ambos da UFJF. É coordenadora do Curso de Especialização Mídias na Educação (FACED/UFJF) e membro do NDE - Nucleo Docente estruturante do Curso de Pedagogia - UFJF. É criadora do Grupo de Pesquisa Aprendizagem em Rede - GRUPAR, que investiga os Processos formativos e aprendizagem na Ciberultura. É pesquisadora da FAPEMIG, da CAPES e membro de duas redes internacionais de pesquisa: REGIET (Red Internacional de Grupos de Investigación en Educación y Tecnología, UPM), COLEARN (Collaborative Open Learning, The Open University). Foi professora da PUCSP entre 2004 e 2008, no Departamento de Fundamentos da Educação, como professora de Didática para as licenciaturas e docente nos Cursos: Tecnologias e Mídias Digitais e Comunicação e Multimeios.

Alberto Freitas

Mestrando no Programa de Estudos Pós-Graduados em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Bacharel em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), com a especialização Master in Business Communication pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP). Jornalista com mais de 12 anos

de experiência profissional, desenvolvida na área de Comunicação Corporativa de empresas nacionais e multinacionais, órgãos governamentais e entidades sem fins lucrativos.

Amanda Vieira Ferrari Gasparin

Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Pós-graduada em Administração de Marketing e Graduada em Administração de Empresas pela Universidade São Judas Tadeu. Atualmente atua como docente em cursos de MBA e pesquisadora nas áreas de Administração, Marketing e Comunicação. Também possui experiência profissional em empresas multinacionais e instituições de ensino superior

Amanda Porto

Amanda Porto de Oliveira é Mestre em Design Digital e Tecnologias da Inteligência (TIDD) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É professora no Centro Universitário Belas Artes e especialista na criação e desenvolvimento de interfaces digitais há mais de 15 anos, acumulando passagens pelo Universo Online (UOL), WMCann e Isobar Brasil. Pesquisa e escreve sobre comportamento e consumismo digital.

Anselmo Penha

Mestrando no Programa Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), onde também se graduou em Comunicação Social. Jornalista, tem experiência nas áreas de produção, reportagem e edição nos formatos para site, revista e televisão, além de ter atuado também na área da comunicação corporativa.

Cristiano Franco Burmester

Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Possui Mestrado e Especialização em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da

Universidade de São Paulo (ECA-USP). É bacharel em Ciências Econômicas pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP). É fotógrafo profissional e a partir de seu estúdio desenvolve trabalhos de fotografia nas áreas de documentário, publicidade e artes visuais. É autor dos livros *Conhecendo o Mar do Brasil: fauna e flora*; *Conhecendo o Mar do Brasil: litoral e ilhas*, ambos pela Editora SENAC; e *Himalaya*, publicado pela Editora Brasileira. Expôs seu trabalho em diferentes instituições, museus e galerias no Brasil e no estrangeiro.

Margareth Boarini

Doutoranda em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, graduada em Comunicação Social (PUC-SP) e em Letras /Tradutor e Intérprete (Faculdade Ibero-Americana), além de Master em Business Communication pela Faculdade Cásper Líbero e Universidade da Flórida. Tem experiência profissional na grande imprensa (Folha de S.Paulo e Valor Econômico) e em comunicação corporativa (McDonald's, Weber Shandwick e CDN).

Eric Marcel Viana

Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É formado em Design de Multimídia pelo SENAC-SP. Pesquisa sobre interfaces digitais funcionais e responsivas para a terceira idade. Atua como Designer Sênior na PUC-SP. É consultor em Design, Tecnologia Móvel e Fusionista Tecnológico. É cofundador do grupo de pesquisa Comunidata onde foca seus estudos na relação humano-máquina.

Humberto Giancristofaro

Cineasta, filósofo e mestre pela UFRJ. Trabalha em televisão como diretor e roteirista de séries de documentário e *reality* do Brasil como: *Big Brother Brasil* (Globo), *Catfish Brasil* (MTV), *Deu Match!* (MTV),

Criador de Celebidades (E!Entertainment), Poesia com Maria Bethânia (Arte 1), além de O Infiltrado (History Channel), indicado ao EMMY AWARDS. Lançou seu primeiro longa-metragem de ficção, *Aquilo que Sobra*, na mostra competitiva do Festival de Cinema da Dinamarca, CPH:DOX 2018. É autor de livros: *Estética da Crueldade em Deleuze*; *Personagens conceituais*; *Persona non grata*.

João Luiz Peçanha Couto

É escritor, professor, pesquisador e revisor. Doutor em Literatura Comparada pela Universidade Federal Fluminense - UFF e pela Universidade Nova de Lisboa - Faculdade de Humanidades - Estudos Portugueses (Doutorado Sanduiche), Mestre em Literatura (Estudos Comparados) pela Universidade de São Paulo (USP) e licenciado em Letras (Português e Inglês). Membro dos Grupos de Pesquisa "Aprendizagem em Rede - GRUPAR", da UFJF, e "Identidades em trânsito: estéticas transnacionais", da Universidade Federal Fluminense (UFF). É professor de Língua Portuguesa e Redação do Sistema Aprimorar - JF e de Metodologia de Pesquisa em cursos no IESPE (Instituto de Ensino Superior-JF). É autor de "O pacote" (peça teatral que recebeu prêmio nacional de dramaturgia pela Fundação Cultural da Bahia), "Cantata para dezesseis vozes e orquestra" (contos), "Satie manda lembranças" (contos), "As cartas secretas" (romance infantojuvenil), "Patagônia Babilônia" (romance) e "Os cadernos de Matumaini" (distopia futurista em quatro volumes - no prelo).

Luciana Moherdau

É jornalista, pós-doutoranda (FAU-USP) e integra o Comunidata, grupo de pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) sobre imagens no ambiente dos fluxos. É autora de "Guia de Estilo Web, Produção e Edição de Notícias On-line, (Senac, 2000), primeiro do gênero no Brasil, e "Jornalismo sem manchete, A implosão da página estática" (Senac, 2016). Foi bolsista do UOL Pesquisa (2008) e participou da criação do iG e do Último Segundo

(2000). Venceu o 2º Prêmio de Mídia do Estadão (1999) em duas categorias (Estudante e Pesquisa), com o trabalho "Diários Paulistanos na Web", e fez parte do "GJOL", pioneiro grupo de pesquisa em jornalismo-online no país, durante o mestrado na Bahia (2003-2006).

Lucia Santaella

Pesquisadora 1 A do CNPq, graduada em Letras Português e Inglês. Professora titular no programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP, com doutoramento em Teoria Literária na PUC-SP e Livre-Docência em Ciências da Comunicação na ECA/USP. É Coordenadora da Pós-graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, Diretora do CIMID, Centro de Investigação em Mídias Digitais e Coordenadora do Centro de Estudos Peirceanos, na PUC-SP. É presidente honorária da Federação Latino-Americana de Semiótica e Membro Executivo da Asociación Mundial de Semiótica Massmediática y Comunicación Global, México, desde 2004. É correspondente brasileira da Academia Argentina de Belas Artes, eleita em 2002. Foi eleita presidente para 2007 da Charles S. Peirce Society, USA. É também um dos membros do Advisory Board do Peirce Edition Project em Indianapolis, USA e um dos membros do Bureau de Coordenadores Regionais do International Communicology Institute.

Mariana Hallage

Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É pós-graduada em Comunicação e Cultura de Moda, pelo Centro Universitário Belas Artes e possui bacharelado em Design de Moda, pelo Centro Universitário Senac São Paulo. Tem especialização em Redes sociais, Colaboração e Mobilidade, pela PUC-SP, e em Coolhunting, pelo Senac São Paulo.

Pollyana Ferrari

Pós doutora em comunicação pela Universidade Beira Interior (UBI) - PT, Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo (USP), jornalista, professora do Departamento de Jornalismo e professora do programa Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), ambos pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É autora de 7 livros sobre comunicação digital, entre eles, Como sair das bolhas (2018), Jornalismo Digital (2010), No tempo das telas (2014) e A força da mídia social (2014). Suas pesquisas estão citadas em mais de 1500 trabalhos acadêmicos, entre dissertações, teses e artigos acadêmicos. É criadora do Comunidata, grupo de pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) que se debruça sobre as transformações imagéticas das narrativas no ambiente dos fluxos.

Stanley Teixeira

É doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Mestre em Estética, Redes e Tecnocultura pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Especialista em TV, Cinema e Mídias Digitais pela UFJF. Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela UFJF. Atualmente é pesquisador independente no Laboratório de Mídia Digital (LMD) da UFJF, vinculado ao Diretório Grupos de Pesquisa do CNPq – onde pesquisa e desenvolve produtos audiovisuais interativos para veiculação pelo Sinal Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD-T).

Tamires Cardoso

Doutoranda em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital e graduada em Comunicação Social: Multimeios, e, atualmente. Atuou na área da publicidade com edição de vídeo. Possui experiência com redes sociais multimidiáticas, produção de mídia e vídeo para internet, e TV digital.

Referências

(organizadas por capítulos)

Prefácio – Lucia Santaella

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida, trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede, volume I, trad. de Roneide Venancia Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FLORIDI, Luciano. The 4th revolution. How the infosphere is reshaping human reality. Oxford University Press, 2014.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência, trad. de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry, GREEN, Joshua, FORD, Sam. Cultura da conexão, trad. de Patricia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JOHNSON, Steven. Cultura da interface, trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LEONHARD, Gerd. Technology vs. humanity. The coming clash between man and machine. 2016.

MCLUHAN, M. Galáxia de Gutenberg, trad. de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Cultrix, 1971.

MAZLISH, Bruce. The fourth discontinuity. The co-evolution of humans and machines. Yale University, 1993.

SANTAELLA, Lucia. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. A grande aceleração e o campo comunicacional. Intexto n. 34, set./dez. 2015, p. 46-59.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas transmídias. Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. Parágrafo v.1, no.3, jan./jun. 2015.

SCHWAB, Klaus. The fourth industrial revolution. New York: Crown Publication, 2017.

SHIRKY, Clay. A cultura da participação, trad. de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Capítulo 1 – Luciana Moherdaui

AMPATZIDOU, C.; et al. The Hackable City: A Research manifesto and design toolkit. Amsterdam: Amsterdam Creative Industries Publishing, 2015.

AUGÉ, Marc. Não lugares – Introdução a uma antropologia da supermodernidade. 9ª ed. Campinas: Papirus, 2012,

_____. Por uma antropologia dos mundos contemporâneos. São Paulo: Bertrand Brasil, 1997.

BAUDRILLARD, Jean. Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem. São Paulo: Sulina, 2005.

BAUMAN, Zigmunt. Vigilância líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

BEIGUELMAN, Giselle; LA FERLA, Jorge. Nomadismos tecnológicos. São Paulo: Senac, 2011.

_____. “Arte pós-virtual: Criação e agenciamento no tempo da Internet das Coisas e da próxima natureza”. In: Cyber-arte-cultura – A trama das redes. Seminários Internacionais Museu Vale 2013, Vila Velha, 2013, p. 147-171.

- BEIGUELMAN, G.; CORDEIRO, A. Smart city and internet of things: possible changes in the public space. In: CELANI, G.; SPERLING, D. M.; FRANCO, M. S. F. (Ed.). The next city - New technologies and the future of the built environment. 16th International Conference CAAD Futures 2015. São Paulo, 2015.
- BEIGUELMAN, G. Da cidade interativa às memórias corrompidas: arte, design e patrimônio histórico na cultura urbana contemporânea. 2016. Tese (Livre Docência em Linguagem e Poéticas Visuais) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/ptVa4w>>. Acesso: 14 nov. 2017.
- _____. Estéticas do código materializador. Disponível em: <<https://goo.gl/vgrNB2>>. Acesso: 14 nov. 2017.
- BOLTER, Jay David e GRUSIN, Richard. Remediation - Understanding new media. Cambridge/MA: MIT Press, 2001.
- BURKE, Peter. Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot, trad. De Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- _____. A era da informação: economia, sociedade e cultura, v 1-3. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. The informational city. Londres: Blackwell, 1989.
- CELANI, G.; VELOSO, P. CAAD Conferences: a brief history. In: CELANI, G.; SPERLING, D. M.; FRANCO, M. S. F. (Ed.). The next city - New technologies and the future of the built environment. 16th International Conference CAAD Futures 2015. São Paulo, 2015. CIDADES INTELIGENTES. In: Expresso Futuro. Canal Futura, Nova York, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2galyHH>>. Acesso 14 nov. 2017.
- COLOMINA, Beatriz. Privacy and publicity: Modern architecture as mass media. Cambridge, MA: The MIT Press, 1996.
- CRUMP, Catherine; HARWOOD, Matthew. Invasion of the data snatchers: Big data and the internet of things means the surveillance of everything. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/z9yZ5N>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

DEBORD, Guy. A Sociedade do espetáculo. São Paulo: Contraponto, 1988.

DE LANGE, M.; DE WAAL, M. Owning the city: New media and citizen engagement in urban design. In: PIERKARSKI, K. (ed). Data-Driven Methods for City Research and Exploration. Katowice: Institution of Culture Katowice, 2016.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mil Platôs - Capitalismo e esquizofrenia. São Paulo: Editora 34, v. 5, 2007.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mil Platôs - Capitalismo e esquizofrenia. São Paulo: Editora 34, v. 1, 2004.

DE WAAL, M. The urban culture of sentient cities: from an internet of things to a public sphere of things. In: SHEPARD, M. (ed). Sentient city: ubiquitous computing, architecture, and the future of urban space. Cambridge: MIT Press, 2011.

DUARTE, F. Arquitetura e tecnologias da informação: da revolução industrial à revolução digital. São Paulo: Annablume, 2008.

EISENMAN, Peter. “Visões que se desdobram”. In: NESBITT, K. (Org.). Uma nova agenda para a arquitetura: antologia teórica. São Paulo: Cosac Naify, 2008. FLUSSER, Vilém. Mundo codificado. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

_____. Comunicologia – Reflexões sobre o futuro. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

FRIEDMAN, John. The world city hypothesis. Development and change, Vol. 17, 1986, pp. 69-83.

_____. Where we stand. A decade of world city research”, in P. Knox, P. Taylor (Eds.), World Cities in a World-System. Cambridge, UK, New York, NY: Cambridge Univ. Press, 1995, pp. 21-47. FOUCAULT, Michel. Vigiar e Punir – Nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. Espaços outros. Revista de Comunicação e Linguagens. Lisboa: Relógio d’Água, 2005, n. 34/35, p. 243-252.

GUATTARI, Félix. Caosmose: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 2006.

- GIBSON, William. *Neuromancer* – 30 anos. São Paulo: Aleph, 2014.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.
- GREENFIELD, A. *Against the smart city*. EUA: Do Projects, 2013.
- HALL, Peter. *The world cities*. London, UK: Weidenfeld and Nicolson, 1966.
- HANNS, D. K. Visualização de dados e “tangibilização” da informação: uma questão cognitiva. In: BEIGUELMAN, G.; MAGALHÃES, A. G. (ed). *Futuros possíveis: arte, museus, arquivos digitais*. São Paulo: Peirópolis: Edusp, 2014.
- HARKIN, James. *Ciborg city*. In: *The Guardian*, novembro, 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/aMYNpU>>. Acesso 14 nov. 2017.
- HAQUE, U. The architectural relevance of Gordon Pask. In *4dsocial: Interactive Design Environments*. Academy Press, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/AmZYR6>>. Acesso 12.11.2017.
- JOHNSON, Steven. *Emergência: a dinâmica da rede em formiga, cérebros e cidades*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- _____. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- KALAY, Y. E. *Architecture’s new media: principles, theories, and methods of computer-aided design*. Cambridge: MIT Press, 2004. LATOUR, Bruno. *Reassembling the social – An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- LEMOS, André. *A comunicação das coisas: ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.
- _____. “Mobile communication and new sense of places: a critique of spatialization in cyberculture”. Em *Galáxia*, nº 16, São Paulo, dezembro de 2008.
- _____. *Cibercidades*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

LEMONS, Ronaldo. Cidades inteligentes. In: Expresso Futura. Canal Futura, 17 jul. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/ySyfP>>. Acesso 14 nov. 2017.

_____. Sereias digitais, vício em tecnologia e dicas para um uso saudável da internet. In: Folha de S.Paulo, 16 jul. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/i1ZTPu>> Acesso 14 nov. 2017.

LOVINK, Geert; GERRITZEN, Mieke. Everybody is a designer in the age of social media. Amsterdam: BIS Publishers, 2010. MANOVICH, Lev. The language of new media. Cambridge: MIT, 2001.

_____. What is visualization? Software Studies, EUA, 25 out. 2010. Disponível em <<https://goo.gl/gmpUVh>> Acesso 14 nov. 2017.

_____. Instagram and contemporary image, set. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/8ubkvG>> Acesso 14 nov. 2017.

MCNAMARA, C. MARTINS, A. Bright 2: Architectural illumination and light installations. Amsterdam: Frame Publishers, 2015.

MCQUIRE, S. Mobility, cosmopolitanism and Public space in the media city. In: Urban Screens Reader. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2009.

MITCHELL, W. J. Placing words: symbols, space and the city. Cambridge, Mass. MIT Press, 2005.

_____. Me++ The cyborg self and the networked city. Cambridge/MA: MIT Press, 2003. _____. E-Topia: urban life, Jim—but not as we know it. Cambridge/MA: MIT Press, 1999.

_____. City Bits: space, place, and the infobahn. Cambridge/MA: MIT Press, 1996.

MÜLLER, R. et al. AG4 media facades. Cologne: DAAB, 2006.

MURRAY, J. Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Unesp, 2003.

NELSON, Ted. Deeper cosmology, deeper documents, 2001. The Twelfth ACM Conference on Hypertext and Hypermedia, Dinamarca, 14-18 ago. Disponível em: <<https://goo.gl/EkbvMm>>. Acesso 14 nov. 2017.

- PARK, Robert Ezra. Human Communities – The city and human ecology. New York: American Book-Stratford Press, 1952.
- PAUL, Christiane. Digital Arts. 2ª ed. revista e ampliada. Nova York: Thames & Hudson, 2008.
- OUTROS. Masp.Etc.Br. 2017. Disponível em <<https://goo.gl/E5Muir>>. Acesso em: 14 nov. 2017.
- RASKIN, Jef. The humane interface. New Jersey: ACM Press, 2000.
- SANTAELLA, Lucia. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2010.
- _____. Cidades inteligentes: por que, para quem? São Paulo: Estação das letras e cores, 2016. SASSEN, Saskia. The global city: New York, London, Tokyo. New Jersey: Princenton University Press.
- STALABRASS, Julian. “Negative dialectics in the google era: a conversation with Trevor Paglen”, October, 138, p. 3-14, 2011.
- STALLMEYER, John Charles. “Landscapes of informational urbanism”, Journal of Landscape Architecture, Vol. 6, No. 3, 2009, pp. 34-39.
- TAYLOR, J. Peter. World city network. A global urban analysis. London, UK: Routledge, 2004.
- TOWNSEND, Anthony M. Smart Cities – Big data, civic hackers, and the quest for a new utopia. New York: W.W. Norton & Company, 2013.
- TRAMONTANO, M.; PITA, J. V. C.; TRUJILLO, J. C.; ROÇA, L. S.; SOSTER, S. S.; FERRARI, F. M. Tecendo a cidade. (Editorial). V!RUS, São Carlos, n. 14, 2017. Disponível em <<https://goo.gl/28d3oT>>. Acesso 14 nov. 2017.
- VESNA, Victoria. Database aesthetics - Art in the information overflow. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008.
- VICENTE, J. L. Armazenando o eu: sobre a produção social de dados. In: BEIGUELMAN, G.; MAGALHÃES, A. G. (ed). Futuros possíveis: arte, museus, arquivos digitais. São Paulo: Peirópolis: Edusp, 2014. VIRILIO, Paul. Espaço crítico. São Paulo: Sulinas, 1993.

WARK, M. Telegrama desde ninguna parte. In: KOOLHASS, R. et al (ed). Mutaciones. Barcelona: Actar, 2006.

WESSNER, G. Preface. In: SHEPARD, M. (ed). Sentient city: ubiquitous computing, architecture, and the future of urban space. Cambridge: MIT Press, 2011.

Capítulo 2 – Pollyana Ferrari

Bauman, Z. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

Beckett, C. Supermedia: Saving Journalism So It Can Save the World. Manchester: WileyBlackwell, 2008.

Deleuze, G. e Guattari, F. Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

Ferrari, P. A força da Mídia Social: interface e linguagem jornalística no ambiente digital (2.ed.). São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

Ferrari, P. Como sair das bolhas. São Paulo: Educ/Armazém da Cultura, 2018.

Holliday, R. Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador das mídias. São Paulo: Cia Editora Nacional, 2012.

Jenkins, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph., 2008.

Johnson, S. Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Trad. Maria Luísa X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

Kovach, B. e Rosenstiel, T. The Elements of Journalism. New York: Three Rivers Press, 2007.

Lage, N. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2014.

- Logan, R. K. *The Sixth Language: Learning a Living in the Internet Age (A Sexta Linguagem: aprendendo a Viver na Era da Internet)*. Toronto: Pub Stoddart, 2000.
- Manovitch, L. *The language of new media*. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- Park, R. E. As notícias como uma forma de conhecimento: Um capítulo na sociologia do conhecimento. In João Pissarra Esteves (Org.), *Comunicação e sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa (37-50)*., Lisboa: Livros Horizonte, 2009.
- Peborgh, E. V. *Redes: o despertar da consciência planetária*. São Paulo: DVS, 2013.
- Recuero, R. *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, (2 ed.), 2011.
- Santaella, L. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Editora Paulus, 2007.
- Traquina, N. *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2013.

Capítulo 3 – Amanda Porto

- BAUMAN, Zigmunt. *Industrialism, Consumerism and Power*. In: **Theory, Culture and Society**, 32-43. Londres: TCS, 1983.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - volume I: A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHATFIELD, Tom. **Como viver na era digital**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- COELHO, André; RIBEIRO, Letícia. **Resenha do livro: A Economia da Experiência**. In: *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*. Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, mar. 2007.
- CRARY, Jonathan. **24/7 - Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- DEWEY, John. **Art as Experience**. Nova York: A Perigee Book, 1980.

MARCHI, Caio F. **O design da página 'feed de notícias' do Facebook e o comportamento FOMO.** In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Ouro Preto, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/PAPERS/REGIONAIS/SUDESTE2012/resumos/R33-0669-1.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2018.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** São Paulo: Cosac Naif, 2007.

GREEN, William S.; JORDAN, Patrick W. **Pleasure with Products: Beyond Usability.** Londres: Taylor & Francis, 2002.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** São Paulo: Loyola, 1996.

HASSENZAHL, Marc. The thing and I: understanding the relationship between user and product (chapter 3). In: WRIGHT, Peter C. et al. (org) **Funology: From Usability to Enjoyment.** Berlim: Springer, 2003.

_____. **Experience design: technology for all the right reasons.** San Rafael: Morgan & Claypool, 2010.

_____. **User Experience and experience design.** In: The Interaction Design Foundation - the encyclopedia of human-computer interaction. Copenhagen: Aarhus, 2014. Disponível em: <https://www.interactiondesign.org/encyclopedia/user_experience_and_experience_design.html>. Acesso em: 03 jun. 2015.

HASSENZAHL, Marc; TRACTINSKY, Noam. **User experience - a research agenda.** In: Behavior & Information Technology, v. 25, n. 2, 91-97. Nova York: Taylor & Francis, 2006.

HOWES, David. Hyperesthesia, or, The Sensual Logic of Late Capitalism. In: ____ (ed.) **Empire of the Senses: The Sensual Culture Reader**, 281-303. Oxford: Berg, 2005.

INSTITUTE, Statistic Brain Research. **Social Network Data Statistics Demographics.** 2017. Disponível em: <<https://www.statisticbrain.com/social-networking-statistics/>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

- JAMESON, Frederic. A lógica cultural do capitalismo tardio. In:____. **Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1996.
- KAHNEMAN, Daniel; DIENER, Ed; SCHWARZ, Norbert. **Well-being: the foundation of hedonic psychology**. Nova York: Sage, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das letras, 2015.
- MARGOLIN, Victor. **The Politics of the Artificial. Essays on Design and Design Studies**. Chicago: The University of Chicago Press, 2002.
- MERLEAU-PONTY; Merleau. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- OLIVEIRA, Amanda Porto de. A forma de consumir notícias mudou com o Facebook. In: FERRARI, Pollyana. **Comunicação Digital na Era da Participação**. São Paulo: Fi, 2016. 113-122. Disponível em: <https://docs.wixstatic.com/ugd/48d206_ca7f094fcfd441d9cc695d612031e26.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2018.
- OVERBEEKE, Kees; DJADJALININGRAT, Tom; HUMMELS, Caroline; WENSVEEN, Stephan. Beauty in Usability: Forget about Ease of Use! In: **Pleasure with Products: Beyond Usability**. Londres: Taylor & Francis, 9-17, 2002.
- MCGINNIS, Patrick. Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs. The Harbus: Harvard Business School, 2004. Disponível em: <<http://www.harbus.org/2004/social-theory-at-hbs-2749/>>. Acesso em: 14 fev. 2018.
- PINE II, Joseph; GILMORE, James H. **The Experience Economy**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- POSTREL, Virginia. **The Substance of Style**. Nova York: Harper Collins, 2003.
- PRENTICE, Deborah. A. **Psychological correspondence of possessions, attitudes, and values**. In: Journal of Personality and Social Psychology, 993-1003, 1987. Disponível em: <<http://psycnet.apa.org/journals/psp/53/6/993>>. Acesso em: 12 jun. 2015.

RODRIGUES, Anthony. **Resenha do livro: 24/7 - Capitalismo tardio e os fins do sono.** Revista Habitus: UFRJ, 2016. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/habitus/article/download/11492/8442>>. Acesso em: 14 fev. 2018.

RODRIGUES, Carla. **Capitalismo Tardio, Redes Sociais e Dispositivos Móveis: Hipóteses de Articulação.** In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt4_carla_rodrigues.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2018.

SELIGMAN, Martin. E. P.; CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Positive psychology: an introduction.** In: American Psychologist (jornal), n. 55, 5-14. 2000. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11392865>>. Acesso em: 15 set. 2015.

Capítulo 4 – Margareth Boarini

BEIKEN, Sven et al. How the convergence of automotive and tech will create a new ecosystem. McKinsey & Company, nov.2016. Disponível em How the convergence of automotive and tech will create a new ecosystem. Acesso em 10.jan.2018.

CALDAS, Edson. Como será o interior do carro do futuro. Época Negócios. 04.out.2017. Acesso em 10.ja.2018. Disponível em [<http://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2017/10/como-sera-o-interior-do-carro-do-futuro.html>]

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. Barueri: Ed.Manole, 2014.

CHRISTENSEN, Clayton M. et al. Muito além da sorte: processos inovadores para entender o que os clientes querem. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2018.

ETHERINGTON, Darrel. Toyota flying car project takes a tentative test flight. Techcruch. 04.jan.2017. Acessado em 10.jan.2018. Disponível em <https://techcrunch.com/2017/06/04/toyotas-flying-car-project-takes-a-tentative-test-flight/>

- FROST & SULLIVAN. Future of carsharing market to 2025. Nova Iorque: 2016. Disponível em <http://www.frost.com/sublib/display-report.do?id=MB4D-01-00-00-00> Acesso em 10.jan.2018.
- GAO, Paul et al. Disruptive trends that will transform the auto industry. McKinsey & Company. Jan.2016. Disponível em <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/disruptive-trends-that-will-transform-the-auto-industry> Acesso em 10.jan.2018.
- GIUSTI, Guillermo. A vida cultural do automóvel: percursos da modernidade cinética. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2004.
- HAWKINS, Andrew J. Why car companies are trying to imitate Uber and Lyft? The Verge. 18.jan.2017. Acessado em 10.jan.2017. Disponível em <https://www.theverge.com/2017/1/18/14230040/ford-gm-maven-mobility-uber-lyft-ces-detroit-2017>
- KELLY, Kevin. Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo. Tradução de Cristina Yamagami. São Paulo: HSM, 2017.
- LIPSON, Hod e KURMAN, Melba. Driverless: intelligent cars and the road ahead. Cambridge: The MIT Press, 2016.
- MASON, Paul. Pós-capitalismo: um guia para o nosso futuro. Tradução de José Geraldo Couto. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- MELOSI, Martin. Automobile in american life and society: the automobile shapes the city. autolife.umd.umich.edu. Disponível em http://www.autolife.umd.umich.edu/Environment/E_Casestudy/E_case_study.htm Acesso em 10.jan.2018.
- RIFKIN, Jeremy. Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo. São Paulo: M.Books, 2016.
- SAKURAMOTO, Carlos; DiSERIO, Luiz Carlos. Indústria Automobilística no Brasil: Protagonista no palco de uma eminente transformação global. Repositório Digital FGV-SP. São Paulo: Repositório Digital FGV-SP, 2015. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/16340> Acesso em 10.jan.2018.

SCHWAB, Klaus. A quarta revolução industrial. São Paulo: Edipro, 2016.

SENGE, Peter M. A quinta disciplina: a arte e a prática da organização que aprende. Tradução de OP Traduções, Gabriel Zide Neto. Rio de Janeiro: BestSeller, 2014.

SIMOUDIS, Evangelous. The big data opportunity in our driverless future. Nova Iorque: Paul Lienert.Reuters, 2017.

TAPSCOTT, Don. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas ao governo. Tradução de Marcello Lino. Bonsucesso: A Negócios, 2010.

TOFFLER, Alvin. A terceira onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização. Tradução de João Távora. 32ª. ed. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2014.

VIEIRA, José Luiz. A história do automóvel: a evolução da mobilidade. V.1. São Paulo: Ed. Alaúde, 2008.

WADHWA, Vivek e SALKEVER, Alex. The driver in the driverless car: how technology choices will create the future. Oakland: BK Publishers, Inc, 2017.

WATERS, Richard. Google põe nas ruas carro autônomo sem motorista para emergências. Folha de S.Paulo, Mercado. 07.nov.2017. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/11/1933507-google-poe-nas-ruas-carro-autonomo-sem-motorista-para-emergencias.shtml> Acesso em 10.jan.2018.

WEBB, Amy. The signals are talking: why today's fringe is tomorrow's mainstream. Nova Iorque: PublicAffair, 2016.

Capítulo 5: João Luiz Peçanha Couto e Adriana Rocha Bruno

AGAMBEN, G. Homo sacer: o poder soberano e a vida nua. Tradução: Henrique Burigo. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007. Tradução de Henrique Burigo. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

AGIER, M. Antropologia da cidade. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

- ARIEL, M. Tratado dos anjos afogados. Caraguatatuba: Letra Selvagem, 2008.
- ASHCROFT, B. Alternative modernities: globalization and the post-colonial. *ARIEL: A Review of International English Literature*, v. 40, n. Issue 1, 2009.
- AUGÉ, M. Por uma antropologia da mobilidade. Maceió: EDUFAL / UNESP, 2010.
- AUGÉ, M. Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução de Maria Lúcia Pereira. 9a. ed. Campinas: Papirus, 2012.
- BAUMAN, Z. Retrotopia. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.
- BORGES, J. L. Atlas. Tradução de Heloísa Jahn. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- CALVINO, I. As cidades invisíveis. Tradução de Diogo Mainardi. São Paulo: Folha de São Paulo, 2003.
- CERTEAU, M. D. A invenção do cotidiano: Artes de fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 21a. ed. Petrópolis: Vozes, v. 1, 2014.
- CÉSAIRE, A. Diário de um retorno ao país natal. Tradução de Lilian Pestre de Almeida. São Paulo: EDUSP, 2012.
- CURY, M. Z. F. Poéticas da precariedade. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, Brasília, jan/jun 2013. 33-46.
- DAMATO, D. B. Edouard Glissant: poética e política. São Paulo: Annablume / FFLCH, 1995.
- GLISSANT, É. Le discours antillais. Paris: Ed Seuil, 1981.
- GLISSANT, É. Le chaos-monde, l'oral et l'écrit. In: LUDWIG, R. Écrire la parole de nuit: la nouvelle littérature antillaise. Paris: Galimard, 1994. p. 111-129.
- GLISSANT, É. Introdução a uma poética da diversidade. Tradução de Enilce do Carmo Albergaria ROCHA. Juiz de Fora: UFJF, 2005.
- GLISSANT, É. Poética da Relação. Porto: Sextante Editora, 2011.

GOMES, R. C. Todas as cidades, a cidade: literatura e experiência urbana. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

LINS, P. Cidade de Deus. 2a. Ed. ed. São Paulo: Companhia das letras, 2002.

LIXO extraordinário. Direção: Lucy WALKER. [S.l.]: [s.n.]. 2009.

MASSEY, D. Pelo espaço: uma nova política da espacialidade. Tradução de Hilda Pareto Maciel e Rogério Haesbaert. 4a. Ed. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

MOSER, W. Esthétiques du déchet. In: VILLENEUVE, J.; NEVILLE, B.; DIONNE, C. La memoire des déchets: essais sur la culture et la valeur du passé. Québec: Nota Bene, 1999a.

MOSER, W. Spätzeit. In: MIRANDA, W. M. Narrativas da modernidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999b.

SAID, E. Reflexões sobre o exílio e outros ensaios. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SAID, E. Cultura e imperialismo. São Paulo: Companhia de bolso, 2011.

SANTIAGO, S. Uma literatura nos trópicos. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SANTIAGO, S. O cosmopolitismo do pobre. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

SANTIAGO, S. Crítica de mutirão. In: FARIA, A.; PENNA, J. C.; PATROCÍNIO, P. R. T. D. Modos da margem: Figurações da marginalidade na Literatura Brasileira. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2015. p. 9-18.

SARLO, B. Tempo presente: notas sobre a mudança de uma cultura. Tradução de Luís Carlos Cabral. Rio de Janeiro: José Olympio, 2005.

SPIVAK, G. C. Can the Subaltern Speak? In: NELSON, C.; GROSBURG, L. (. Marxism and the Interpretation of Culture. Urbana: University of Illinois, 1988. p. 271-313.

Capítulo 6 – Humberto Giancristofaro

ARTAUD, Antonin. Para acabar com o juízo de Deus seguido do teatro da crueldade. Rio de Janeiro: Editora & etc, 1975.

DELEUZE, Gilles. Mil platôs 3. Rio de Janeiro: Editora 34, 1997.

DELEUZE, Gilles. O que é a filosofia. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

DERRIDA, Jacques. Entretien avec Jacques Derrida par Pierre Barbancey, in Regards 27. Paris: Regards, 2011.

DERRIDA - <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/12/03/mais!/21.html> Terei que errar só - Derrida evoca lembranças de Gilles Deleuze, morto há um mês – JACQUES DERRIDA ESPECIAL PARA O "LIBÉRATION"

GIANCRISTOFARO, Humberto. Estética da crueldade em Deleuze. Rio de Janeiro: Editora Distopia, 2011.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Rio de Janeiro: Editora Aleph, 2009.

MANN, Thomas. A Montanha mágica. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980.

MULLER, Jorgen P. My System. Oslo: Autopublicação, 1904.

NIETZSCHE, Friederich. Genealogia da moral. São Paulo: Editora Cia das Letras, 2009.

Capítulo 7 – Cristiano Burmester

COSTA, Cristina. *Educação, Imagem e Mídias*. São Paulo: Cortez, 2005.

COUCHOT, Edmond. *Tecnologia na Arte*. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

FLÜSSER, Vilém. *Towards a Philosophy of Photography*. Reaktion Books. Londres, 2000.

LATOUR, Bruno. *Jamais fomos modernos*. Editora 34. Rio de Janeiro, 1994.

RITCHIN, Fred. ***Bending the Frame - Photojournalism, Documentary and the Citizen***. Nova Iorque: Aperture, 2013.

ROUILLE, André. ***Fotografia; entre documento e arte contemporânea***. São Paulo: Editora Senac, 2011.

SOULAGES, François. ***Estética da fotografia – Perda e permanência***. São Paulo: Senac, 2010.

Capítulo 8 – Stanley Teixeira

BUCHMANN, Gilberto Henrique. Seis mil anos de história do céu: Cronologia astronômica. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/138343168/Seis-Mil-Anos-de-Historia-do-Ceu-Gilberto-Henrique-Buchmann>. Acesso em 03/12/2017.

GOLD, Stephen Jay. Seta do tempo, ciclo do tempo. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas. São Paulo: Senac, 2008.

LEVINE, Robert. The Time Paradox. Basic Books, 1998.

MACHADO, Arlindo. Hipermídia, o labirinto como metáfora. In DOMINGUES, Diana, org. A Arte no século XXI: a humanização das tecnologias. 4 ed. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 1997.

MOORES, Shaun. Media, Place & Mobility, New York, NY: Palgrave Macmillan, 2012, 128 pp.

PIERCE, Larry. The World: Born in 4004 BC? Ussher and the Date of Creation.

PRIGOGINE, Ilya. As leis do Caos. Editora Unesp: São Paulo, 2002.

URBIM, Emiliano. Mercado do tempo. Superinteressante. Disponível em: <https://super.abril.com.br/comportamento/mercado-do-tempo/>. Acesso em: 08/12/2017.

WEI, Huaxin; Jim BIZZOCCHI & Tom CALVERT. Time and space in digital game sto-rytelling. *International Journal of Computer Games Technology*. Article ID 897217, doi:10.1155/2010/897217. Online <http://dx.doi.org/10.1155/2010/897217>, 2010.

Capítulo 9 – Eric Viana

BORGES, Carolina de Campos; MAGALHÃES, Andrea Seixas. Laços intergeracionais no contexto contemporâneo. *Revista Estudos de Psicologia, Natal - Rn*, v. 2, n. 16, p.171-177, maio 2011. Maio-agosto/2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v16n2/v16n2ao8.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

DEBERT, G. G. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In M. L. de Barros (Org.), *Velhice ou terceira idade?* Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

FERRARI, Pollyana et al. *Comunicação digital na era da participação*. Porto Alegre: Editora Fi, 2016. 210 p. (Série Comunicação, Jornalismo e Educação). Disponível em: <<http://www.editorafi.org/o65pollyana>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

GROSSI, Márcia Gorett Ribeiro; COSTA, José Wilson da; SANTOS, Ademir José dos. A exclusão digital: o reflexo da desigualdade social no brasil. 2013. Publicado em *Nuances: estudos sobre Educação*, Presidente Prudente, SP, v. 24, n. 2, p. 68-85,. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.14572/nuances.v24i2.2480>>. Acesso em: 28 out. 2015.

OMS. Organização das Nações Unidas (Org.). *Relatório mundial de envelhecimento e saúde: sumário executivo*. Genebra- Suíça, 2015. Disponível em: <<http://www.who.int/ageing/en/>>. Acesso em: 22 fev. 2016.

PRENSKY, Marc. *Digital natives, digital immigrants: part 1*. 2001. Disponível em: <[http://www.marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants - Part1.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf)>. Acesso em: 29 out. 2015.

STAMATO, Claudia. Idosos, tecnologias de comunicação e socialização. 2014. 334 p. Tese de Doutorado (Departamento de Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1011904_2014_completo.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2015.

TOLEDO, Cheri A. Digital culture: immigrants and tourists responding to the natives' drumbeat. 2007. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.1859&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 29 out. 2015.

UNITED NATIONS (Ed.). World population prospects the 2015 revision. The 2015 revision, Key findings and advance tables. Disponível em: <http://esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/key_findings_wpp_2015.pdf>. New York, 2015, 66p. Acesso em: 11 out 2015.

VIANA, Eric Marcel. Protótipo facilita: a interface digital e a velhice. 2017. 148 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Tecnologias da Inteligência e Design Digital, Faculdade de Ciências Exatas e Tecnologia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/20406>>. Acesso em: 11 set. 2017.

Capítulo 10 – Alberto Freitas e Anselmo Penha

BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BRUM, Eliane. Gays e crianças como moeda eleitoral. Brasil. El País, 18 de setembro de 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/18/opinion/1505755907_773105.html> Acesso em: 25 de janeiro de 2018.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

ESCOBAR, Juliana. Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra; RECUERO, Raquel (Orgs). Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

- FARIA, Marina Dias de; CARVALHO, Antonino Felicio dos Santos de; CARVALHO, José Luis Felicio. O consumidor em ambientes de varejo online e offline: similitudes, contrastes e influências recíprocas. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9, 2012, Resende. Artigo... Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2012.
- FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. 4ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2010.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades, Comunicação, Mídia e Consumo, v.4, n.11, 2007. Disponível em:
<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105/0>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2018.
- HARARI, Yuval Noah. Sapiens: uma breve história da humanidade. Porto Alegre: L&PM Editores, 2015.
- HEYWOOD, Andrew. Ideologias políticas: do liberalismo ao fascismo. v.1. Tradução de Janaína Marcoantonio, Mariane Janikian. São Paulo: Ática, 2010.
- LÓCUS. Disponível em Acesso em 07.fev.2018.
- MENON, Isabella. Santander terá que realizar mostras sobre diversidade em até 18 meses. Ilustrada. Folha de S. Paulo, 11 de janeiro de 2018. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/01/1949657-santander-tera-que-realizar-mostras-sobre-diversidade.shtml>. Acesso em: 27 de janeiro de 2018.
- HOLIDAY, Ryan. Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador das mídias. São Paulo: Cia Editora Nacional, 2012.
- MAGRANI, Eduardo. Democracia conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático. Curitiba: Juruá, 2014.
- NAME, Daniela. Não há arte possível para a gente de bem. Cultura. O Globo, 2017. Disponível em: <oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/artigo-nao-ha-arte-possivel-para-gente-de-bem-21810164>. Acesso em: 29 de novembro de 2017.

- OLIVEIRA, Rodrigo Cássio. Caso Queermuseu mostra que são tempos de intolerância. Da direita, mas também da esquerda. Política. El País, 2017. Entrevista concedida a Heloísa Mendonça. Disponível em: <brasil.elpais.com/brasil/2017/09/14/politica/1505394738_622278.html?rel=str_articulo#1511972755417>. Acesso em: 29 de novembro de 2017.
- PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- PINHEIRO, João Luis Alves; GOIS, João Bosco Hora. Amplitude da gestão da(s) diversidade(s): implicações organizacionais e sociais. Revista de Carreiras e Pessoas. São Paulo, v.3, n.2, 2012.
- SANTAELLA, Lucia. Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.
- SHIRKY, Clay. Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- TAVARES, Flávia; AMORIM, Daniele. Como movimentos ultraconservadores conseguiram encerrar a exposição Queermuseu. Brasil. Época, 2017. Disponível em: <epoca.globo.com/brasil/noticia/2017/09/como-movimentos-ultraconservadores-conseguiram-encerrar-exposicao-queermuseu.html>. Acesso em: 29 de novembro de 2017.
- TOLEDO, José Roberto. Livre, influente e solto. Política. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 18 set. 2017. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/vox-publica/livre-influente-e-solto/>>. Acesso em: 26 de novembro de 2017.
- ZUCKERMAN, Ethan. Redes sociais criam bolhas ideológicas inacessíveis a quem pensa diferente. Tradução de Paulo Migliacci. Ilustríssima. Folha de S. Paulo, São Paulo, 24 set. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/09/1920816-cada-macaco-no-seu-galho---zuckerman.shtml>>. Acesso em: 03 de novembro de 2017.

Capítulo 11 – Tamires Cardoso

BOLTER, Jay David e GRUSIN, Richard. Remediation: Understanding New Media. Cambridge: MIT Press, 1999.

BUTLER, Judith. Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo. Buenos Aires: Paidós, 2002.

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas. São Paulo: Edusp, 2006.

CASTELLS, M. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

DE BEAUVOIR, Simone. Todos os homens são mortais. Nova fronteira, Rio de Janeiro, 1983.

DEBORD, Guy. The society of the spectacle. Zone Books, Cambridge: MIT Press, 1994.

JENKINS, Henry. Convergence culture. New York: NYU Press, 2006.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva. São Paulo: Editora Loyola, 1998.

NUNES, Pedro (org.). Mídias digitais e interatividade. João Pessoa - PB: Editora Universitária da UFPB, 2009.

MACHADO, Arlindo. A Televisão Levada a Sério. São Paulo: Editora Senac, 2001.

MANOVICH, Lev. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.

MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação. São Paulo: Cultrix, 1969.

MOLES, Abraham. Arte e Computador. Porto: Afrontamento, 1990.

MURRAY, Robin e WENGRAF, Tom. Notes on Communication Systems. In:

PRIMO, Alex (org.). Interações em rede. Porto Alegre. Editora Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Sulina: Porto Alegre, 2009.

SANTAELLA, Lucia. Cultura das mídias. São paulo: Editora Experimento, 2000.

SANTAELLA, Lucia. Navegar no ciberespaço. São Paulo: Paulus, 2004.

Capítulo 12 – Mariana Hallage

ARAÚJO, Denise C. (org). Imagem ir(realidade): comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006.

AVELAR, Jorge et al (org). Design digital e novas mídias. São Paulo: Editora Reflexão, 2015.

BASTOS, Marcus. Cultura da reciclagem. São Paulo: Noema, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BEIGUELMAN, Giselle e FERLA, Jorge L. (Org.). Nomadismos tecnológicos. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

BOURRIAUD, Nicolas. Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Martins, 2009.

DANESI, Marcel. The semiotics of emoji: the rise of visual language in the age of the internet. Londres: Bloomsbury, 2016. 208p. Kindle Edition. Disponível em: < https://www.amazon.com.br/Semiotics-Emoji-Visual-Language-Internet/dp/1474281982/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1513524850&sr=8-1&keywords=The+semiotics+of+emoji>. Acesso em: 17 dez. 2017.

FELINTO, Erick e SANTAELLA, Lucia. O explorador de abismos: Vilém Flusser e o pós-humanismo. São Paulo: Paulus, 2012.III

FERRARI, Pollyana. Como sair das bolhas. São Paulo: Educ/Armazém da Cultura, 2018.

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Apresentação de Norval Baitello Junior. São Paulo: Annablume, 2011.

- HAND, Martin. Ubiquitous photography: digital media and society. Cambridge: Polity, 2012.
- JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Tradução Susana L. de Alexandria. 2^a ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, André e JOSGRILBERG, Fabio. Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.
- LÈVY, Pierre. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 10^a ed. São Paulo: Edições Loyola, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada. Tradução Maria Lúcia Machado. 1^a ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- MURRAY, Janet H. Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Editora Unesp, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007.
- SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- TECHCRUNCH. Snap values itself at nearly 24b with its IPO pricing. Disponível em: < <https://techcrunch.com/2017/03/01/snap-values-itself-at-nearly-24b-with-its-ipo-pricing/>>. Acesso em: 17 dez. 2017.
- WGSN. The evolution of mobile video: communication strategy. Disponível em: <https://www.wgsn.com/content/board_viewer/#/67259/page/1>. Acesso em: 16 nov. 2016.

Capítulo 13 – Amanda Vieira Ferrari Gasparin

BAUMAN, Zygmunt. Como montar um planejamento estratégico digital para sua IES. Disponível em: < <http://5seleto.com.br/planejamento-estrategico-digital-para-sua-ies-como-montar-um/>>. Acesso em 01 fev. 2018.

BRAGA, Ryon; MONTEIRO, Carlos. Planejamento estratégico sistêmico de instituições de ensino. São Paulo: Hoper, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

COELHO, Guido. Tempo líquidos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

MARQUES, Carla Susana; SOARES, Antonio Augusto dos Santos et al. O fenômeno social nas instituições de ensino superior: gerações Y e Z. Disponível em: < <http://recursos.portaleducoas.org/publicaciones/o-fen-meno-social-nas-institui-oes-de-ensino-superior-gera-es-y-e-z>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

MEDEIROS, Maria Elisa de Souza. Análise do documentário “Promessas de um novo mundo”: Disponível em: <<https://unibhri.files.wordpress.com/2010/12/maria-elisa-medeiros-anc3a1lise-do-documentc3a1rio-promessas-de-um-novo-mundo.pdf>>. Acesso em: 01.jun.2017.

MEYER, Maximiliano Quais as diferenças entre as gerações X, Y e Z e como administrar os conflitos? Disponível em: < <https://www.oficinadanet.com.br/post/13498-quais-as-diferencas-entre-as-geracoes-x-y-e-z-e-como-administrar-os-conflitos>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

MORAIS, Felipe. Planejamento estratégico digital x planejamento estratégico offline. Qual diferença? Disponível em: <<http://www.doutorecommerce.com.br/SEM-CATEGORIA/PLANEJAMENTO-ESTRATEGICO-DIGITAL-X-PLANEJAMENTO-OFFLINE-QUAL-A-DIFERENCA/>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

- PINTO, Diego de Oliveira. As instituições de ensino superior e a mudança de comportamento das novas gerações. Disponível em: < <https://blog.lyceum.com.br/as-ies-e-as-novas-geracoes/>>. Acesso em: 01 fev. 2018.
- PINTO, Diego de Oliveira. Como é planejamento estratégico para centros universitários, universidades e faculdades? Disponível em: < <https://blog.lyceum.com.br/planejamento-estrategico-para-ies/>>. Acesso em: 01 fev. 2018.
- PESCARINI, Tania. Pesquisa SEMESP. Presença das IES em páginas como as do Facebook garante interação com alunos, ex-alunos e futuros estudantes. Disponível em: < <http://www.semesp.org.br/noticias/estrategias-nas-redes-sociais/>> Acesso em: 10 fev. 2018.
- VILLAS BÔAS, Rafael. The campus experience: Marketing para Instituições de Ensino. São Paulo: Summus, 2008.