

REDES
SÉRIES
NÓS

Redes, Séries e Nós

Marcelo Prioste (Org.)

NÓS
SÉRIES



Envolto há mais de vinte anos nas encruzilhadas das mídias com a tecnologia, observo como as flutuações conceituais oscilam da euforia ao pânico no trato deste tema. Analisar este território sempre foi (e parece que sempre será) tarefa ingrata, seja pela dinâmica no ritmo das sucessivas transformações tecnológicas que nos impõem a necessidade de novos saberes, seja pelo desconhecimento de motivações e iniciativas promovidas pelas megacorporações tecnológicas, regidas por maquinações no subterrâneo de um poder econômico-financeiro global inacessível à imensa maioria da população. Assim, no transcurso de uma pandemia, da ascensão do pensamento político de extrema direita e de uma beligerância que afeta cada vez mais das relações sociais às relações internacionais, lançamos esta publicação. Na ousadia de mapearmos um pouco este atual “universo em desencanto”, ambiente em rede por onde trafegam entes digitais desenhados por algoritmos embutidos nas mais improváveis formas de comunicação e interação.



REDES, SÉRIES E NÓS



Comunicação, Jornalismo & Educação

DIRETOR DA SÉRIE

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Porto Junior

Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

COMITÊ EDITORIAL E CIENTÍFICO

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 Christofolletti

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

REDES, SÉRIES E NÓS

Organizador
Marcelo Prioste



Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Bruno Rodilha

Revisão: Daniella Camillo



A Editora Fi segue orientação da política de distribuição e compartilhamento da Creative Commons Atribuição-Compartilhual 4.0 Internacional https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



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.

Apoio:

Esta publicação obteve auxílio de financiamento por meio do edital Publivro-2022 que integra o Plano de Incentivo à Pesquisa, o Pipeq, programa mantido pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

PRIOSTE, Marcelo (Org.)

Redes, séries e nós [recurso eletrônico] / Marcelo Prioste (Org.) -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2022.

249 p.

ISBN: 978-65-5917-542-0

DOI: 10.22350/9786559175420

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

1. Educação; 2. Pandemia; 3. Comunicação; 4. Ética; 5. Sociedade; I. Título.

CDD: 177

Índices para catálogo sistemático:

1. Ética e sociedade 177

AGRADECIMENTOS

Muitos a agradecer aqui...

À minha amiga e colega de trabalho, Pollyana, por ter me acolhido no Comunidata.

Ao Cassiano, professor e pensador incansável, por ter feito o prefácio com tanta presteza em meio às tantas turbulências sociopolítico e pandêmicas.

A todas as autoras e autores que tiveram a generosidade de apresentarem suas pesquisas nesta publicação.

Ao talentoso Bruno Rodilha, pela capa incrível.

E aos demais professores e professoras da graduação e do TIDD, com os quais compartilho diariamente os prazeres e os dissabores de nossa profissão.

Valeu!

Marcelo Prioste.

SUMÁRIO

PREFÁCIO	11
UM MAPA PARA O DEMONÍACO LABIRINTO DE EFEITOS E CAUSAS <i>Cassiano Terra Rodrigues</i>	
APRESENTAÇÃO <i>Marcelo Prioste</i>	20
1 A REDE E A PROMOÇÃO DO ORGULHO, LUTA ANTI-HOMOFOBIA E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA SEM INTERRUPÇÃO <i>Anselmo Penha</i>	25
2 REDES E CONSUMO: UMA REALIDADE VIRTUAL CONTEMPORÂNEA <i>Claudir Segura</i> <i>Adriana Lima de Oliveira</i>	44
3 UMA ANÁLISE DOS DADOS ABERTOS GOVERNAMENTAIS FRENTE AO CENÁRIO DA PANDEMIA DO COVID-19 <i>Edgard Luiz Bernardes Valderramas</i>	73
4 A INTELIGÊNCIA CONECTIVA E SUAS COMPLEXIDADES <i>Fábio Siqueira</i>	91
5 TECNOLOGIA E LINGUAGEM: A TIPOGRAFIA NO AMBIENTE DAS TELAS <i>Gabriela Zimbres</i>	113
6 EDTECHS: A APOSTA NAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA TRANSFORMAR A EDUCAÇÃO <i>Luciana Livia Gonçalves</i>	127

7

COLETTE: GAMES E DISPOSITIVOS NO FRONT DA RESISTÊNCIA

Marcelo Prioste

146

8

DEPOIS DO FIM DA REALIDADE CONSENSUAL

Marcus Bastos

163

9

INFLUENCIADOR VIRTUAL: UM NOVO AGENTE NA COMUNICAÇÃO DISRUPTIVA DO NOSSO SÉCULO

Margareth Boarini

183

10

AS INTERAÇÕES ENTRE MARKETING, GAMES E AS REDES

Missila Loures Cardozo

196

11

LONGE É UM LUGAR QUE NÃO EXISTE

Pollyana Ferrari

214

12

A ONDA DAS LIVES: PROGRAMAÇÃO CULTURAL POR MEIO DAS TELAS

Tamara Demuner

232

PREFÁCIO

UM MAPA PARA O DEMONÍACO LABIRINTO DE EFEITOS E CAUSAS

Cassiano Terra Rodrigues¹

Quando fui convidado por Marcelo Prioste para escrever este prefácio, confesso que me vi surpreso, ao mesmo tempo que honrado, tão surpreso quanto honrado, pois não sou um pesquisador da área da comunicação. Ao tomar conhecimento do teor do livro, porém, a surpresa foi cedendo lugar à honra, esta à consciência da importância da pesquisa publicada e não pude, enfim, deixar de aceitá-lo, pois é bem oportuna a publicação deste volume que reúne as pesquisas do Grupo de Pesquisa Comunidata, da PUC-SP.

Meu amigo Marcelo anota corretamente, na apresentação, que este livro é como um mapa de questões urgentes em ebulição na Internet das redes digitais de relacionamento ou de falta de relacionamento, digamos assim, dada à impossível harmonia da miríade de divergências e tensões evidenciadas nessas mesmas redes. Como todo mapa, não pode ser coextensivo ao território que mapeia. De fato, não se trata de oferecer ao leitor um retrato exato e fidelíssimo de um território completo, pois esse território sequer existe, mas apenas levantar alguns

¹ Professor de epistemologia e filosofia da ciência e coordenador do Laboratório de Filosofia, Lógica e Epistemologia da Tecno-Ciência (LabFILOETEC) no Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA). Pesquisador colaborador do Centro de Estudos de Pragmatismo da PUC-SP e do GT Semiótica e Pragmatismo da Associação Nacional de Pós-Graduação em Filosofia (ANPOF). Membro da Sociedade Brasileira de Lógica, da Associação Filosófica Scientiae Studia e da British Society for the History of Philosophy. Sócio fundador da Sociedade Latino Americana Peirce. Corinthianista pedagógico. E-mail: casster@ita.br

elementos importantes, estabelecer marcas de localização, para que o público-leitor possa, compondo esses elementos com outros, situar-se de maneira menos espontânea e mais informada em meio a tanta instabilidade e aparente falta de chão.

Essa sensação de falta de apoio, imagino, deve ter se intensificado durante os últimos anos, ao menos para quem ainda resguarda alguma sanidade e não se rendeu completamente à má-fé, às platitudes autoindulgentes, ou ao cinismo completo. É claro, não se trata apenas da pandemia de COVID-19, ou da sindemia, como preferem alguns, mas sobretudo da infodemia na qual vivemos já há muitos anos e que certos acontecimentos recentes evidenciaram de forma incontornável. Penso sobretudo na saída do Reino Unido da União Europeia, nas eleições nacionais, das quais a de Trump, em 2016, nos E.U.A., foi a mais significativa globalmente, e ainda no recente e caloroso debate sobre a liberdade de expressão online e a responsabilidade de grandes companhias de direito privado de interferirem em um âmbito considerado público, que é o da expressão de opiniões, ainda que falsas. Eu mesmo não tenho resposta para essa questão, mas é evidente que isso que chamei de infodemia não dá mostras de arrefecimento a curto-prazo nem, tampouco, é possível esquecer que ela é bem anterior à nossa era da Internet. Com efeito, trata-se de um negócio do capitalismo tardio, pós-moderno ou contemporâneo, que é o da produção em escala industrial da desinformação e da mentira, pois, se já em 1966 Caetano Veloso cantava quem lê tanta notícia?, em 2021 ele registrou a mudança no senso de desorientação ao cantar que é que pode ser salvação?

Mas retornemos à ideia do mapa. Já no século XIX, o problema da relação entre o mapa e o território aparece com fino humor no romance

As aventuras de Silvia e Bruno, de Lewis Carroll. A ficção de um mapa feito na escala de 1:1 aparece quando a personagem Mein Herr relata que, no seu país, a cartografia chegou a tal grau de perfeição no fabrico desse mapa, que os agricultores e fazendeiros alegavam que o mapa bloquearia a luz do sol e, por isso, o mapa nunca chegou a ser desdobrado. Pulando para o século passado, Jorge Luís Borges aborda o tema ao menos duas vezes. No magnífico conto de um único parágrafo, “Do rigor na ciência”, retoma a ideia, creditando-lhe a autoria a Suárez Miranda, autor de um Viagens de varões prudentes, datado de 1658. Em certo Império, a cartografia ultra desenvolvida compôs esse mapa, mas, com o passar do tempo, as gerações sucessivas perceberam a sua inutilidade e, assim, deixaram o mapa apodrecer ao sabor do tempo e confundir-se, em ruínas, com o território. Autor, obra, data e Império são todos fictícios, produtos da imaginação de Borges, vasta como os pampas do Sul. Na segunda vez em que abordou o tema, no ensaio “Magias parciais do Quixote”, Borges cita Josiah Royce (1855-1916), o maior idealista dos E.U.A., professor de T.S. Eliot e George Santayana em Harvard. Voltaremos a essa citação adiante. Antes, vale citar outras teorias.

O inventor da semântica geral, Alfred Korzybski, resumiu a questão em uma frase lapidar: “O mapa não é o território”. Por mais óbvia que seja, a frase denuncia uma das maiores confusões da humanidade, que é tomar os modelos da realidade pela própria realidade. A frase completa de Korzybski é claríssima: “Um mapa não é o território, mas, se for correto, terá uma estrutura semelhante à do território, e é isso que explica a sua utilidade.” Essa ideia tem que ver com a intuição fundamental de Korzybski: dadas as limitações

estruturais do nosso sistema nervoso e das linguagens naturais, somos incapazes de conhecer diretamente o mundo. O único conhecimento direto que temos é o das nossas próprias abstrações, o que nos leva mais facilmente a erros do que a acertos, à mentira mais do que à verdade. As nossas abstrações não são as coisas e frequentemente pecam por dessemelhança estrutural relativamente a essas últimas.

A essa altura, o leitor deve estar se perguntando: mas é simples desfazer a confusão; basta ir a um restaurante e comparar o sabor do cardápio ao da comida. Nenhuma confusão pode restar após esse teste. Bem, eu prefiro a comida, mas não posso deixar de lembrar que há loucos para tudo. Anos mais tarde, o grande Umberto Eco, o homem que parecia saber de tudo, o realista mais inconformado e desencantado que conhecemos, explicitou a sugestão de Carroll e de Borges em um ensaio baseado no problema apontado por Korzybski: um mapa em escala 1:1 é inútil sobretudo porque implica na extinção do próprio território a ser mapeado; pois não há mapa que consiga dar conta da relação biunívoca total entre o mapa absoluto e o território. Se houvesse tal mapa, ele encobriria totalmente o território e esse fato não poderia ser representado no mapa; outro mapa seria necessário, e outro, e mais um outro, ad infinitum. Em outras palavras, um mapa autoconsciente não existe, apenas pelo fato de que uma representação não é capaz de representar a si mesma na sua relação representativa para com o seu objeto. Em palavras mais simples, para ser útil, um mapa precisa ser usado por alguém de fora dele, alguém que não esteja nem totalmente encoberto pelo mapa, nem efetivamente por alguém posicionado acima dele, como está sobre o território.

Não seria Umberto Eco se não houvesse a semiótica, e como vemos há: se a identificação entre o signo e o objeto fosse absoluta, jamais conseguiríamos distinguir entre um e o outro. Como seria possível o conhecimento? *Facie ad faciem*, como está na Bíblia? Ora, como responderia um topógrafo à objeção de que, na natureza, não existem linhas retas e curvas perfeitas como nos mapas? “Um mapa,” diria o objetor, “jamais pode representar a terra tal como ela é, uma vez que é feito de abstrações matemáticas. Não há linhas retas perfeitas, círculos perfeitos, ângulos perfeitos no mundo real, só na mente platônica.” Pois bem, quanto à ontologia platônica, nenhum topógrafo poderia discordar, mas quanto aos mapas, um topógrafo inteligente responderia que é justamente por isso que funcionam: é a diferença entre os mapas e os territórios que nos permite usar os primeiros como representações dos últimos. Como toda representação, um mapa comunica e é comunicado, interpreta um território e é interpretado por quem o usa, precisamente por conter algumas marcas e possuir certa semelhança geral com o território mapeado. Nenhuma correspondência ponto a ponto é necessária, basta alguma.

O que o problema dos mapas nos mostra é a impossibilidade de qualquer modelo representativo ser plenamente autorrecursivo, ou seja, nenhum signo é objeto de si mesmo, ao menos não satisfatoriamente. E, por mais objetivo e tecnicamente perfeito que seja o mapa, mais ele deixa escapar a realidade, colando-se inutilmente a ela. Para que seja possível representar verdadeiramente, é preciso em alguma medida falsear, no sentido de deixar muitos elementos da realidade de fora para conseguir representá-la de modo minimamente inteligível. Agora, como os signos, os modelos e as linguagens

representam os seus objetos pretendidos, isso só pode ser representado de uma perspectiva externa à própria relação representativa, por outro signo, por um meta-modelo, uma metalinguagem. Por isso, temos de nos contentar com certa precariedade e certa falibilidade das nossas representações: um bom modelo representativo da realidade deve interpretar satisfatoriamente a realidade, pois permite construir relações e representar aspectos da realidade que podem não ser os mais óbvios ou os mais esperados. Ao exibir o conhecido, um bom mapa leva ao desconhecido.

Esse é justamente um dos problemas das redes de hoje em dia. O uso que delas fazemos nem sempre representa nada além do que já sabemos ou esperamos – ao contrário, reforça ideias já adotadas. Não posso deixar de me espantar que tamanho avanço da tecnologia, ao mesmo tempo que eleva a exigência qualitativa para o que conta ou não como informação legítima, ainda contraste fortemente com usos dessa mesma tecnologia que implicam, no final das contas, não apenas na repetição, mas na desinformação e até mesmo na perda do conhecimento. É claro que o aumento do rigor tecnológico não exaure as áreas a serem conhecidas, mas apenas aumenta a medida do nosso desconhecimento. Talvez eu não devesse, mas ainda me espanto, com a indisposição humana para aumentar o saber, e não a ignorância, algo que a anamnese platônica jamais contemplaria. E um outro problema, então, passa a ser onde buscar as referências corretas, aquelas que nos dão a segurança para se chegar onde queremos, as vias que nos levam aonde não conhecemos e nos revelam algo inesperado, aspectos novos de situações que supomos conhecer. Não é fácil achar esses caminhos, ainda mais porque a lógica da interação digital é a da resposta imediata,

na qual todo distanciamento deve ser evitado e toda pausa reflexiva deve ser obliterada em nome da rápida reação impulsiva. Além disso, em meio a multiversos de referências entrecruzadas e desorganizadas, muita gente com disposição para pausar e aprender sequer sabe por onde começar.

Tendo em vista que a semiótica ensina ao menos duas lições importantes – a primeira, que todo signo significa primordialmente a si mesmo; a segunda, que quanto mais complexo e rico um sistema semiótico, mais indefinida é a sua interpretação e, conseqüentemente, menos informativo ele se torna – o ideal da enciclopédia universal sonhada por Eco transforma-se, no final das contas, em um paradoxo nada alentador: onde qualquer coisa pode significar qualquer outra, nada significando nada. Esvazia-se o signo completamente e, com ele, o seu objeto, como o mapa que se transforma no território mapeado quando ali, onde houve antes um império, hoje só há ruínas.

É hora de retomar o ensaio de Borges sobre o Quixote. Além de Cervantes e Royce, o que interessa a Borges é um “curioso perigo” que ele identifica também em Shakespeare e nas Mil e uma noites: por que nos inquieta tanto que um mapa mapeie outro mapa? Pela mesma razão que nos incomoda saber que Shakespeare fazia montar, no palco de Hamlet, um outro palco, e informava à plateia que imaginasse, nesse palco em cima do palco, a encenação de outra tragédia parecida com a de Hamlet; pela mesma razão que nos causa apreensão saber que, em determinada noite das mil e uma, o sultão ouvirá a própria história ouvindo as histórias das Mil e uma noites. Em suma: a inquietação nos causa vertigem porque nos faz pensar que, assim como as personagens de ficção podem ser como nós, nós podemos ser tão imaginários como

elas, em vez de reais, como pensamos que somos. Nós, que estamos na posição de sujeitos da representação, podemos ser objetos de representação de alguém que nos vê de longe, de fora, como se fôssemos nada mais do que meros objetos.

E não é esse o receio de todos nós nos tempos que correm? Que estranho poder tem as telinhas dos nossos celulares, de nos representarem a nós mesmos construindo representações de nós mesmos, sem que consigamos mais descolar o nosso desejo dessas representações? Que será do nosso narciso ao se dar conta de que a imagem projetada na tela não corresponde ao real fora da tela? Existe real fora da tela? Nos dias de hoje, parece que o desejo de substituir o objeto pelo signo é tão grande quanto inquestionável. Mas o real fora das telinhas não só existe como não se reduz aos nossos sonhos tão mesquinhos, para aproveitar o verso de Cartola.

Enquanto escrevo este texto, os tanques russos continuam a invasão da Ucrânia, ao mesmo tempo que o acesso ao Facebook e ao Twitter foi bloqueado na Rússia, por uma decisão de Estado, sob a alegação de violação de direitos dos cidadãos russos e para a proteção da mídia russa. O que causou a guerra? Por outro lado, no Twitter, sob alegação de violação das regras da plataforma contra manipulação de mídias, muitas contas que divulgavam vídeos dos ataques militares foram bloqueadas. A própria guerra é causa ou efeito? O tamanho da confusão não diminui, mas apenas aumenta, com a declaração de que muitas contas foram bloqueadas por engano, pois divulgaram vídeos dos tanques e bombardeios reais sobre a Ucrânia. Soma-se a isso a confusão ideológica de todas as partes: é possível encontrar defensores do ataque russo que se dizem “de esquerda” e “anti-imperialistas” tanto

quanto os que se dizem “de direita” e “antiglobalistas”; o mesmo vale para os defensores da Ucrânia. Quem tem razão? É possível dizer? O que, exatamente?

Que o leitor não me entenda mal, sou um defensor da liberdade de expressão e de opinião e da divulgação das notícias. Quando afirmo que a confusão só aumenta, refiro-me à incapacidade ou à negligência de se distinguir entre a verdade e a falsidade deliberada, o equívoco e o acerto, a opinião legítima e a má-fé, a mentira deslavada e a posição de princípio justificada, entre as news e as fake news.

Não tenho dúvidas de que este pequeno livro ajudará, como um genuíno mapa, quem quer que deseje não perder de vista o horizonte real das relações humanas, aquelas que dentro ou fora das redes continuam a nos surpreender de maneira verdadeira e sincera, levando-nos à reflexão e ao encantamento, não importando quantas telinhas de mediação existam entre o si mesmo e o outro.

27 de fevereiro de 2022, 2º verão da pandemia de COVID-19.

* * *

APRESENTAÇÃO

Marcelo Prioste

Que beleza é conhecer

o desencanto

E ver tudo bem mais claro

no escuro

Tim Maia

Envolto há mais de vinte anos nas encruzilhadas das mídias com a tecnologia, observo como as flutuações conceituais oscilam da euforia ao pânico no trato deste tema. Analisar este território sempre foi (e parece que sempre será) tarefa ingrata, seja pela dinâmica no ritmo das sucessivas transformações tecnológicas que nos impõem a necessidade de novos saberes, seja pelo desconhecimento de motivações e iniciativas promovidas pelas megacorporações tecnológicas, regidas por maquinações no subterrâneo de um poder econômico-financeiro global inacessível à imensa maioria da população. Assim, no transcurso de uma pandemia, da ascensão do pensamento político de extrema direita e de uma beligerância que afeta cada vez mais das relações sociais às relações internacionais, lançamos esta publicação. Na ousadia de mapearmos um pouco este atual “universo em desencanto”, ambiente em rede por onde trafegam entes digitais desenhados por algoritmos embutidos nas mais improváveis formas de comunicação e interação.

Hoje, como bem sabemos, a intensificação dos vasos comunicantes entre os diversos campos de conhecimento a partir da máquina

computacional em rede tem causado furor, entusiasmo, mas também muitos temores. Até o final dos anos 1990, pesquisas sobre o tema comumente continham um viés mais positivo, otimista, esperançoso até, de que um cotidiano cercado por máquinas digitais desencadearia uma nova perspectiva sem precedentes para o desenvolvimento cultural, social e tecnológico das sociedades. Mas, se por um lado, os proveitos de uma sociedade hiperconectada se tornam cada vez mais evidentes em processos, procedimentos e novas iniciativas, por outro lado, a consolidação de uma dimensão polifônica nas redes por meio de estruturas não-lineares horizontalizadas e intensos processos de interatividade, estes regidos por herméticos algoritmos de controle, tem efeito colateral imprevisível, feito com que tensões e contradições de toda ordem proliferem. Ao adentrarmos pela segunda década do século XXI, em tempos de “fake news”, “deep fakes” e afins, há toda uma sorte de artefatos digitais que tem colocado em xeque o pensamento científico, fatos históricos e tantos outros pilares convalidados do conhecimento humano, a ponto de relativizarem e fragilizarem noções outrora consolidadas até mesmo do entendimento sobre o real.

Portanto, a publicação *Redes, Séries e Nós*, ao reunir pesquisas realizadas pelos integrantes do Grupo Comunidata¹ da PUC-SP, dando continuidade a uma iniciativa desde 2016², se lança no desafio, ao longo de doze capítulos, de investigar algumas das complexas relações que

1 <https://www.pucsp.br/comunidata>

2 Desde 2016 as pesquisas realizadas pelo Grupo Comunidata da PUC-SP, reconhecido e certificado pelo CNPQ, tem sido publicadas. Primeiro foi “Comunicação digital na era da participação”. Em 2018, “Fluido, Fluxo: reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas”. Ambos com prefácio da Profa. Dra. Lucia Santaella (PUC-SP). E em 2020, “Nós: tecnoconsequências sobre o humano” com prefácio do Prof. Dr. Eugenio Bucci (ECA-USP). Sendo que as três publicações, organizadas pela Profa. Dra. Pollyana Ferrari, líder do grupo, estão disponíveis no site da editora (<https://www.editorafi.org/>) para solicitação de impressão ou acesso imediato.

emergiram a partir da onipresença da lógica computacional em nosso cotidiano. Por distintos temas, como games, educação, cultura, redes sociais, inteligência artificial e cinema, diferentes abordagens e distintas escritas se entrelaçam, no intuito de fornecer alguns elementos para um cenário reconhecidamente em profundo e intenso processo de transformação.

No primeiro artigo “A rede e a promoção do orgulho, luta anti-homofobia e participação política sem interrupção”, o pesquisador Anselmo Penha analisou os impactos que a 25ª edição da Parada do Orgulho LGBTQ+ em São Paulo tiveram como evento realizado online em 2021. Enquanto que, no segundo artigo, “Redes e Consumo: Uma Realidade Virtual Contemporânea”, os autores Adriana Lima de Oliveira e Claudir Segura, investigaram noções de mercado e consumo em um contexto de pandemia a partir de uma emergente “economia de dados global”. Já o terceiro texto, “Uma análise dos dados abertos governamentais frente ao cenário da pandemia do Covid-19”, Edgard Luiz Bernardes Valderramas fez um recorte sobre como as novas Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) poderiam ter contribuído junto aos modelos disponíveis de dados governamentais para o combate da pandemia da Covid-19. Na sequência, o artigo “A inteligência conectiva e suas complexidades” escrito por Fábio Siqueira, explorou o conceito de “inteligência conectiva”, tão necessário para lidar com a complexidade dos tempos atuais. Ao passo que, no quinto artigo, “Tecnologia e Linguagem: a tipografia no ambiente das telas”, a autora Gabriela Zimbres se debruçou na análise de um aspecto mais estrutural das redes, o relevante papel da tipografia digital na conformação das interfaces gráfico/digitais.

Mais adiante, no sexto estudo, “Edtechs: a aposta nas tecnologias digitais para transformar a educação”, o debate desenvolvido por Luciana Gonçalves se deu pelo viés da educação, refletindo sobre as implicações da tecnologia digital no ambiente escolar, profundamente afetado pela Covid-19. Logo em seguida, “Colette: games e dispositivos no front da resistência”, pesquisa de minha autoria, apresentei um recente desdobramento na relação entre cinema e games, quando estes se convertem em plataformas para difusão de produtos audiovisuais, destacando o curta-metragem Colette (EUA, 2021), um necessário manifesto antifascista na forma de documentário. O próximo texto, “Depois do fim da realidade consensual”, Marcus Bastos enveredou por uma instigante discussão filosófico-comunicacional em torno do “fim da realidade consensual”, algo que cada vez mais permeia os debates em torno das novas mídias.

Logo depois, em “Influenciador virtual, um novo agente na comunicação disruptiva do nosso século”, Margareth Boarini tratou da figura dos influenciadores virtuais, personagens cada vez mais proeminentes neste novo cenário. Enquanto o artigo seguinte retoma ao universo dos games. Em “As interações entre marketing, games e as redes”, a autora Missila Cardozo descreveu como tem sido as estratégias de divulgação dos games na internet. A seguir, “Longe é um lugar que não existe”, a professora e escritora Pollyana Ferrari fez um relato memorialístico e intimista das suas vivências como pesquisadora da área de comunicação e as transformações por ela observadas ao longo dos anos. E, como encerramento o texto de Tamara Demuner, “A onda das lives: programação cultural por meio das telas”, que abordou as *lives*, as transmissões ao vivo que foram um dos signos midiáticos mais representativos no cenário de quarentena imposta pela pandemia.

Conjuntamente, além de discutirmos uma temática específica entorno das reconfigurações do real a partir do ambiente das redes, ao final de cada artigo há uma indicação de série ou algum outro produto audiovisual disponível online. A intenção, além de reconhecermos o impacto destas narrativas da cultura de massa nas leituras sobre o tempo presente, é estabelecermos novos elos com o assunto desenvolvido em cada artigo para, em sentido rizomático, amplificarmos as questões ali tratadas. Também ao final de cada texto há um “box musical”, espaço onde cada autor (a) indicou músicas que também poderão compor este diálogo.

Assim, *Redes, Séries e Nós*, na premissa de que investigar a contemporaneidade significa mergulhar com destemor no âmbito de estruturas informacionais digitais em rede, convida o (a) leitor (a) a se aventurar por linguagens, expressões e conceitos que, híbridos, multifacetados e frequentemente até paradoxais, têm delineado muito dos contornos das nossas relações no campo político, social e psíquico.

Boa leitura!

* * *

1

A REDE E A PROMOÇÃO DO ORGULHO, LUTA ANTI-HOMOFOBIA E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA SEM INTERRUPÇÃO

Anselmo Penha¹

“Estamos aqui hoje, no começo da Parada. Imagine que o caminhão está atrás de mim, e que vocês estão aqui na Avenida junto com a gente. De novo. Com a nossa alegria!” Foi assim que Claudia Regina Garcia, presidente da Associação da Parada do Orgulho de Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros de São Paulo (APOLGBT-SP), abriu a 25ª edição da Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo, realizada em 06 de junho de 2021, a partir das 14h. A fala de Garcia faz menção à imaginação, palavra que não se fez presente exclusivamente nesta edição do evento, divulgado pelas redes sociais com a hashtag #ParadaSPAoVivo. Foi a segunda vez que o evento foi assim, imaginado, embora real.

A imaginação, neste caso, é a ferramenta para estar num espaço físico lotado de pessoas, algumas fantasiadas, outras empunhando placas e adereços com manifestação política, porque a Parada em si existiu. Existiu on-line, como tantas outras atividades e eventos antes dotados da presença física de uma coletividade de pessoas e que desde o início da pandemia de coronavírus no mundo e a propagação do vírus

¹ Anselmo Penha é mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pesquisador de processos de comunicação por dados e sua influência sobre o humano, tem foco nas temáticas futebol e diversidade e inclusão. Jornalista, atua com comunicação corporativa e marketing institucional. É membro do grupo de pesquisa Comunidata. E-mail: anselmo.penhafeitosa@gmail.com

pelo Brasil mantiveram-se paralisados, seja pela consciência de indivíduos preocupados com a crise sanitária no país ou pela exigência da legislação vigente.

Foi graças ao ambiente on-line que a APOLGBT-SP evitou, pela primeira vez, que a Parada do Orgulho LGBT+ de São Paulo não acontecesse. Desde 1997, os brasileiros convivem com essa manifestação que representa alguns, agrada outros, é indiferente para um terceiro grupo e um incômodo para uma parcela da sociedade. Embora ano após ano, a sensação é de que a sociedade caminhe para uma redução significativa deste último grupo, no Brasil de 2021 é ingênuo dizer que a evolução na luta contra a homofobia é um fluxo contínuo e crescente sem riscos de interrupção.

Realizada anualmente em São Paulo, a Parada aconteceu pela segunda vez de forma imaginada em 2021, mas não on-line. Antes mesmo da primeira edição, em junho de 1997, Marcelo Rubens Paiva publicava na Folha de São Paulo sobre a primeira Parada Virtual de Orgulho Gay, em janeiro daquele ano. Tratava-se de uma página on-line, da BBS MixBrasil, que reunia mensagens de homossexuais brasileiros e estrangeiros. A iniciativa, explicou Paiva, era mobilizar os homossexuais e simpatizantes. Até o momento da publicação, mais de duzentas mensagens existiam na página.

Em outubro de 2021, quase 26 anos depois, 8,2 mil pessoas já curtiram o vídeo no YouTube da #ParadaSPAoVivo, e mais de 89 mil visualizações foram contabilizadas pela plataforma.

A Parada do Orgulho LGBT+ de São Paulo é um marco considerável para a luta anti-homofobia no Brasil. As docentes Ângela Smaniotto Chiochetta e Daniella Tebar Avena, em artigo publicado em 2006, após estudo das edições realizadas entre 2000 e 2005, atentam para a

percepção de que a conscientização e a educação para o respeito à diversidade, presentes naquele momento, buscavam frutos positivos na erradicação do preconceito. No mesmo ano em que publicaram o estudo, a manifestação atingiu um número recorde de participantes. Como bem lembra Antonio Alonso, em texto publicado em 2019 no portal da Fundação Perseu Abramo, os 2,5 milhões de participantes naquele ano levaram o evento ao Livro dos Recordes, como o maior do gênero no mundo.

Homofobia, preconceito e discriminação são três conceitos que merecem atenção ao remontar essa história, e estão interligados. O desembargador federal e pós-doutor Roger Raupp Rios, em 2007, expressou os seus significados em palavras. A homofobia, segundo ele, é uma modalidade de preconceito e de discriminação contra os homossexuais. O preconceito, por sua vez, são percepções mentais negativas de indivíduos e de grupos socialmente inferiorizados, e das suas representações sociais. Por discriminação, ele define como a materialização de atitudes arbitrárias, comissivas ou omissivas no contexto das relações sociais, desde que relacionadas ao preconceito e violação de direitos de indivíduos e grupos.

Já Daniel Borrillo, em 2010, apresentou outra definição, menos cunhada pelas relações sociais e mais assinalada pela expressão da identidade. Segundo ele, a homofobia é o resultado da dimensão pública da homossexualidade. Ou seja, ela existe quando os indivíduos caracterizados como homossexuais, que são tolerados apenas quando sujeitos a um lugar marginal e silencioso, reivindicam publicamente a equivalência entre sua identidade e a heterossexualidade.

A Parada do Orgulho LGBTQ+, partindo da teoria de Borrillo, é a concretização da consciência sobre a dimensão pública da

homossexualidade e a consequente homofobia resultante em indivíduos. O termo ‘orgulho’, definido pelo dicionário Michaelis como “sentimento de respeito que alguém sente por si mesmo”, dá conta de mostrar que se trata de uma oposição coletiva às críticas que aqueles ali presentes recebem ou receberam de outros atores sociais.

Para Fabio Ortolano, na época de seu artigo, em 2007, membro do Grupo de Estudos e Pesquisa em Psicologia Política, Políticas Públicas e Multiculturalismo da Universidade de São Paulo, a Parada do Orgulho LGBT+ pode proporcionar e promover a emancipação de identidades. Tradicionalmente no mês de junho, é também um símbolo do que é conhecido como o mês do orgulho, um apelido dado a este período de 30 dias principalmente por duas datas: o Dia Internacional do Orgulho LGBT+, celebrado no dia 28 daquele mês, e a própria Parada - termo que, segundo o mesmo dicionário Michaelis, diz respeito a qualquer desfile civil, mas que já é um apelido conhecido para esta manifestação específica.

A data de 28 de junho, segundo Jandira Queiroz, em publicação de 2019 no site da Anistia Internacional, representa um episódio ocorrido em Nova Iorque, em 1969, no qual os clientes do bar Stonewall Inn reagiram à uma batida policial dentre as tantas frequentes naquele local, que era comumente frequentado por gays, lésbicas e transexuais na época. Tal manifestação resultou na organização daquela que é considerada a 1ª parada do orgulho LGBT, realizada no dia 1º de julho de 1970.

Ao tratar da temática LGBTQIA+ é importante notar também que há uma evolução dentro dos próprios grupos representados pela causa do que deve ser combatido. Todos os anos, a Parada apresenta um tema central. Na primeira edição, como bem recorda Alonso, foi descrito

como “Somos muitos, estamos em várias profissões”. Em 2021, diz Garcia, o tema foi “Ame mais, cuide mais, viva mais”, para tratar da AIDS, a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, cujo programa de combate na cidade de São Paulo foi articulado por ativistas LGBT já que desde o momento de sua descoberta foi associada à comunidade gay, como cita Parker em entrevista de 2019.

Ainda sobre os diferentes grupos, a causa levantada pela Parada do Orgulho LGBTQIA+ tem uma bandeira, mas esta mesma bandeira tem variações e novos delineamentos. Isso porque ao longo dos anos, desde a primeira Parada, a ideia de ser um indivíduo LGBT sofreu alterações. Hoje a própria sigla incorporou outras denominações além do símbolo mais (+), representando todas as demais definições. Pertencer a esta “comunidade” tem sido uma discussão que ganha novos aspectos.

A diferença entre identidade de gênero e orientação sexual, por exemplo, é um ponto fundamental para pautar as ações na luta anti-homofobia. Enquanto a identidade de gênero trata de gênero e das suas variações, a orientação sexual está relacionada às relações humanas. E vale citar que em uma das primeiras obras sobre sexo (indicar nome completo da obra), Alfred Kinsey, apontado por Beverly Whipple como um dos pioneiros das pesquisas sexuais, já mencionava ao menos sete níveis de observação da orientação sexual humana. A fala de Whipple é encontrada em matéria de Álvaro Oppermann, de 2016, publicada na revista Super Interessante, que traz uma breve biografia do cientista e as polêmicas que o cercam.

Aline Beckmann Menezes, Regina Célia Souza Brito e Alda Loureiro Henriques, por sua vez, em artigo de 2010, defendem o estudo da orientação sexual humana como um fenômeno complexo e descrevem os sete níveis de observação propostos por Kinsey, entre outras

definições ao longo da história de pesquisas sobre a sexualidade humana. De Kinsey, e a sua pesquisa publicada em 1948 nos Estados Unidos com o apoio de colaboradores, trazem as classificações que um indivíduo poderia assumir: (1) Exclusivamente heterossexual; (2) Predominantemente heterossexual com episódios raros de homossexualidade; (3) Predominantemente heterossexual com múltiplos episódios de homossexualidade; (4) Tanto heterossexual quanto homossexual; (5) Predominantemente homossexual com múltiplos episódios de heterossexualidade; (6) Predominantemente homossexual com episódios raros de heterossexualidade; (7) Exclusivamente homossexual.

Uma e outra definição – identidade de gênero e orientação sexual – são consideradas quando se fala em uma pessoa LGBTI+. Ser LGBTI+, portanto, é definido como qualquer pessoa cuja a identidade de gênero e/ou orientação sexual diferente da cultura cisgênero e heterossexual predominantemente ativa na sociedade e nas relações contemporâneas.

Quando criou a primeira bandeira do arco-íris para representar a homossexualidade, em 1978, o estadunidense Gilbert Baker queria transmitir a ideia de diversidade e inclusão, se apropriando de um símbolo da natureza para representar que a sexualidade é um direito humano, como lembra uma matéria da emissora britânica de televisão BBC após sua morte, em 2017. Dois anos antes, o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque classificou a bandeira de "poderoso marco histórico do design".

Hoje, há bandeiras para representar os diferentes grupos dentro da comunidade, já também chamada de LGBTI+ pela Aliança Nacional LGBTI+, uma organização da sociedade civil, pluripartidária e sem fins lucrativos, e de LGBTI pela Organização das Nações Unidas. Como não

há consenso, a matéria do portal da revista Galileu, em junho de 2021, traz como título “Quais são as bandeiras LGBTQIA+ e o que elas significam?” adicionando ainda mais uma letra à sigla. Em seu conteúdo, nove bandeiras são apresentadas.

É importante destacar que o contemporâneo é o momento em que essa discussão se faz presente. O pós-doutor em Saúde Mental Paulo Rennes Marçal Ribeiro publicou artigo em 2005 com o título sugestivo: “A sexualidade também tem história”. O autor explicita, já na introdução, que o pensamento sexual ocidental hoje é fruto do século XIX e não tem relação com as práticas e atitudes sexuais de períodos anteriores - Antiguidade, Idade Média e Idade Moderna são por ele citados. Ribeiro cita, também, que o próprio conceito de sexualidade - “um conjunto de fatos, sentimentos e percepções vinculados ao sexo ou à vida sexual” - foi criado no século XIX como referência do saber sexual que, por sua vez, é fruto da manifestação sexual verbal e escrita.

Ainda, há que se deixar claro que a homossexualidade, no que diz respeito às relações sexuais entre dois homens ou duas mulheres, não é um fato novo na história da humanidade, embora, como fala Amílcar Torrão Filho em seu livro, não seja fácil remontar as narrativas biográficas que tragam à tona experiências de pessoas famosas na história, uma vez que aqueles que com essas personalidades conviveram muitas vezes se recusam a dar declarações sobre as suas vidas sexuais.

Figuras importantes da história são relatadas, no entanto, como homossexuais ou bissexuais. Alexandre, o Grande e Júlio César são apenas dois dos exemplos presentes no livro de Torrão Filho. Independentemente se as relações fossem públicas e duradouras ou pontuais e restritas à vida privada de cada indivíduo, havia em algumas

dessas sociedades a livre expressão da sexualidade para além da relação com o gênero oposto.

A retomada a este ponto e a interpretação dessa evolução histórica, de uma sociedade que aceitava ou, ao menos, ignorava a homossexualidade de um indivíduo para outra em que há riscos de morte e danos para aquele que se enquadra nas mesmas circunstâncias é o que dita a necessidade de uma contínua naturalização do direito de ser LGBTI+. Assim como se perdeu, em algum momento da história, a naturalidade ou a ignorância à homossexualidade alheia, uma vez que novas naturalizações tenham sido conquistadas, elas podem ser novamente retiradas das características sociais predominantes e retornar aos ostracismo de uma sociedade ditada pela heteronormatividade.

Em uma entrevista concedida a Vinicius Ferreira e Roberto Abib em 2019, Richard Parker comenta a influência dos meios digitais neste assunto. Segundo ele, a globalização da sexualidade e a velocidade do digital permitiram transformações das identidades LGBT, porém não propiciaram “mudanças nos sistemas de exclusão, de desigualdades, de discriminação e de formação de estigas desses sujeitos”.

É neste contexto que urge como fundamental a realização das Paradas LGBTI+ 2020 e 2021, mesmo que impactadas como tantos outros eventos culturais, pela inviável realização em um espaço físico como a Avenida Paulista em São Paulo devido ao contexto da crise sanitária do coronavírus, no qual o distanciamento social é parte inegociável para a solução do problema, conforme orientações da Organização Mundial da Saúde.

A rede, no seu sentido explicado por Martha Gabriel (2019), de tecnologia que coloca os indivíduos juntos virtualmente, neste

contexto, surgiu como a solução para a continuidade das celebrações que marcam o mês do orgulho e a sua consequente importância na luta contra a homofobia. E como é também o nome da rede mundial de computadores, a internet, foi esta a ferramenta escolhida pela APOLGBT-SP.

Em 2020, mais precisamente no dia 14 de junho, a organização da Parada do Orgulho LGBTQIA+ realizou, de forma totalmente remota, a edição anual da manifestação, com oito horas de duração. Com isso, evitou-se uma interrupção na linha cronológica anual do evento, que perdura desde a primeira edição.

Vale notar que a edição de 2020 da Parada foi a primeira cujo território não foi a cidade de São Paulo, mas que por se tratar de uma nova edição da Parada paulistana, a hashtag #ParadaSPAoVivo estava presente tanto no logo da iniciativa como no título de sua publicação no YouTube. Essa diferenciação é importante para que esta edição, uma continuidade na cronologia histórica da Parada em São Paulo, mantivesse a sua relação com o evento de origem, uma vez que outras paradas também existem no país com o mesmo objetivo de reunir adeptos em torno da causa LGBTQIA+.

O território no contexto de manifestações sociais é um ponto importante para Alfredo Falero. O autor explica em um capítulo do livro “Movimentos Sociais na Era Global” que estudiosos do tema apontam para a espacialização como fator determinante para a compreensão dos movimentos sociais, pois os contextos afetam as práticas coletivas.

Ao considerar que todas as manifestações compreendidas neste estudo correspondem à Parada do Orgulho LGBT+ em São Paulo, a veiculação das mesmas no ambiente on-line nos anos 2020 e 2021 rompeu ainda com a barreira imposta pela territorialização,

influenciando uma infinidade de contextos políticos e culturais. Não se trata de defender ou de acreditar que a única Parada com influência no Brasil seja essa realizada em São Paulo, mas que o reconhecimento da importância das demais manifestações em diferentes cidades do país não desqualifica a Parada de São Paulo como a de maior notoriedade, fator determinante para ser o objeto deste estudo e que também fez dela a iniciativa a ganhar uma edição on-line para sua continuidade.

Ainda em relação à espacialização, os arquitetos e doutores Rodrigo Firmino e Fábio Duarte (2008) defendem que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TDICs) interferem nos conceitos de territorialidade das cidades, pois as noções de espaço são alteradas e a limitação regional perde sua força. Se antes, com as redes sociais, a mensagem da Parada em São Paulo já era propagada para todo e qualquer lugar com um indivíduo dotado de acesso à internet, com as edições transmitidas on-line, toda a sua realização veio romper com essa barreira. A relação intangível entre o espaço físico e o fluxo de dados e informações leva ao que esses autores denominam de espaço ampliado, cuja existência não depende de vontade ou crença de indivíduos ou grupos, e sequer tem sua ocorrência perceptível.

Outro ponto a ser considerado no que diz respeito ao território, é que os diferentes espaços onde a Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo chegou, por meio da rede, embora estejamos falando de uma transmissão em vídeo via YouTube, não são passivos e puramente consumidores da mensagem. Para explicar isso, podemos recorrer a Pollyana Ferrari (2020), que no livro “Nós: tecnoconsequências sobre o humano”, falou sobre o quão fundamental é “compreendermos o caráter rizomático da rede para analisarmos algumas transformações que estão em curso”. A autora cita, entre outros exemplos, os movimentos sociais

e políticos contemporâneos, que estão inseridos num contexto de horizontalidade da comunicação e a quebra com o tradicional “emissor e muitos receptores”. Embora espectadores, aqueles que assistiram à Parada em 2020 e 2021 também foram agentes de compartilhamento de informações por meio das demais redes que instantaneamente foram incluídas no evento. A hashtag #ParadaSPAoVivo, segundo reportagem de Eduardo Sorrentino no site Olhar Digital, esteve em 2020 entre os assuntos mais comentados do mundo nas redes sociais

Embora o sociólogo Zygmunt Bauman, ao tratar do amor líquido, coloca as relações on-line como propícias para a liquidez deste tempo, neste caso específico não falamos de uma opção pelo ambiente remoto, mas sim de uma situação forçada pelo contexto histórico e social. Nunca foi tão fácil explicar o quanto o real e o virtual são compatíveis, como nas teorias elaboradas pelo escritor Clay Shirky, embora não estejamos falando do viver conectado, e sim de um ato por conexão forçada pelo contexto, que tornou os rituais do mundo off-line possíveis apenas por meio da rede.

Independentemente de as edições on-line se tratarem de uma exceção à regra do que vinha sido construída como uma manifestação dentro de uma territorialidade específica, fato é que a sua realização no ambiente on-line a tornou real em uma infinidade de lares antes só atingidos pelas mensagens nos meios de comunicação e redes sociais. A participação, uma vez possível estando na Avenida Paulista, em São Paulo, por pelo menos dois anos, se tornou viável de qualquer espaço aberto ou fechado com uma conexão de internet e uma tela.

A socióloga Maria da Glória Gohn (2012) conclui, ao analisar os estudos sobre as manifestações sociais neste século, que a Teoria da Mobilização Política está presente nas pesquisas da primeira década e

nela os movimentos sociais não são fenômenos extraordinários, mas têm o papel de expressar as reivindicações dos cidadãos e se tornaram formas rotineiras de participação política. Essa rotina, uma vez não interrompida pelo advento do isolamento social, faz com que o exercício da participação política tenha sido mantido pela realização da Parada no ambiente on-line.

Reunindo as teorias sobre o espaço e o território, com esta que trata da participação política, nos encontramos diante de uma expansão do fazer política no que diz respeito à causa LGBTQIA+. A política, neste contexto aqui narrado, se fez de forma descentralizada.

O que reúne a todos os atores deste ato político são as visualizações, curtidas e comentários nos vídeos - e também a propagação da hashtag pelas demais redes sociais, como citado acima. As interações, quando calculadas, se tornam métricas para avaliar se um produto ou serviço alcançou, por meio digital, o boca a boca - um conceito de Jonah Berger (2014), em seu livro “Contágio: por que as coisas pegam?”, que indica que os consumidores falaram sobre algo a outras pessoas. Berger afirma que uma vez alcançado esse estágio, em que pessoas falam de sua ideia ou compartilham o seu conteúdo, as redes sociais espalham tal informação como um vírus e tornam o produto ou ideia popular neste processo. Para uma manifestação social, isso é fundamental para a mudança.

Para alcançar o boca a boca, Berger lista cinco princípios: moeda social, gatilhos, emoção, público e valor prático. Destaca-se aqui a emoção, que segundo o autor não precisa ser necessariamente positiva para alcançar o estágio da divulgação. Um experimento mostrou a ele que tanto a raiva quanto o humor em escalas elevadas levaram a um maior compartilhamento e alavancaram a transmissão da mensagem.

Toda a estrutura que resultou na Parada de 2020 foi organizada de forma que o isolamento social não interferisse na participação de muitos indivíduos notórios da comunidade LGBTQIA+ no Brasil. Esta seleção de figuras notórias, no entanto, não esteve livre de características típicas da sociedade do espetáculo on-line na qual vivemos mas sim, foi constituída por pessoas conhecidas como influenciadores por terem sua expressão no ambiente on-line calculada por volume de seguidores e interações nas redes sociais - métricas semelhantes em outras redes sociais às do YouTube que indicam que a Parada tenha atingido o estágio de boca a boca.

As mesmas redes sociais que tornam um indivíduo ou instituição livre do intermédio necessário da imprensa para abrir caminho de diálogo com seus públicos de interesse e que por eles se interessam, também transformam a notoriedade no ambiente on-line como resultado das métricas disponíveis nessas redes.

Os influenciadores, como o próprio termo insinua, influenciam. Issaaf Karhawi (incluir a obra e a página de onde a citação foi retirada como nota de rodapé) cita um pensamento de Foucault acerca da criação de palavras, de que um discurso sobre qualquer coisa só é possível após “uma certa regularidade desse acontecimento enunciativo”, para explicar que o termo passou a ser usado, a partir de 2015, por refletir, entre outros aspectos, o poder de influência sobre a mídia.

Um ponto notório na discussão sobre os influenciadores que estiveram presentes nas edições da Parada do Orgulho LGBTQIA+ de 2020 e 2021 é que se nestes anos foram eles os selecionados, a cada ano outros o foram. Apenas uma conversa com a equipe de organização do evento ano após ano seria capaz de trazer à luz os motivos que levaram às diferentes escolhas. Mas é fato que uma lista das personalidades

selecionadas mostraria que, a cada ano, elas estavam entre as que representavam uma possibilidade de ter maior voz naquele período, dada sua oportuna influência. Isso demonstra, também, o quanto a continuidade da manifestação é importante neste momento. Isso porque estamos em um período no qual muitos indivíduos LGBTQIA+ já romperam as barreiras da comunidade e são conhecidos nacional ou mundialmente a partir das suas identidades, enquanto cidadãos integrantes da comunidade LGBTQIA+ e não apesar delas.

Pablo Vittar, Gloria Groove, Rita von Hunty, Ikaro Kadoshi, Silvetty Montilla, Lorelay Fox, entre outras personalidades estão neste grupo de artistas cuja exposição pública tem sido acompanhada de termos como *drag queen*, característico da comunidade LGBTQIA+ e que ganham páginas e telas além dela. Em artigo, Fabiano Eloy Atílio Batista e Glauber Soares Junior relatam que os artistas e as artistas da arte Drag se transformaram em figuras midiáticas oportunizadas em diferentes produtos midiáticos, e que agora podem ser vistos em programas de televisão, de rádio, no cinema, na internet e em capas de revistas de moda, como a Vogue, objeto de estudo dos autores.

Numa sociedade pautada pelo efêmero e o líquido, eventos que mantenham um determinado tópico presente no imaginário social são importantes. Assim, o tema não cai no esquecimento provocado pela velocidade das informações. Memes vão e vêm com uma rapidez impensável anteriormente graças à cultura das redes sociais, afinal, como mostram Luís Mauro Sá Martino e Rafael Grohmann (2017), eles dependem de “uma constante mudança e adaptação para garantirem sua permanência na cultura”. O mesmo acontece com fatos da política nacional e até mesmo as declarações do Presidente da República.

A enxurrada de informações às quais estamos expostos fazem com que as temáticas, sejam elas positivas ou negativas para a coletividade, se transformem em meros eventos a serem substituídos pelos próximos. Manter um debate que transforma o comportamento social, neste contexto, é um desafio. Fazer política ao estar presente numa manifestação social é um desafio. São esses os desafios, justamente que, uma vez usufruindo das redes para manter o debate anti-homofobia presente na sociedade, mostrou o benefício da tecnologia em rede, tantas vezes danosa para as relações afetivas e sociais entre indivíduos.

REFERÊNCIAS

- ALIANÇA LGBTI+. *Sobre nós*. Disponível em: <<http://aliancagbti.org.br/sobre/>>. Acesso em 26 de outubro de 2021, às 21h50.
- ALONSO, Antonio. *Parada LGBT de São Paulo começou em 1997 e está no Guinness*. Memória, Fundação Perseu Abramo, 2019. Disponível em: <<https://fpabramo.org.br/2019/06/23/parada-do-orgulho-lgbt-de-sao-paulo-comecou-em-1997-e-esta-no-guinness/>>. Acesso em 2 de outubro de 2021, às 16.
- BATISTA, Fabiano Eloy Atilio; SOARES JUNIOR, Glauber. *Montações e Representatividade: uma análise imagética de drag queens nas capas da revista de moda brasileira Vogue*. Revista Diálogos, v. 9, n. 2, 123 - 135, 2021.
- BAUMAN, Z. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BBC. *A história por trás da bandeira arco-íris, símbolo do orgulho LGBT*. 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-39466677>>. Acesso em 9 de outubro de 2021, às 11h.
- BERGER, J. *Contágio: por que as coisas pegam?* Tradução de Lúcia Brito. Rio de Janeiro: LeYa, 2014.
- BORRILLO, D. *Homofobia: história e crítica de um preconceito*. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

- CHIOCHETTA, Ângela Smaniotto; AVENA, Daniella Tebar. *Parada Gay de São Paulo: evento de compromisso social ou uma grande festa na Avenida Paulista?* Eventos e lazer. Caderno Virtual de Turismo, v. 6, n. 2, 11-18, 2006.
- FERRARI, Pollyana. O que nos faz humanos é a capacidade de amar. In.: FERRARI, Pollyana (Org.). *Nós: Tecnoconsequências sobre o humano [recurso eletrônico]*. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2020.
- FERREIRA, Vinicius; ABIB, Roberto. *Entrevista com Richard Parker*. Reciis, v. 13, n. 3, 618-633, 2019.
- FIRMINO, R.; DUARTE, F. *Cidade infiltrada, espaço ampliado: as tecnologias de informação e comunicação e as representações das espacialidades contemporâneas*. Arqitextos. 2008.
- GABRIEL, Martha. *Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital*. 3ª Reimpr. São Paulo: Atlas, 2019.
- GATTI, Beatriz; MONTEIRO, Luiza. *Quais são as bandeiras LGBTQIA+ e o que elas significam?* Revista Galileu, 2021. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2021/06/quais-sao-bandeiras-lgbtqia-e-o-que-elas-significam.html>>. Acesso em 9 de outubro de 2021, às 13h15.
- GOHN, Maria da Glória; BRINGEL, Breno M. *Movimentos sociais na era global*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- KARHAWI, Issaaf. *Influenciadores digitais: conceitos e práticas e, discussão*. Revista Comunicare, v. 17, 46-61, 2017.
- MARTINO, L. M. S.; GROHMANN, R. *A longa duração dos memes no ambiente digital: um estudo a partir de quatro geradores de imagens online*. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, v. 19, n. 1, p. 94-101, janeiro/abril de 2017.
- MENEZES, Aline Beckmann; BRITO, Regina Célia Souza; HENRIQUES, Alda Loureiro. *Relação entre gênero e orientação sexual a partir da perspectiva evolucionista*. Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 26, n. 2, 2010.
- MICHAELIS. *Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. 2021. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/>>. Acesso em 25 de setembro de 2021, às 21h.

- NAÇÕES UNIDAS. *O que é o Orgulho LGBTI para você?* 2021. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/tema/lgbti/>>. Acesso em 26 de outubro de 2021, às 22h.
- OPPERMANN, Álvaro. *Kinsey fala de sexo*. Super Interessante, 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/kinsey-fala-de-sexo/>>. Acesso em 10 de outubro, às 15h.
- ORTOLANO, Fabio. *Turismo e Hospitalidade: um olhar para a juventude nas paradas do orgulho LGBT*. Revista Gestão & Políticas Públicas, v. 2, n. 2, 314-330, 2012.
- PAIVA, Marcelo Rubens. *Primeira Parada Virtual de Orgulho Gay entra hoje na rede*. Folha de S. Paulo, 1997. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/1/20/ilustrada/10.html>>. Acesso em 10 de outubro de 2021, às 14h.
- PARADASP. #ParadaSPaoVivo - 1ª Parada Virtual do Orgulho LGBT+ de São Paulo. Youtube, 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Qki dg6b8GM8>>. Acesso em 11 de setembro de 2021, às 13h.
- _____. #ParadaSPaoVivo - 25ª Parada do Orgulho LGBT+ de São Paulo. Youtube, 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zQc fXsnvuMU>>. Acesso em 11 de setembro de 2021, às 15h.
- _____. Quem somos. 2021. Disponível em: <<http://paradasp.org.br/quem-somos/>>. Acesso em 12 de setembro de 2021, às 10h.
- QUEIROZ, J. 28 de junho – *Dia do Orgulho LGBTI*, Blog, Anistia Internacional, 2019. Disponível em: <<https://anistia.org.br/28-de-junho-dia-orgulho-lgbti/>>. Acesso em 13 de setembro de 2019, às 17h30.
- RIBEIRO, Paulo Rennes Marçal. *A sexualidade também tem história: comportamentos e atitudes sexuais através dos tempos*. In.: BORTOLOZZI, Ana Cláudia; MAIA, Ari Fernando (Org). *Sexualidade e infância*. Bauru: FC/CECEMCA; Brasília: MEC/SEF, 2005, p.17-32.
- RIOS, R. R. O conceito de homofobia na perspectiva dos direitos humanos e no contexto dos estudos sobre preconceito e discriminação, 2007. In: POCAHY, F. (org.). *Rompendo o silêncio: homofobia e heterossexismo na sociedade contemporânea*. Porto Alegre: Nuances, 2007. P. 27-48.
- SHIRKY, C. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SORRENTINO, Eduardo. *25ª Parada Gay de São Paulo vai ser totalmente virtual*. Olhar Digital, 2021. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/06/06/internet-e-redes-sociais/25a-parada-gay-de-sao-paulo-vai-ser-totalmente-virtual/#ParadaSPaoVivo>>. Acesso em 12 de setembro de 2021, às 14h.

TORRÃO FILHO, Amílcar. *Tribades galantes, fanchonos militantes: homossexuais que fizeram história*. São Paulo: Summus, 2000.

TRINDADE, Ronaldo. *O mito da Multidão: uma breve história da Parada Gay de São Paulo*. Niterói, v. 11, n. 2, 73-97, 2011.

A série: Sense8 (EUA, 2015)

A primeira vez que estive presente em uma Parada do Orgulho LGBTQ+ em São Paulo, fui surpreendido pela não planejada saída da estação do metrô tão logo passou o trio elétrico que carregava os atores da série *Sense8*, da Netflix. Eu fui atrás, como fã que era da série. Ao assistir ao episódio “Isolados em cima, conectados embaixo”, o sexto da segunda temporada, vi que assim como em muitas outras situações da história, os personagens estavam juntos apenas em pensamento naquele local – embora com meus olhos eu os tenha visto fisicamente. Na série, essa conexão se dava de forma neural, mas todos os personagens conectados pelo “nascimento” eram capazes de sentir, e não apenas saber o que o outro pensava.

Quando penso nas edições da Parada do Orgulho LGBTQ+ on-line em 2020 e 2021, penso na conexão dos *sensates*. Assim como eles, nós, pessoas LGBTQ+, não estivemos reunidos fisicamente na Avenida Paulista, mas sentimos e compartilhamos um mesmo ideal: e participamos mesmo que de forma remota daquele importante momento.

Onde assistir: Netflix

Box musical:

“Indestrutível” – Pablo Vittar

“Flutua” – Johnny Hooker feat. Liniker

“Meninos e Meninas” - João

“Todo o Amor Que Houver Nessa Vida” - Cazuzza

2

REDES E CONSUMO: UMA REALIDADE VIRTUAL CONTEMPORÂNEA

Claudir Segura¹

Adriana Lima de Oliveira²

INTRODUÇÃO

Em 2015, o IPEA lançou o relatório *Megatendências Mundiais 2030*³ em que apresentava cinco áreas de interesse para os novos empreendimentos futuros: população e sociedade, geopolítica, ciência e tecnologia, economia e meio ambiente. Além da intensificação da urbanização, da instabilidade das relações internacionais e do aumento dos fluxos de capital em uma economia global interconectada, o destaque foi para a aceleração do desenvolvimento tecnológico e a influência das tecnologias da informação e comunicação (TICs) na natureza do trabalho, nas estruturas de produção, na educação e na relação entre pessoas e lazer. A pandemia do Covid-19 adiantou essa etapa em pelo menos uma década, a crise sanitária transformou-se em

1 Doutor em Processos Cognitivos e Ambientes Digitais, área de concentração de pesquisa - Design digital e inteligência coletiva pela PUC-SP. Mestre em Design e Arquitetura pela FAU-SP. Pós-graduado e graduado em Marketing pela ESPM-SP. É professor na PUC-SP, e Prof. Convidado nos núcleos de pós-graduação do Centro Universitário Belas Artes e SENAC-SP. É Adobe Education Leader, Adobe Partner by Design e Adobe Creative Educator, com atuação no ensino de ferramentas tecnológicas voltadas a área de Comunicação, Design e Internet. E-mail: csegura@pucsp.br

2 Doutora e Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM | ESPM-SP, Doutorado Sanduíche em Comunicação e Mídia na Universidade Nova de Lisboa (Cic-Digital FCSH | UNL), Pós-graduação em Gestão da Comunicação, Política, Educação e Cultura pela ECA-USP e graduada em Comunicação Social com especialização em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhembimorumbi. E-mail: publicidade.dri@gmail.com

3 Marcial, E.C. (org.). *Megatendências Mundiais 2030: o que entidades e personalidades internacionais pensam sobre o futuro do mundo? Contribuição para um debate de longo prazo para o Brasil*. Brasília: Ipea, 2015.

um divisor de águas no acesso e no uso dessas tecnologias. Embora o crescimento em automação e robótica tenha sido o carro-chefe da chamada Industrialização 4.0⁴, seu alcance foi ampliado com a geração de informação em grandes bases de dados aceleradas devido às medidas preventivas de distanciamento social. Se antes havia dúvida de que a internet seria a espinha dorsal das economias em desenvolvimento, ela se tornou essencial, demandando um olhar atento para os problemas estruturais de educação e acesso, bem como para a falta de infraestrutura energética adequada.

Diante desse quadro, quando pensamos em regiões muito pobres, dadas às condições de estrutura e infraestrutura desiguais e precárias, logo imaginamos pessoas excluídas da chamada sociedade da informação. Essa imagem merece revisão, considerando os movimentos globais de produção e consumo nesta nova economia baseada em dados. Isso significa dizer, por exemplo, refugiados do Quênia, vivendo nas margens de nosso sistema econômico global, podem ser recrutados para trabalhar em grandes companhias que estão na vanguarda das tecnologias. Embora estejam muito longe do Vale do Silício, os chamados *clickworks*⁵, podem trabalhar para a manutenção desse sistema. Este movimento já tem nome, trata-se da chamada *Gig Economy*⁶ que emerge de uma discussão mais ampla sobre as novas

4 Indústria 4.0 também chamada de Quarta Revolução Industrial, engloba um amplo sistema de tecnologias avançadas como inteligência artificial, robótica, internet das coisas e computação na nuvem que estão mudando as formas de produção e os modelos de negócios no Brasil e no mundo. Ver mais em Portal da Indústria. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/industria-4-0/>>. Acesso em: 03/10/2021.

5 Jones, Phil. Refugees help power machine learning advances at Microsoft, Facebook, and Amazon. Rest of World. s/d. Disponível em: <<https://restofworld.org/2021/refugees-machine-learning-big-tech/>>. Acesso em: 03/10/2021.

6 GIG, a uberização do trabalho. Documentário, 2019. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/gig/>>. Acesso em: 03/10/2021.

formas de trabalho no futuro e como repensamos a ideia de desenvolvimento econômico. Está se tornando cada vez maior o número de empresas e empreendimentos de impacto tecnológico que usam o *microtrabalho* para alcançar segmentos antes inacessíveis da força de trabalho global.

Por outro lado, jovens de comunidades carentes no Brasil sonham com uma carreira no mundo dos *games* para ter um futuro melhor. Segundo levantamento do Instituto DataFavela⁷, praticamente todos (96%) os jovens moradores de comunidade em todo o Brasil gostariam de ser *gamers* profissionais. Se antes era o futebol que inspirava as novas gerações, hoje os *gamers* servem de modelo de carreira bem-sucedida. Os homens, majoritariamente os jovens e com renda de até um salário mínimo são os que mais demonstram esse desejo. A maioria (98%) tem o celular como principal meio para acessar a internet e apenas 6% possuem plano de internet pós-pago. Esse aparente paradoxo entre as diferentes formas de acesso e o uso das tecnologias em um ambiente global conectado nos mostra o quanto ainda precisamos avançar na compreensão desse cenário em que a virtualidade e a experiência remota passaram a determinar novos modos de produção e consumo.

Neste artigo discutiremos como o consumo, enquanto prática sociocultural e como parte do processo de produção econômica global, é fortemente impactado pela tecnologia e se transforma com a emergência da virtualidade. Quando tratamos da economia de dados, também estamos nos referindo ao consumo de dados. E essa quebra de barreira entre produção, distribuição e consumo promovida pelo

7 Goeking, W. Jovens de comunidades sonham com carreira no mundo dos games para ter um futuro melhor. Valor Investe, 23/09/2021. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2021/09/23/jovens-de-comunidades-sonham-com-carreira-no-mundo-dos-games-para-ter-um-futuro-melhor.ghtml>>. Acesso em: 03/10/2021.

digital, constitui uma nova forma de pensar o consumo nos dias de hoje, principalmente quando vivenciamos a aceleração do futuro, dadas as condições impostas pela pandemia do Covid-19.

A pergunta que nos motiva nesta pesquisa é como podemos conceber o consumo contemporâneo? E para respondê-la precisamos compreender o consumo como um objeto rodeado de questionamentos e conceitos imprecisos. Por isso, como forma de nos situarmos no momento presente, passaremos pelos principais aportes teóricos acerca do consumo para, na sequência, identificarmos as demandas de uma nova realidade virtualizada. Assim, apresentamos como objetivo principal identificar os indicadores que representam e fundamentam o consumo na contemporaneidade, tomando como base a disposição e o uso de ferramentas de realidade virtual. Consideramos a pandemia como um contexto acelerador na integração dessas ferramentas em diferentes meios, como suporte tanto para a produção quanto para o consumo. E como objetivos específicos: (i) contextualizar as culturas do consumo em perspectivas com os avanços tecnológicos; (ii) compreender as diferentes visões, níveis e escalas no consumo de tecnologia e (iii) refletir sobre o impacto da tecnologia virtual nas formas de produção e no contexto do consumo contemporâneo.

O *corpus* definido para esta pesquisa é constituído pelo mapeamento das pesquisas de mercado que foram divulgadas no período de março de 2020 a julho de 2021 que apresentam as principais tendências de consumo pós-pandemia. Utilizamos o conceito de *biosmidiático* (SODRÉ, 2014) para caracterizar o cenário em que se insere o consumo, composto por redes, fluxos e mídia. Esses termos serão aplicados na análise dos conteúdos das principais tendências de consumo pós-pandemia apresentadas pelo mercado. O quadro

resultante do mapeamento dessas tendências servirá de base para a reflexão sobre o consumo contemporâneo e o impacto da virtualidade nesta nova dinâmica produtiva.

O quadro referencial teórico que nos auxilia nesta análise parte dos estudos de consumo (Baccega, Bauman e Canclini) para localizarmos o nosso objeto de investigação e, de forma complementar, utilizarmos a definição de redes (Jenkins, Lemos e Castells), com vistas a colocar em perspectiva a automação da produção e os feitos sociais gerados que influenciam o consumo.

O artigo é apresentado em três partes: a primeira traz a contextualização das lógicas de consumo e as mudanças proporcionadas pelo cenário pandêmico. A segunda avança com a compreensão das tecnologias da informação e comunicação como indutoras de inovação e novas formas de produção e consumo. E na terceira, analisaremos a virtualidade como possibilidade para novas experiências de consumo. Embora a demanda pelo virtual não seja universal, quer dizer, depende de maior ou menor mobilidade de acesso e habilidade no uso dessas novas ferramentas, o avanço e a diminuição dos custos envolvidos no mercado da inovação e a disseminação do *mobile* em um mercado global conectado, nos permite repensar as experiências de consumo contemporâneas. A conclusão deste trabalho aponta para o entendimento de consumos, no plural, e não mais de consumo como forma de refletir sobre a realidade presente e futura.

CONSUMO ONTEM, HOJE E SEMPRE

Compreender o consumo nos dias atuais requer contextualizar as diferentes manifestações a seu respeito e situarmos o ponto de partida

para esta análise. É um território em que a estereotipia ocupa lugar de destaque (BACCEGA, 2009), o que compromete a construção de massa crítica sobre o tema. Partimos do conceito de consumo como cidadania (BACCEGA, 2009; CANCLINI 2008) em que o sujeito tem garantido o seu direito ao exercício das práticas sociais e culturais que lhe dão sentido de pertencimento (CANCLINI, 2008). Entre esses direitos está o de consumir, sejam bens materiais, sejam bens simbólicos.

Neste sentido, “há de se entender o mercado não apenas como simples lugar de troca de mercadorias, mas como território de interações, no qual espaços de escolha, de diálogo entre sujeitos, de satisfação das necessidades materiais e culturais escrevem a complexidade da sociedade contemporânea” (BACCEGA, 2009, p. 03). Na sociedade de consumidores (BAUMAN, 2008 (falta inserir a página de onde a citação foi tirada.)), consumir significa investir no próprio pertencimento à sociedade e, portanto, tornar-se uma mercadoria “vendável”. Para tanto, a interrelação comunicação e consumo aponta para fatores classificatórios e definidores de modos de vida.

Simulacro, imagem, estética, divulgação intensa de produtos dada à necessidade de produção e consumo rápidos desenham também o território dos meios de comunicação e sua participação na trama cultural. Logo, comunicação e consumo caminham juntos. (...) Mas ser consumidor não é um processo isolado: relaciona-se com todos os contextos sociais. Suas representações, seus valores perpassam as diversas esferas de atividade. O processo de consumo revela-se como um conjunto de comportamentos com os quais o sujeito consumidor recolhe e amplia, em seu âmbito privado, do modo que ele for capaz de ressignificar, as mudanças culturais da sociedade em seu conjunto e que ele vivencia, predominantemente, através dos meios de comunicação (BACCEGA, 2009, p. 05-06).

Outra característica importante quando se pensa o consumo é a sua relação com a produção na constituição do sujeito. Em outras palavras, “embora a necessidade esteja presente no consumo, ainda assim podemos dizer que a produção cria o consumidor, assim como o consumidor cria a produção” (BACCEGA, 2009, p. 07). Isso significa dizer que as formas de satisfação das necessidades e desejos se apresentam distintas dependendo das condições sociais e históricas do sujeito. A consciência da necessidade depende dos bens ofertados, de modo que toda mudança nos modos de produção acarreta uma mudança no consumo. De forma consequente, qualquer transformação nos hábitos e comportamentos de consumo, gera uma transformação nos meios de produção. Esse é o processo que alimenta a economia. Os relatórios de tendência são cada vez mais acionados para identificar as mudanças nos padrões de consumo para direcionar seus produtos e serviços para um mercado emergente ou potencial. Mas essa instrumentalização do conhecimento sobre as demandas de consumo e os modos de consumir devem ser revistas devido à complexidade intrínseca nas esferas de valor simbólico que condicionam a existência, a circulação e o uso dos objetos. Essa correspondência do tipo *estímulo-resposta* relacionada ao consumo não é nem mecânica e nem natural, mais do que isso, é um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos e serviços.

Zygmunt Bauman (2008) faz uma distinção entre o que chamou de sociedade de produtores e sociedade de consumidores. A primeira representaria a fase *sólida* da modernidade, orientada basicamente para a *segurança*. “Neste sentido, a posse de um grande volume de bens implicava ou insinuava uma existência segura, imune aos futuros caprichos do destino” (BAUMAN, 2008, p. 42). Na segunda, observamos

a fase *líquida* da modernidade, em que a segurança dá lugar à *intensidade de desejos* sempre crescentes, “o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la” (BAUMAN, 2008, p. 44). Esse cenário entre os elementos de solidez e liquidez na sociedade contemporânea ganham novos contornos com o impacto das TICs que tornou possível a instalação de uma economia baseada na informação, no conhecimento e na criatividade. Hoje, os meios de produção não estão mais fora do sujeito, como na imagem do trabalho nas fábricas, e sim, foram incorporados ao próprio sujeito. O conceito de empreendedor contemporâneo é a imagem mais bem acabada deste sujeito que faz uso da tecnologia tanto para maximizar as suas habilidades de produção quanto para torná-las vendáveis por meio da comunicação e estímulo ao consumo.

Diante de tal cenário - em que o imperativo da escolha se confunde com liberdade e determina o seu sucesso ou o fracasso - uma grande parcela dos estudos sobre consumo apontam o *mercado* como o verdadeiro detentor do poder soberano, antes reputado ao *Estado*. Contudo, retomamos as ideias de Baccega e Canclini sobre *consumo como cidadania* para determinarmos outra perspectiva de análise sobre a sociedade de consumo.

As mudanças na maneira de consumir alteram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania. (...) Homens e mulheres perceberam que muitas das perguntas próprias dos cidadãos - a que lugar pertença e que direitos isso me dá, como posso me afirmar, quem representa meus interesses - recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos (CANCLINI, 2008, p. 29).

O autor nos ajuda a compreender a necessidade do acesso simultâneo aos bens materiais e simbólicos vir acompanhados de um exercício global e pleno de cidadania. Talvez devêssemos nos perguntar, como sugestão, "se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos" (CANCLINI, 2008, p. 42). O espaço público, próprio das interações políticas, dá lugar ao espaço midiático, fortemente impactado pelos interesses do mercado. Consumir é, portanto, "participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e os modos de usá-lo" (idem, p. 62).

Neste sistema capitalista global e eletrônico, caberia apontar a rede (CASTELLS, 1999) como promessa de horizontalidade e participação? Segundo Canclini (2020), nossas opiniões e comportamentos capturados por algoritmos estão subordinados às demandas de corporações globalizadas. Entretanto, seria possível sem as redes os movimentos como MeToo⁸ ou a colaboração remota em investigações científicas ou experimentar uma exposição artística à distância? Embora seja creditado na conta da globalização, a responsabilidade pelo desemprego em massa, a questão da migração, a diminuição dos benefícios sociais, a multiplicação de *fake news* e o monitoramento da privacidade; as tecnologias digitais, associadas à globalização socioeconômica e cultural, fomenta a certeza de que ganhamos mais do que perdemos. Mais informação e entretenimento diversificado, espaços para debater e participar, o acesso a bens, mensagens e serviços que não estão disponíveis em determinados

8 Movimento MeToo é um movimento contra o assédio e a agressão sexual. Começou a se espalhar em outubro de 2017 como uma hashtag nas mídias sociais. Informações em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Movimento_Me_Too> e no portal MeToo Brasil: <<https://metoobrasil.org.br>>. Acesso em: 03/10/2021.

territórios mas encontram-se acessíveis por meio das redes (CANCLINI, 2020, p. 11). Isto nos permite ampliar as categorias do sujeito: além de consumidor e cidadão, agora ele aparece como usuário. A subsistência de consumidores e cidadãos segue paralela a manipulação algorítmica dos dados focada no comportamento dos usuários.

A discussão sobre o consumo, desta forma, passa pelo entendimento de que as grandes corporações de tecnologia (Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft)⁹ ao reformatar o poder econômico-político que reduz a organização da sociedade a uma articulação algorítmica, também redefinem o seu sentido social: o significado do trabalho e do consumo, os hábitos e comportamentos ampliados pela comunicação e, ainda, as novas experiências promovidas pela convivência interativa em rede. A fragmentação e a pluralidade de sentidos sugere um novo movimento civilizatório. A relação entre produção, consumo e tecnologia propõe refletirmos sobre os conceitos de rede que como elemento que demarca as posições do sujeito em um contexto midiaticado de interação social.

Retomamos a imagem representativa dos estados físicos da matéria - o sólido e o líquido - utilizada por Bauman (2008) para falar das mudanças sociais, e passamos a considerar a virtualidade como o estado gasoso, fazendo alusão a ideia da computação em nuvem, na qual todos os dados ali armazenados podem ser acessados de forma virtual sem o gerenciamento ativo e direto do utilizador. O espaço criado pela tecnologia em nuvem que permite a utilização de recursos computacionais de forma remota foi acelerado pelo advento da

9 GAFAM é o acrônimo de gigantes da web (Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft) que são cinco grandes empresas dos Estados Unidos nascidas nos últimos anos do século XX e início do século XXI. Informações em: <https://www.statista.com/topics/4213/google-apple-facebook-amazon-and-microsoft-gafam/>. Acesso em: 03/10/2021.

pandemia de uma forma sem precedentes, movimentando valores em torno de US\$ 295 bilhões¹⁰ no mercado de serviços. Todos os dias, acessamos várias nuvens sem nem mesmo percebermos. Mais do que nunca as pessoas dependem do acesso virtual para trabalhar, estudar e se relacionar, além de buscar informação, fazer compras e se entreter.

Assim, consideramos as mudanças nos estágios de consumo passando do estado sólido/seguro para o líquido/flexível, em direção ao gasoso/virtual. E ainda que adotemos a hipótese de que é possível identificar nas práticas de consumo lugares possíveis para o exercício da cidadania, isso não exclui o fato de que também a partir dele (o consumo), seres podem se converter em mercadoria, movimentos subversivos podem se tornar tendências culturais de mercado e singularidades artísticas podem se configurar em mercadorias seriais (ROCHA, 2008). O consumo torna-se um poderoso agenciador de estados de espírito na atualidade e se manifesta na produção e recepção midiática que acontece na circulação de imagens e textos conduzidos por algoritmos. Entender como funciona essa nova economia do conhecimento, da informação, da comunicação dos dados é fundamental para avançarmos na definição e qualificação do consumo contemporâneo.

ECONOMIA INFORMACIONAL OU DO CONHECIMENTO: MAPEAMENTO DAS TENDÊNCIAS DE CONSUMO

Identificamos em nossa reflexão acerca do consumo contemporâneo pelo menos dois grandes agentes de transformação do

10 Jornal da USP. Tecnologia de nuvem permitiu à humanidade uma transição mais tranquila na pandemia. 19/02/2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/tecnologia-de-nuvem-permitiu-a-humanidade-uma-transicao-mais-tranquila-na-pandemia/>>. Acesso em: 03/10/2021.

indivíduo e das estruturas sociais: por um lado a tecnologia e do outro a informação. É neste sentido que Castells (1999) distingue uma *sociedade da informação*, como aquela que recebe os impactos da informação de uma *sociedade informacional*, cuja estrutura básica é apresentada em rede. Esta *sociedade em rede* reivindica uma universalidade que pouco se materializa, dependendo, como se pode ver, do processo informacional a que tenhamos sido submetidos, bem como do conhecimento e familiaridade no uso dessas ferramentas de informação e comunicação.

Não obstante, não podemos falar de uma economia informacional ou do conhecimento sem mencionar as mudanças nas relações sociais de produção determinadas pela revolução digital e pelos aspectos econômico-políticos da globalização. Dowbor (2020, p. 29) chama isso de *produção imaterial* ou *economia do conhecimento*: o conhecimento tecnológico, diferente do trabalho das máquinas e do trabalho físico, é imaterial. "O conhecimento é um bem imaterial. É fluído, navega quase na velocidade da luz e pode ser indefinidamente apropriado sem custos adicionais".

Nesta era do "*space is dead*" ou "*the world is flat*", de tudo aqui e agora, os próprios conceitos de território, pertencimento e identidade estão mudando. Pessoas geram novos vínculos de sociabilidade segundo interesses os mais variados, processos produtivos articulam no plano internacional, fluxos financeiros passam a cruzar o planeta instantaneamente, um novo universo econômico, social e cultural se desenha. E também, obviamente, um novo universo político, com os espaços nacionais vendo as suas funções redesenhadas, e muito fragilizadas (DOWBOR, 2020, p. 33).

A formação de grandes fortunas neste novo mundo econômico não é feita de fábricas e máquinas, mas sim de tecnologia, *softwares*, plataformas virtuais de intermediação, sistemas de organização, algoritmos e inteligência artificial. Nesta nova etapa do desenvolvimento capitalista, a integração dos mercados mundiais colide com as economias nacionais autônomas. Não se trata mais da propriedade dos meios de produção e sim do controle dos sistemas de informação e comunicação. A era digital não substituiu o sistema produtivo agrícola ou industrial, mas passou a submetê-los a uma nova lógica econômica em conjunto com a cultura, a tecnologia e as instituições em uma sociedade em rápida transformação (CASTELLS, 2019).

(...) Se considerarmos a economia como um conjunto de práticas organizadas em torno de processos de produção, consumo e troca com o propósito de gerar valor segundo certos critérios acerca do que é valioso, então o mercado e outras formas de instituição econômica não serão domínio exclusivo da acumulação de capital, mas sim da expressão de diferentes objetivos e projetos originários de seres humanos operando por si mesmos como sujeitos econômicos, embora às vezes negligenciando os valores propostos pelas instituições da sociedade (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019, p. 13).

Dito de outro modo, vivemos em uma sociedade global em rede estruturada em torno de redes que seguem lógicas diferentes. Cada uma dessas redes globais/locais tem o seu próprio princípio de valoração. Assim, a questão mais importante a considerar neste cenário é a hierarquia relativa dessas redes globais em que a criação de valores é a expressão de relações de poder. O capitalismo financeiro informacional global é uma forma específica de capitalismo moldado por uma cultura

específica. Essa nova orientação existencial que conjuga tecnologia e mercado e qualifica uma cidadania definida a partir do consumo, Sodré (2014) dá o nome de *biosmidiático* ou *bios virtual*. Nesta socialização operada por redes, "o sujeito é obrigado a comutar-se ou ligar-se interativamente a circuitos comunicacionais" (SODRÉ, 2010), a *interface* computacional transforma-se no motor de contato entre os indivíduos e a informação passa a operar no processo de administração social. Estar fora deste ambiente é ser conduzido à marginalidade.

Em uma perspectiva *tecnocultural* (SODRÉ, 2010), caracterizado por uma realidade *imaginarizada*, feita de fluxos de imagens e dígitos, socializar-se é consumir. Trata-se de uma nova tecnologia perceptiva e mental que nos permite refletir sobre a *vida virtual* que emerge das relações que as tecnologias da informação e comunicação estabelecem no espaço social. Um espaço sem território, feito somente de informação. A mídia digital forma uma outra *ambiência*, que rompe a dimensão espaço-temporal clássica em que determinamos o real a partir da relação entre a dimensão do espaço e a percepção do tempo e apresenta o virtual como uma realidade desprovida de espaço e de tempo.

Neste atual cenário, a virtualidade teria transformado o consumo como o conhecemos? Na intenção de identificar os principais indicadores que representam e fundamentam o consumo contemporâneo, tomamos como base a disposição, a influência e o uso das ferramentas de realidade virtual como suporte tanto para a produção quanto para o consumo. Empreendemos um mapeamento das principais tendências de consumo pós-pandemia que foram divulgadas no período de março de 2020 a julho de 2021. Seleccionamos três pesquisas feitas por diferentes empresas de prestação de serviços, mas

que coadunam um conteúdo publicizado acerca do tema *tendências de consumo*: (i) o primeiro é o portal Euromonitor¹¹, reconhecido instituto de pesquisa europeu que publicou as *10 principais tendências globais de consumo 2021*; (ii) o segundo é o site GoAdMedia¹², uma rede de curadoria de tendências focada em criatividade, mídia e *marketing* que trouxe as principais tendências de consumo apresentadas no evento *SXSW 2021*, considerado o maior festival de inovação do mundo e (iii) o terceiro é a plataforma Facebook IQ¹³ em que são publicadas regularmente *insights* sobre comportamento de consumo, setores e mercado com o *Relatório de tópicos e tendências 2021*. A nosso objetivo passa por compreender as diferentes visões, níveis e escalas no consumo de tecnologia e refletir sobre o impacto da tecnologia virtual nas formas de produção e no contexto de consumo contemporâneo.

Os critérios elencados para a análise levam em conta: (i) de um lado a tecnologia como indutora de inovação e novas formas de produção e consumo, e (ii) de outro, a ênfase na identidade individual que predispõe a conexão direta entre os projetos pessoais e o mercado. Nesta projeção da vida virtual ambientada no espaço social, o sujeito é atravessado por uma cadeia de objetos técnicos dentro de um sistema de valores institucionalizado. Tanto a tecnologia como indutora de inovação quanto a ênfase dada ao sujeito como foco de transformação, ajuda-nos a observar os caminhos apontados para a qualificação do consumo contemporâneo.

11 Site Euromonitor Internacional. Disponível em: <<https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends.html>>. Acesso em: 03/10/2021.

12 Site GoAdMedia. SXSW Insights 2021. Disponível em: <https://goadmedia.com.br/wp-content/uploads/2021/04/PAPER-SXSW-Insights-2021_VFfinal.pdf>. Acesso em: 03/10/2021.

13 Site Facebook IQ. Relatório de tópicos e tendências de 2021 do Facebook IQ. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/business/news/insights/2021-topics-and-trends-report>>. Acesso em: 03/10/2021.

Abaixo um quadro com as principais tendências de consumo e os respectivos institutos de pesquisa e consultoria que alimentam o mercado:

INSTITUIÇÕES/TENDÊNCIAS	EUROMONITOR [tendências de consumo global 2021]	SXSW 2021 [pautas do festival de criatividade e inovação]	FACEBOOK IQ [relatório de tópicos e tendências 2021]
	1. <i>Reconstruir melhor</i> : as empresas devem ajudar a modelar o mundo de uma forma mais sustentável. [Sustentabilidade] [ênfase no sujeito]	1. <i>Nova urgência</i> : compromisso com a transformação. Foco nas causas sociais amplificadas durante a pandemia do Covid-19. [Social] [ênfase no sujeito]	1. <i>Educação e ação</i> : o aprendizado está mudando conforme as pessoas buscam informações em formatos e locais novos. Novo aprendizado e novas conexões. Livros eletrônicos, streaming de vídeos, salas de bate-papo e outros recursos multimídias. [Educação] [tecnologia como indutora]
	2. <i>Desejo por conveniência</i> : as empresas estão pressionadas a desenvolver uma jornada de compra rápida e contínua em todos os canais. [Consumo] [tecnologia como indutora]	2. <i>Futuro imprevisível</i> : as forças que movem a inovação. Negócios relacionados à exploração espacial e o desafio de assegurar o desenvolvimento sustentável. [Sustentabilidade] [tecnologia como indutora]	2. <i>Estilo de vida</i> : à medida que as pessoas reconsideram onde morar e como viver elas reformulam a função dos espaços em suas vidas, desde escritórios até jardins. As casas estão sendo adaptadas de acordo com a necessidade: trabalho, atividade física, descanso e lazer. Casas multifuncionais. [Casa][tecnologia como indutora]
	3. <i>Oásis ao ar livre</i> : ameaças a saúde, restrições de mobilidade e o aumento do trabalho remoto resultam em consumidores que procuram um oásis ao	3. <i>Desafiando os caminhos da tecnologia</i> : Ética no uso da AI. Revisão de regulamentações vigentes para que funcionem como balizas do desenvolvimento de	3. <i>Tecnologia</i> : a expansão da conexão alcança outras regiões, ganhando um novo aspecto conforme são adaptadas aos mercados locais.

	ar livre para lazer e recreação. [Cidade] [ênfase no sujeito]	soluções éticas. [Ética] [ênfase no sujeito]	Necessidade de acesso à banda larga. Adesão acelerada aos bancos digitais que não possuem agência física. Aumento compras híbridas e assinaturas. [Consumo] [tecnologia como indutora]
	4. <i>Realidade Digital</i>: um híbrido de mundos físicos e virtuais onde os consumidores podem viver, trabalhar, fazer compras e se divertir. Realidades combinadas impulsionam vendas e viabilizam a coleta de dados. [Consumo] [tecnologia como indutora]	4. <i>O renascimento dos negócios</i>: empatia como pilar. Revisão modelos econômicos. Iniciativas que ajudem a decifrar contextos cada vez mais complexos. [Social] [ênfase no sujeito]	4. <i>Lazer</i>: como as pessoas estão impossibilitadas de praticar seus hobbies, estão buscando maneiras diferentes de se divertir, seja ao experimentar o design de moda ou ao usar a criatividade na área de viagens. Arte digital. [Consumo] [tecnologia como indutora]
	5. <i>Otimizando o tempo</i>: os consumidores são forçados a ser mais criativos com seu tempo para fazer tudo. Uma cultura de serviços disponíveis 24 horas. [Consumo] [tecnologia como indutora]	5. <i>Transformando o entretenimento</i>: experiências híbridas e imersivas. Formas inovadoras de chegar ao público. [Consumo] [tecnologia como indutora]	
	6. <i>Inquietos e rebeldes</i>: o preconceito e a desinformação estão causando uma crise de confiança. O povo contra os políticos. [Ética] [ênfase no sujeito]	6. <i>Conexão da desconexão</i>: novos rumos das relações. O vídeo se consolidou como formato líquido de conteúdo. [Consumo] [tecnologia como indutora]	
	7. <i>Obsessão por segurança</i>: o <i>safety obsessed</i> é o novo movimento de bem-estar. As novas	7. <i>Resiliência cultural nas artes</i>: em busca de fôlego. Inovações tecnológicas como NFTs para remunerar a	

	prioridades são segurança e higiene. [Segurança] [ênfase no sujeito]	comunidade artística, o papel da arte na atual crise sanitária e soluções para gerar conexões profundas com a audiência. [Cultura] [tecnologia como indutora]	
	8. <i>Abalados e reflexivos</i> : os consumidores têm uma nova compreensão de si mesmos e de seu lugar no mundo na busca por uma vida mais plena, equilibrada e melhor. [Social] [ênfase no sujeito]		
	9. <i>A ordem é pechinchar</i> : os gastos desnecessários estão diminuindo devido ao ambiente econômico incerto. Pensando com uma mentalidade de recessão. [Consumo] [ênfase no sujeito]		
	10. <i>Novos espaços de trabalho</i> : os consumidores estão em busca de novas maneiras de definir o início e o fim de suas jornadas de trabalho, enquanto lutam para administrar seu tempo. [Trabalho] [tecnologia como indutora]		

Das três pesquisas de tendência, a desenvolvida pelo Facebook IQ é a que mais promove a tecnologia como indutora de inovação e novas formas de produção e consumo. Verificamos essa indicação na categorização utilizada: livro eletrônico, *streaming* de vídeo, recursos

multimídias, casas multifuncionais, bancos digitais, compras híbridas, arte digital, etc. Uma das explicações possíveis para essa tendência pode ser lida com base na metodologia envolvida no feitiço do relatório que conta com a exploração de milhares de tópicos que se expandiram nas redes sociais Facebook e Instagram.

As pesquisas divulgadas tanto pela GoAdMedia sobre o SXSW e o relatório de tendências da Euromonitor apresentam um equilíbrio entre a promoção da tecnologia e a ênfase na identidade individual que predispõe a conexão direta com os projetos pessoais e o mercado. Significa dizer que as tendências globais apontadas em ambos os relatórios, por um lado reforçam a presença da tecnologia em todas as dimensões da vida [trabalho, educação, relacionamento, lazer, etc.] e por outro, colocam o sujeito no centro dessa mudança, como protagonista na construção de um futuro sempre melhor. A dualidade entre o físico e o digital é superada pela ideia da realidade *figital*. Não somente o setor de entretenimento, com forte espaço para os jogos digitais (*games*) e eventos, conta com a realidade virtual (VR) e a realidade aumentada (AR) como âncoras para profundas conexões emocionais com a audiência. Diferentes setores como o mercado imobiliário e a moda também estão dispondo desse tipo de tecnologia para uma experiência de consumo imersiva.

O tema do consumo é qualificado nos respectivos relatórios como um processo intrinsecamente ligado a tecnologia. Embora apresentem temas transversais como a ética, sustentabilidade, a educação, a casa, a cidade, a segurança e a sociedade, todos eles se encontram impactados pelo uso da inteligência artificial (AI) e do aprendizado de máquina (ML). As ferramentas de *Big Data* são apontadas como auxílio valioso na mensuração, mitigação e manejo dos riscos de epidemia (presentes e

futuras). Mas quem controla toda essa informação? O avanço dos objetos conectados vestíveis, integrando humanos e tecnologia, torna ainda mais poderosos os ecossistemas das *Big Techs*, redesenhando a privacidade como a conhecemos e impondo um desafio ético em torno do uso das tecnologias emergentes.

Embora todos os relatórios de tendência aqui apresentados tenham características globais, a escolha por este caminho foi devido à universalidade que o tema da tecnologia envolve em diferentes contextos sociais e culturais. No Brasil são 152 milhões de usuário de *internet*, o que corresponde a 81% da população do país com dez anos ou mais¹⁴. No entanto, a maioria das atividades *on-line* está concentradas entre moradores de áreas urbanas, com mais escolaridade e das classes A e B. A economia, composta pela indústria, comércio e serviços, se reconstrói por meio das experiências imersivas como AR e VR, mas enfrenta desafios: por um lado, pela falta de investimento e infraestrutura e por outro lado, pela desigualdade no acesso e educação para o uso dessas ferramentas. Evidencia-se a mudança no processo produtivo e consequentemente no consumo. Esta mudança se estabelece pelo deslocamento (DOWBOR, 2020) de um sistema capitalista baseado na terra e na fábrica para um sistema enraizado no conhecimento e na cultura. Os produtos derivados desse sistema trafegam por outros rituais de consumo, feito de fluxos, imagens e dígitos. A ideia da imersão no ambiente de consumo virtual traz uma nova perspectiva para a experiência de compra e consequentemente de produção de subjetividade nestes espaços digitais. Ainda que as escalas

14 Poder 360. 81% da população brasileira tem acesso à internet, diz pesquisa. 18/08/2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/81-da-populacao-brasileira-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa/>>. Acesso em: 03/10/2021.

sejam diferentes no acesso e uso dessas ferramentas, o futuro indiciado nos relatórios sobre tendências propõe a disseminação cada vez mais veloz da AR e VR incorporadas aos hábitos de consumo.

A VIRTUALIDADE DO CONSUMO NAS REDES: EXPERIÊNCIA DE CONSUMO OU CONSUMO DE EXPERIÊNCIA?

Quando nos referimos à virtualidade do consumo, nos deparamos nos últimos anos com uma nova forma de experiência do usuário. Observamos que o comportamento do consumidor baseado no modelo estímulo-resposta analisado por Kotler (2000, p.182) que mostrava configurações ambientais responsáveis por influenciar a escolha e ação de compra, adquiriu nuances e contornos diferentes, acelerados em função do isolamento social na pandemia, e que se tornou necessário nos últimos anos.

Pessoas que se deslocavam fisicamente nas suas rotinas pessoais, agora convivem com uma nova realidade: interagir com amigos, familiares, empresas e clientes através do contato intermediado por telas de computadores e dispositivos móveis que virtualizaram a comunicação e a compra chegando a ser batizado como “novo normal”.

Partindo do referencial de Kotler (2000, p.182), o comportamento de compra é composto por fatores pessoais, sociais, culturais, psicológicos e são aqueles que conduzem ao consumo. Nessa nova fase de isolamento, em que a tecnologia foi protagonista do capitalismo do séc. XXI, as barreiras culturais e os fatores econômicos criaram outros modelos de aquisição. Os pilares que sustentavam o consumo adquiriram outros formatos influenciados por esse panorama: com apenas alguns cliques, encontram-se melhores ofertas e opções de consumo.

Neste momento as mídias sociais e a *internet* intensificaram este olhar. O que antes era em sua maior parte fonte de pesquisa para o consumidor, passou a ser o ambiente amplamente adotado e adaptado ao *modus operandi* de uma realidade virtualizada.

Quando traçamos um paralelo com o ocorrido na era da Revolução Industrial e no início do séc. XX, podemos ver que a adaptação a esse mundo repleto de novos caminhos foi de certo modo similar, e podemos relacioná-lo com o que vivenciamos nesta era digital. Monçores (2011), fazendo uma análise sobre a definição de progresso deste período observa curiosamente:

O progresso era algo que precisava ser aceito como um passo para a almejada evolução. Ser contra o progresso era ser retrógrado, antiquado – era não ser capaz de aceitar e se adaptar às benfeitorias do novo sistema econômico e produtivo. O progresso era, para a maioria convencida de seus benefícios, uma ação positiva e de futuro. Associar-se a esse novo era fazer parte do progresso. Um progresso dito inevitável.... Os sujeitos, quando chamados a saírem de sua zona de conforto, do mundo conhecido, reagem, sentem-se inseguros e logo resistem ao que é diferente. Assim, quanto maior a mudança, maior a resistência (MONÇORES, 2011, p. 19).

Em outro olhar, além de analisarmos o progresso sob a forma de inovação, devemos estender essa compreensão como meio necessário para a nossa sobrevivência pandêmica. Analogamente fomos transportados para um mundo imaginário como aquele representado no filme *Matrix*¹⁵ de 1999, das irmãs Wachowski, onde o poder dessa mesma tecnologia era espelhado em uma realidade paralela e virtual e

¹⁵ O filme descreve um futuro distópico no qual a realidade, como percebida pela maioria dos humanos é, na verdade, uma realidade simulada chamada *Matrix*. Ver mais em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Matrix>>. Acesso em: 03/10/2021.

a partir desse ponto, passamos a *existir* em um mundo completamente novo, satisfazendo nossas necessidades por meio das telas de computadores e dispositivos móveis.

Bens e serviços romperam barreiras físicas das distâncias e do tempo. Em poucos minutos o homem pode ter em suas mãos aquilo que necessita em uma sociedade de hiperconsumo observada por Lipovetsky (2007):

(...) esta etapa histórica não se caracteriza apenas por novas maneiras de consumir, mas também por novos modos de organização das atividades econômicas, novas maneiras de produzir e de vender, de comunicar-se e de distribuir. Foi todo o sistema da oferta que mudou de caráter (LIPOVETSKY, 2007, p. 76).

Ainda, analisado por Zolfagharian e Yazdanparast (2018)

(...) além disso, o papel da tecnologia mudou de um veículo passivo, que fornece aos consumidores ferramentas solucionadoras de problemas para um parceiro ativo na vida cotidiana, permitindo maneiras mais rápidas e eficazes de cumprir o desejo de acesso imediato ao mundo social. Assim, a tecnologia móvel / virtual não é apenas um objeto; em vez disso, é um assunto que mudou e moldou mentes, expectativas e comportamentos dos consumidores como resultado de interações materiais contínuas. Tal fenômeno não pode ser compreendido a partir da perspectiva tradicional do dualismo objeto-sujeito que vê a tecnologia como um objeto passivo manipulado por humanos (ZOLFAGHARIAN; YAZDANPARAST, 2018, p. 1051).

O que mudou? Quando falamos de ambientes virtuais, tratamos aqui de processos imersivos que, com recursos mediados por computadores, são destinados e capacitados a interagir entre sujeitos ou mediadores com o uso de elementos ou de representações.

Ampliando o nosso olhar a partir desses conceitos, podemos analisar que a perspectiva apontada no dualismo do objeto-sujeito pode ser configurada então pela tríade: *objeto – interface – sujeito*, onde a interface imersiva da virtualização do consumo traduz-se na ponte responsável pela união dos extremos anteriores.

A memória e a lembrança do consumidor, individuais ou coletivas, necessitam de vivência – quer seja ela real ou imersiva – além da sensação de elementos existentes hoje para a elaboração não mais de um consumo presencial, mas também de uma via virtualizada, daquilo que foi um dia apenas presencial, e que hoje pode ser imaginada além de uma cena fictícia, o espelho do desejo de compra.

Nosso consumo não mais existe de maneira isolada. Hoje é imerso em um novo modelo que amplia a sua experiência de mundo real por algo que o atende nas suas necessidades, independente da sua complexidade, e que rompe barreiras físicas e temporais. A realidade virtual proporciona um ambiente de interação com alto grau de realismo percebido.

Assim, ao refletirmos sobre o impacto da tecnologia virtual nas formas de produção e no contexto do consumo contemporâneo, vemos o quanto o desenvolvimento dessas novas ferramentas de realidade expandida é transversal a vários setores produtivos. Realidades combinadas impulsionam vendas e viabilizam a coleta de dados. Podemos tomar como exemplo o setor educacional que impulsionado pela crise pandêmica buscou alternativas por meio do desenvolvimento de plataformas voltadas ao treinamento em ambiente virtual e do ensino à distância. Neste sentido, compreender as diferentes visões, níveis e escalas do consumo de tecnologia torna mais clara a transformação do produto em experiência e o quanto essa mudança interfere na percepção do consumo. O ato de consumir não se

caracteriza somente pela aquisição de um bem ou serviço, mas sim passa pela experiência do usuário imerso em um ambiente virtual propício à compra. O celular e outros dispositivos móveis são as interfaces mais próximas e acessíveis para diferentes tipos de usuário e graus de interação. Do mesmo modo, o vídeo-game ganha relevância enquanto processo pedagógico para a inclusão das pessoas neste universo virtual.

CONCLUSÃO

O mapeamento empreendido neste trabalho descortinou um ecossistema de realidade expandida envolvendo toda uma gama de tecnologias relacionadas à produção de *hardware*, *software* e conteúdos nas áreas de realidade virtual e realidade aumentada. A emergência dessas tecnologias aponta para a transversalidade em diferentes momentos da vida e situações de consumo. São utilizadas como resposta para demandas distintas: educação, trabalho, entretenimento, cultura e lazer. E, ainda, como suporte privilegiado para demandas complexas como a questão da sustentabilidade, os desafios urbanos e a promoção social. Não obstante, o desenvolvimento e o avanço dessas tecnologias estão concentrados nas mãos de empresas privadas, e por isso, a sua instrumentalização para o consumo tende a ser consideravelmente privilegiada.

Neste sentido, podemos conferir as mudanças nos estímulos para o consumo contemporâneo em que as conexões globais estabelecidas em rede, os fluxos comunicacionais e as mídias digitais oferecem uma interface imersiva e virtualizada. Essa nova ambiência - *biosvirtual* - conjuga tecnologia e mercado e qualifica uma cidadania definida a

partir do consumo. O consumo contemporâneo, portanto, pode ser compreendido a partir da metáfora do estado físico gasoso, caracterizado pela baixa densidade e alta capacidade de expansão. Isso se dá por meio de uma interação social e cultural transformada em algoritmo e ligadas a circuitos comunicacionais globais que operam no processo de administração e organização social. Estar fora desse ambiente equipara-se à morte social.

Comunicação e consumo, portanto, caminham juntos na promoção de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos de produtos e serviços. Dentre as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento ao indivíduo, está o direito de consumir. E, considerando que esse consumo se dá de diferentes formas, a depender de fatores variados como o poder aquisitivo, o território em que o sujeito está inserido, a idade, a educação, etc. podemos falar de *consumos*, no plural.

Esta característica plural do consumo é o que movimenta diferentes instâncias de produção na chamada economia informacional ou do conhecimento. O sistema produtivo capitalista contemporâneo pretende uma inclusão universal ao consumo por meio da tecnologia. O grande desafio está na sustentabilidade desse sistema que exige recursos energéticos seguros e acessíveis para uma população mundial crescente, a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas e propostas urgentes para a diminuição das desigualdades sociais. Este cenário poderia nos fazer crer que a solução estaria na mudança de mãos, ou seja, colocar o Estado como gestor da inovação. No entanto, tendemos a acreditar que uma medida possível seja a mudança nos padrões de consumo como indutor de um movimento de maior equilíbrio entre pessoas, meio ambiente e tecnologias. Mais do que pensar na oposição

entre o poder público e o poder privado, seria prudente levar em conta a presença das redes comunitárias colaborativas em vez de empresas e governos integrados verticalmente no mercado capitalista. Movimentos sociais conectados em rede estão espalhados pelo mundo todo, ocupando espaços físicos e virtuais nunca antes imaginados.

Na era da conectividade total e global, as mudanças na natureza do trabalho, no qual os meios de produção estão incorporados ao sujeito, exigem que se repense novas maneiras de investir nas pessoas e de protegê-las. Isso envolve o estabelecimento de ampla rede de proteção social e dos benefícios da educação, saúde e segurança que estão muito além da tecnologia, implicando em um debate eminentemente político.

REFERÊNCIAS

- BACCEGA, M. A. *Inter-relações, comunicação e consumo, receptor e consumidor*. Anais. XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, jun 2009, p. 1-13.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro, Zahar, 2008.
- BANET-WEISER, Sarah; CASTELLS, Manuel. *Economia é cultura*. In.: CASTELLS, Manuel. (org.). *Outra economia é possível: cultura e economia em tempos de crise*. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2008.
- _____. *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Universidade de Guadalajara, CALAS, 2020.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.
- _____. (org.). *Outra economia é possível: cultura e economia em tempos de crise*. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.

- DOWBOR, Ladislau. *O capitalismo se desloca: novas arquiteturas sociais*. São Paulo: Sescsp, 2020.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal – Ensaio sobre a sociedade de Hiperconsumo*. Companhia das Letras, SP, 2006.
- MACIEL, I. M. S. *Mapeamento do setor de realidade virtual e realidade aumentada: perspectivas e desafios*. Trabalho aceito para apresentação no GT6: Consumo e cultura no I Congresso Ibero-americano interdisciplinar de Economia Criativa, 2020. Disponível em: <https://icabrazil.org/2016/files/Docs/MAPEAMENTO%20RELATORIO_GERAL.pdf>. Acesso em: 03/10/2021.
- MAZZUCATO, Mariana. *O estado empreendedor: desmascarando o mito do setor público vs setor privado*. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.
- MONÇORES, Aline. *O Lugar da Tendência*. In CASTILHO, Kathia, DEMETRESCO, Sylvia (org) in: *Consumo: Práticas e Narrativas*. Estação das Letras e Cores, 2011.
- ROCHA, R. M. *Comunicação e consumo: por uma leitura dos modos de consumir*. In.: BACCEGA, M. A. (org.). *Comunicação e culturas do consumo*. São Paulo: Atlas, 2008.
- SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- _____. *Reiventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- ZOLFAGHARIAN, M.; YAZDANPARAST, A. *Immediacy pandemic: Consumer problem-solving styles and adaptation strategies*. *European Journal of Marketing*, 2018.

O Filme: Jogador Número 1 (EUA, 2018).

Num futuro distópico, em 2045, Wade Watts, assim como o resto da humanidade, preferem a realidade virtual do jogo OASIS ao mundo real. Quando o criador do jogo, James Halliday, morre, os jogadores devem descobrir a chave de um quebra-cabeça diabólico para conquistar sua fortuna inestimável. Este universo virtual nos inspirou pela busca de decifrar enigmas em uma realidade de consumo ainda em fase embrionária.

Onde assistir: Netflix

Box Musical:

David Bowie – Life On Mars.

R.E.M. – It's The End Of The World

Congos – Come with me Now

Duran Duran – Too Much Information

The White Stripes – Seven Nation Army

3

UMA ANÁLISE DOS DADOS ABERTOS GOVERNAMENTAIS FRENTE AO CENÁRIO DA PANDEMIA DO COVID-19

Edgard Luiz Bernardes Valderramas¹

São Paulo, 20 de outubro de 2021

Avaliando as primeiras ações pós-pandemia do COVID-19, o questionamento que não sai de minha mente é se realmente foi possível realizar uma análise correta e consubstanciada de toda a situação que vivemos (e ainda estamos vivendo) por esta inimaginável situação e as suas desastrosas consequências nos últimos dois anos. Ainda sob o pretexto de tentar diagnosticar e entender qual o atual estágio das intersecções da comunicação no setor público com os novos paradigmas da mídas tecnológicas e analisando os aspectos fundamentais das novas Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) frente aos modelos de dados e governos abertos, notadamente torna-se necessário percorrer historicamente as tecnologias, o modo como o ser humano a adota no seu dia a dia e como esse entrelaçamento entre homem e máquina está moldando as características do alto enredamento digital e as sociedades através dos tempos. Faz-se necessário entender como o fenômeno da comunicação, sobretudo a pública, municiada de

¹ Graduação e licenciatura (Matemática), pós-graduação (Metodologia do Ensino Superior), mestrado (ADM/UMESP) e doutorado (TIDD/PUC-SP). Professor (graduação/pós-graduação) em TI/Gestão, Coordenador, Vice-Diretor e Diretor. Leciona na Universidade São Judas Tadeu e UMESp. Escreveu 8 livros e tem mais de 35 anos de experiência (atuou como Gerente de TI no grupo Volkswagen). Atualmente é Conteudista e consultor em TI, Administração, Projetos e Negócios. E-mail: edgard.valderramas@gmail.com

ferramentas antes inimagináveis, permite fazer com o que o cidadão possa explorar todo o arsenal de informações que existe nas grandes bases de dados. Após proceder à análise de tecnologias emergentes, contextualização de algoritmos e linguagens de programação e a demonstração de duas aplicações práticas, conclui-se que, no momento em que o presente artigo está sendo elaborado, e apesar do alto enredamento das pessoas, a convivência em telas e o clamor social pela disponibilidade das informações governamentais, ainda há um caminho importante a ser trilhado para que o cidadão possa fazer um juízo de valores sobre as ações governamentais. Boa leitura!

INTRODUÇÃO

As formas de comunicação do setor público através dos tempos, adaptam-se às sociedades na qual estão inseridas, seja pela influência das suas transformações históricas e culturais, seja pelas suas novas características, como facilidades, acesso, paradigmas, modismo e tecnologias disponíveis. O estudo dessas novas relações, considera a adesão dos países ao acordo de parceria para o Governo aberto e a essas mudanças, os seus mecanismos, adaptações, zonas de convergência, vantagens, desvantagens, barreiras e benefícios, passando pela trajetória cibernética, pela evolução tecnológica, às sociedades e as suas ondas. As novas ferramentas de TDICs existentes e, como elas conjugadas, podem ser alternativas de uma comunicação eficiente. A investigação de como os governos se posicionando frente à parceria de Governo aberto, quais as iniciativas de maximização e ou potencialização para que possam trazer transparência às suas atividades e demonstrando qual o cenário atual em relação ao uso destas novas tecnologias. Os governos estão preparados

para abrir seus dados para a sociedade, como uma ferramenta de transparência de gestão? As TDICs atingiram um patamar que permitam o compartilhamento desses dados de maneira eficiente? A sociedade está preparada para avaliar os Dados abertos governamentais? Essas perguntas respondidas permitem avaliar se os reais propósitos para Dados e Governos Abertos foram alcançados de modo a aumentar o repertório de conhecimento sobre esses temas e, de certa forma, gerar uma provocação no bom sentido ao cidadão, criando um ruído aliado à ciência, para que aquele não simplesmente receba as informações de modo que não possa compreendê-las e somente no formato que os governos querem que encontremos: uma população motivada e bem-informada é mais poderosa do que ignorante e policiada. De partida, para o entendimento desses objetivos, trazemos o Portal Brasileiro de Dados Abertos (2021), definindo que Dados abertos *“é a publicação e disseminação dos dados e informações públicas na Internet, organizados de tal maneira que permita sua reutilização em aplicativos digitais desenvolvidos pela sociedade, proporcionando ao cidadão um melhor entendimento do governo, no acesso aos serviços públicos, no controle das contas públicas” e na participação no planejamento e desenvolvimento das políticas públicas.* O Instituto Ethos (2021), conceitua Governo aberto *“como um conjunto de ações, processos e mecanismos para promover, cada vez mais, transparência, integridade, participação social e inovação dentro do poder público e nas suas relações com os distintos atores da sociedade.”* O teste do modelo do *Open data* e sua aplicabilidade, dos Governos abertos, as TDICs, e as suas aplicações, as teorias da comunicação, a comunicação pública, a comunicação digital, a infraestrutura digital brasileira, a sociedade como usuária dos Dados abertos governamentais, as plataformas digitais e as mídias se tornam necessários. Um outro olhar é explorar o eixo teórico a comunicação

pública que se dedica à abordagem dos fundamentos da comunicação, uma rápida avaliação das suas correntes filosóficas e sociológicas, os direitos e práticas da cidadania, a comunicação organizacional e governamental, a comunicação pública em si, o panorama brasileiro da comunicação pública e como ela interage com as redes sociais atualmente, além de uma releitura do que é, quais seus princípios e exigibilidade e como aplicar os Dados abertos e qual o posicionamento do Brasil e do mundo em relação aos Governos abertos, permitindo uma análise que abarca o posicionamento dos países sobre o tema e abrangendo a realidade mundial sobre o poder da informação, da sociedade ao interagir com a modernidade tecnológica e, do ponto de vista mais pragmático.

O "HOMO-COMPUTATRUM" E AS SOCIEDADES

A associação entre o uso prático das tecnologias, o seu referencial teórico e as suas relações com a sociedade são uma estrada que me fascina há muito tempo. Esse recorte pode ser notado facilmente quando explorado o viés tecnológico e o panorama mundial para o case nacional, abrangendo as esferas municipal, estadual e federal, no tratamento de Dados abertos governamentais. Todavia, quando combinamos essa conexão articulando com comunicação, notadamente a pública e preenchendo com Dados abertos e Governos abertos, estabelece-se um triângulo harmonioso que nos permite entender o universo de modo um pouco mais holístico. Apesar de discorrer em novos campos como a comunicação e as mídias, será sempre através do viés tecnológico o embasamento, devido à nossa formação, cujo berço é a Matemática, das chamadas “ciências duras”, para compreender esse arcabouço

tecnológico e a miríade de possibilidades que se apresenta aos nossos olhos. Pode-se observar a relação homem-máquina, demonstrando o ponto de convergência entre os seres humanos e as tecnologias, ultrapassando o nível de abstração simplesmente pelo desfrute de recursos do primeiro em relação ao segundo, permitindo um entendimento “wineriano” desse conceito. É como se tratássemos o homem e a tecnologia como uma simbiose pura, um verdadeiro “*homo computatrum*” (VALDERRAMAS, 2020) dos tempos modernos. Sabe-se que o digital transforma o sujeito, não somente pelo fato de a ferramenta ser uma extensão das nossas mãos, mas também por aproximar o laboratório para perto de onde ocorre o fenômeno, facilitando assim a construção e a produção do conhecimento e avaliando os seus impactos. Também, essa instrumentalização perpassa os caminhos da computação, uma vez que a tecnologia flerta com várias outras áreas por meio de dispositivos e imagens informacionais, como a comunicação, a arte, as ciências humanas e esse “caminhar de mão dadas” proporciona as possibilidades de alargamento dessa compreensão. Percorrendo os domínios da tecnologia, incluindo o seu histórico e as intersecções com a sociedade, as constantes abordagens sobre o acoplamento das tecnologias e os seus impactos nas pessoas do mundo moderno, permite-se adensar a discussão sobre esse tema, trazendo uma reflexão de como o enredamento está inserido no cotidiano das pessoas, buscando sempre a interdisciplinaridade de ideias, definindo os seus diversos atores e como estes podem representar o motor propulsor neste cenário para que a comunicação pública e os Governos abertos atinjam os seus reais objetivos. Avalia-se como as tecnologias trazem conforto, confiança, comodidade, ferramentas aos cidadãos para que possam utilizar os Dados abertos disponibilizados pelos governos para realizar inferências, o

cruzamento de diferentes bases de dados, a promoção de discussões e a ampliação do debate sobre a realidade dos fatos. De acordo com Assolini (2017) os seres humanos precisaram produzir conhecimentos para viabilizar o trabalho e solucionar os desafios que se apresentavam. Na esteira desses acontecimentos, propiciaram as condições materiais de vida, que exigiam criar, manipular e apropriar-se de técnicas. Desse ponto de vista, entendemos que a tecnologia está presente tanto em uma enxada quanto em um computador. Ocorre que as técnicas não são neutras, pois carregam elementos culturais, religiosos, econômicos e políticos que constituem a existência social dos seres humanos. Pode-se considerar que a tecnologia se assemelha e acompanha o comportamento do ser humano, uma vez que o seu dinamismo se adapta ao espaço e ao tempo em que atua, diante das suas próprias percepções e necessidades. As tecnologias que antes satisfaziam o modo de ser das pessoas, pois adequavam-se à suas realidades, hoje com a ubiquidade tecnológica verificamos cada vez mais a necessidade de se requerer a adequação do ser humano a essa onipresença, um exemplo é a adaptação das pessoas à “sociedade em telas” que vivemos em todas as áreas do conhecimento humano, como a educação, a comunicação e a medicina. As tecnologias digitais frente às analógicas representaram simplesmente uma catapulta nesse contexto de análise. Permitiram uma revolução em relação à velocidade, à forma de utilização e à presença da tecnologia, produzindo uma mudança de discursividade no mundo nas relações históricas, sociais e ideológicas, bem como na constituição dos seres e dos sentidos (DIAS apud ASSOLINI, 2017). Masuda (1982), apresentou uma perspectiva de que pela primeira vez na história seria visto uma profunda transformação social, sem revolução, guerras, de forma silenciosa, mas apenas utilizando um novo conceito paradigmático chamado de “informação”,

que constitui o mais forte e poderoso fator de transformação da humanidade, fazendo com que sejam geradas em uma rede global de interação (Castells, 1999). Contudo, esse caminho foi íngreme e inóspito, pois o trilha da sociedade da informação requer uma nova ordem econômica, social, política, cultural e de relações interpessoais, que vão redesenhar como as pessoas veem os seus semelhantes. Uma profunda mudança no tratamento das informações e despadronização em diversos processos da sociedade, permite refazer o modelo como as pessoas se relacionavam entre si e com o seu universo. Não se busca mais um comportamento retróptico, mas sim o convívio harmonioso com a nova realidade. Valderramas (2020) pressupõe os ganhos e perdas das pessoas em uma análise bi-direcional sobre o alto enredamento e conectividade nos dias atuais. Se quisermos garantir a continuidade dos benefícios da *Web* para a raça humana, devemos primeiro fazer o nosso melhor para compreendê-la e entender quais são as suas relações com as outras áreas. A observação de padrões que caracterizam as redes, desde a biológica até a tecnológica e social, bem como o impacto da *Web* e da Internet na sociedade e negócios, têm motivado a pesquisa interdisciplinar para avançar nossa compreensão destes sistemas e a consolidação deste pensamento. O celular, o computador e as outras diversas formas eletrônicas da extensão humana se tornaram essenciais à vida social (Santaella, 2003). As plataformas digitais incorporadas ao nosso cotidiano são alternativas ao processo comunicativo, além de vislumbrarem novos horizontes e possibilidades para colocarem as pessoas em novos e inimagináveis patamares. Castells (2013) descreve alguns exemplos de como a internet e as suas plataformas digitais podem ser utilizadas como forma de mobilização de pessoas. Acredita-se que não existam elementos suficientes para que se julguem as relações entre humanos e não

humanos de forma final e se essa relação é mais ou menos prejudicial ou mais ou menos vantajosa. Como demonstrado, existem diversas vantagens no uso intenso da tecnologia, como por exemplo, para a continuidade das atividades em tempos de COVID-19, mas também existem vários problemas de ordem social e comportamental que devem ser observados. O segredo pode estar no balanceamento entre ambos, no olhar crítico de que não podemos evitar o que está diante de nós, ao nosso alcance, mas também que não podemos nos render de forma que prejudique as relações humanas de uma boa convivência entre as pessoas. Vivemos em uma era digital, onde o advento da Internet, trouxe para o indivíduo um novo meio de se relacionar com o mundo. A notícia na hora, e-mail, redes sociais de todos os tipos, as videoconferências, o compartilhamento instantâneo de fotos, as imagens, dentre outros. De acordo com Miller (2017), não sabemos o que veio antes: o uso de redes sociais ou a sensação de isolamento social. Psicólogos americanos acreditam que as redes sociais fazem com que o indivíduo se sinta mais solitário, na qual apontam que acessar os sites de redes sociais como Facebook, Twitter e Snapchat por mais de duas horas por dia, aumenta a possibilidade do indivíduo sentir-se sozinho.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, DADOS E GOVERNOS ABERTOS

Considera-se que a comunicação pública eficiente por meio de uma estrutura séria de governo, em qualquer uma das suas esferas, permite o fácil acesso às suas informações, a total transparência dos atos públicos e a revelação dos diversos números da máquina administrativa. Por outro lado, há a necessidade de termos cada vez mais cidadãos que se sintam confortáveis, conscientes e qualificados para que possam fazer uso desses

dados para um entendimento melhor da realidade, das ações governamentais e da sociedade em que vive, permitindo um melhor juízo de valor e conclusões mais adequadas e pertinentes. Para que tudo isso se torne uma realidade, é fundamental a coexistência de dois elementos básicos neste processo: a democracia e a cidadania, ambos suportados pelos pilares da comunicação pública e das TDICs. A comunicação é um conceito histórico e polissêmico, podendo-se notar a sua evolução entre os séculos XIX e XX, da simples designação de *“um conjunto de canais e meios de transporte, para um processo social de interação e, finalmente a positividade formada pelas práticas, discursos e ideias instituídas à volta dos meios e técnicas de veiculação social de mensagens, das chamadas tecnologias de comunicação orientadas por máquinas.”* O impacto causado pelo surgimento das novas tecnologias da comunicação no início do século XX, impulsionou a comunicação como matéria de reflexão. O desenvolvimento desses novos meios de comunicação, que podem ser reduzidos a canais de transmissão, circulação e recepção de sinais significantes, transformou sobremaneira o significado do conceito que passou a designar o intercâmbio tecnológico mediado de mensagens na sociedade (RÜDIGER, 2011). A comunicação se confunde, portanto, com a interação social, representando o mecanismo de coordenação da ação social, por meio do qual as pessoas combinam seus planos de ação e se capacitam a agir como sujeitos de maneira recíproca. A comunicação ou interação social constitui um processo básico em que, contudo, convém distinguir os seguintes tipos de ação: (a) comunicativa; (b) estratégica e; (c) dramatúrgica. A comunicação pública deve ser tratada pela sua grande variedade de entendimentos, atividades e que age de forma multidirecional, respeitando sempre os princípios da administração pública: publicidade, impessoalidade, moralidade, economicidade,

isonomia e legalidade. Segundo Zémor apud Lage (2014), é fundamental que os governantes estabeleçam canais de comunicação acessíveis ao cidadão e que ao mesmo tempo possam ser acessados por eles próprios, contribuindo para o exercício das suas atividades, sendo uma via de mão-dupla, na medida em que o governo deve comunicar e facilitar o acesso à informação ao mesmo tempo em que oferece condições para o cidadão se manifestar. A comunicação pública deve assumir o seu irrevogável caráter social e agir como um mecanismo idôneo e prático para que a sociedade em geral possa ser informada e orientada quanto aos assuntos da pauta pública. Para tal, deve se valer de uma realidade atual de inúmeras TDICs disponíveis, que permitem aos cidadãos terem de fato acesso aos conteúdos produzidos e disponibilizados publicamente. Este processo, inclusive, caracteriza um dos princípios básicos de uma governança corporativa eficiente, seja ela pública ou privada, que é o *accountability* (Indicar a referência) ou seja, *“a prestação de contas que representa a transparência das ações públicas e que visa garantir a mediação entre os atores sociais entre o âmbito organizacional e o espaço público.”* Por meio da comunicação pública é possível estruturar práticas que contribuam para a formação cívica da sociedade, para o debate de questões de utilidade pública e, consequentemente, para as ações governamentais onde elas encontram legitimação, sendo um instrumento fundamental para que possam melhorar o desempenho na prestação de serviço junto à população, instituindo fluxos de comunicação nas diversas esferas sociais. A comunicação pública é ligada a cinco grandes áreas: (a) organizacional; (b) científica; (c) do Estado; (d) política e (e) da sociedade civil organizada. Essa proposta de debate público reforça a proposta de criar um espaço de discussão, bem diferente das antigas estratégias de comunicação unilateral, estruturada e

burocrática do governo, que poderia visar apenas a uma alienação qualquer. Dada a complexidade de se estabelecer esse espaço, esses canais de comunicação, sejam eles quais forem, devem ser modernos, suportados por tecnologias, multimodais, ampliados quanti e qualitativamente. Desse modo, permitem que, em uma primeira instância os cidadãos que estejam engajados e interessados em discutirem a vida pública e ter seus próprios elementos de análise, sem a influência dos governos ou das opiniões vinculadas pelas grandes mídias consigam efetivamente realizar tais inferências e, em uma segunda instância, permitam aos geradores dessas informações, que mecanismos formais de avaliação de eficiência sejam implementados de modo a garantir que estão todos no caminho certo. O modelo brasileiro de comunicação pública é orientado pela Constituição Federal Brasileira (1988) e entende que a administração pública direta e indireta deve ser norteadas pelos seguintes princípios: (a) legalidade; (b) impessoalidade; (c) moralidade; (d) publicidade e; (e) eficiência. Assim, a apresentação destas ideias lança luzes sobre as questões pautadas pelo debate na esfera pública, binômico democracia e cidadania, a participação efetiva dos cidadãos, o papel dos governos, a comunicação governamental, política e pública, o panorama brasileiro sobre a comunicação pública, a pandemia da COVID-19 e a comunicação e as redes sociais digitais. Com esses pilares comunicacionais estabelecidos e mais fortalecidos, podemos nos debruçar em fazer uma releitura do que são, quais os seus princípios e exigibilidades, como aplicar os Dados abertos e qual o posicionamento no Brasil e no mundo em relação aos governos abertos. Assim, para que ocorram os adensamentos sobre Dados e Governos abertos, percorrendo seus conceitos, suas origens e aplicações e para facilitar essa compreensão, três grandes blocos de análise devem ser considerados: (a)

trabalhar com o conceito de Dados abertos, a sua relação com as TDICs, principalmente a Internet, a sua presença mundial, os seus princípios, exigibilidades, exemplos práticos e a sua contribuição para com a comunicação pública; (b) explorar os Governos abertos, o que se entende por esta definição, os princípios dos Dados abertos governamentais, suas premissas, os seus valores na administração pública, os compromissos firmados entre os governos, a parceria dos Governos abertos e as suas relações com as mídias digitais; (c) explorar portais de vários governos, a disposição dos seus *data sets* por meio de catálogos, apresentar como estão o panorama no Brasil e no mundo frente aos Governos abertos e a disponibilização de informações que atendam aos preceitos de Dados abertos, que possam ser encontrados e indexados na *Web* e estiverem abertos e disponíveis em formato compreensível por máquina. As chamadas três “leis” dos Dados abertos não são leis de fato, ou seja, não foram promulgadas por algum governo em específico, mas sim um conjunto de testes para avaliar se um dado pode, de fato, ser considerado aberto e foram propostas por David Eaves, ativista de Dados abertos e especialista em políticas públicas: (a) se o dado não pode ser encontrado e indexado na *Web*, ele não existe; (b) se não estiver aberto e disponível em formato compreensível por máquina, ele não pode ser reaproveitado e; (c) se um dispositivo legal não permitir sua replicação, ele não é útil. O Open Data Institute (2021) esclarece por meio do que denomina de “The Data Spectrum”, que a gama de dados é dividida entre: fechados, compartilhados e abertos. Em 2007, um grupo de trabalho de trinta pesquisadores, representantes de organizações da sociedade civil e ativistas norte-americanos pela abertura de governo reuniu-se de 7 a 8 de dezembro, em Sebastopol, Califórnia, EUA, para definir os princípios dos Dados abertos governamentais, relacionando os seus oito princípios.

De acordo com a OECD (2018), os oito princípios são: (1) completos; (2) primários; (3) atuais; (4) acessíveis; (5) processáveis por máquina; (6) acesso não discriminatório; (7) formatos não proprietários e; (8) livres de licenças.

O PODER BASEADO EM DADOS.

As informações podem ser utilizadas como formas de poder em diferentes momentos. A proposta é a de comprovação de hipóteses, por meio da utilização de ambientes computacionais de programação e exploração de grandes bases de dados e que utilizem bibliotecas, todavia não podemos simplesmente abarcar em um processo semi-autômato de leitura e exposição de dados. Precisamos sim, ter uma razoabilidade informacional e realizar uma análise minuciosa, de entendimento da realidade, fazendo sim juízo de valor das coisas que estão ao nosso redor. Para que possamos calcular uma resposta para um problema, realizarmos a leitura, tratamento, classificação, triagem, cruzamento e considerações em grandes bases de dados, utilizando um código de programa de computador escrito em uma determinada linguagem de programação para realizar essas tarefas, deve-se primeiro ter o esboço algorítmico para a solução desse trabalho ou um aplicativo pronto para esta finalidade. Nesse contexto, uma vez compreendidas as tecnologias emergentes que coadunam com os Dados abertos e o Governo aberto, a percepção da necessidade da lógica algorítmica para programar soluções que permitam encontrar aquilo que não é possível em uma análise visual, o último elo desta corrente é compreender como implementar essa solução utilizando uma linguagem de programação ou de um aplicativo, seja eles quais forem, mas que preferencialmente sejam modernos, robustos, claros,

com uma gama de bibliotecas interessante que permita facilitar a sua compreensão e a utilização de seus recursos. O algoritmo que programa uma lógica de análise é abstrato, enquanto o programa que possui a inteligência é concreto. Cito aqui dois exemplos de aplicações: (1) verificar a dependência entre duas variáveis, ou seja, comprovar por meio de elementos matemáticos essa relação, utilizando o Censo Brasileiro de 2010 e analisando duas variáveis: o IDH - Índice de Desenvolvimento Humano e a Renda per capita dos municípios brasileiros e verificando como uma se correlaciona com a outra, ou seja, se quanto maior a renda per capita do cidadão do município, maior o seu IDH e; (2) detectar quais municípios do Estado de São Paulo foram mais eficazes no combate à pandemia do COVID-19, utilizando Dados abertos governamentais do Governo do Estado de SP, como o número de habitantes, o total de casos de COVID-19 reportados e o número de óbitos de cada município do Estado, considerando-se o modelo matemático empregado para calcular a proporção de casos e óbitos de COVID-19 reportados sem considerar os custos envolvidos, tampouco o investimento do município, a sua infraestrutura, renda per capita, IDH ou outros indicadores. Indubitavelmente, pode-se considerar que pessoas, tecnologia e comunicação andam lado a lado em um caminho sem volta, harmonizadas por se envolverem em um único ecossistema, em uma única sociedade. O desafio então é como dar sinergia e motivação para que estes três elos de uma única e admirável engrenagem remem para a mesma direção. Partindo de alguns princípios já consensados no mundo acadêmico e com atuação de aplicações baseada em evidências, esperamos contribuir para que a comunicação no setor público avance no sentido de promover aos cidadãos o senso de igualdade, de equidade, de direito, de bem-estar, de responsabilidade, de justiça, respeitando os princípios básicos de

liberdade, da transparência e de direito. Dois fenômenos contemporâneos têm o potencial de mudar a forma como as pessoas se envolvem com os governos em todos os níveis: o primeiro é a quantidade de dados sobre eles e a presença de ferramentas eficazes para compartilhá-los e o segundo é o desejo do público de tornar o governo mais ágil, transparente e eficaz no atendimento aos cidadãos. As *big-techs* e os grandes conglomerados midiáticos, nesse contexto, devem também saber dos seus papéis e responsabilidades enquanto agente de manipulação de informação e transformação cultural da sociedade, tanto em níveis tecnológicos como em relacionamento humano. E, tudo isso, como podemos perceber, conjugado com mudanças que se avizinham por meio de um mundo pós-pandemia, que com certeza nos trará novas formas de tratativas sociais e tecnológicas. Com as medidas de restrição à circulação de pessoas adotadas no enfrentamento da COVID-19, as TDICs se tornaram uma ferramenta ainda mais crucial que as informações possam ser encontradas, coletadas, tratadas e interpretadas e ainda lidarerm com o distanciamento social e mitigarem os efeitos da pandemia. Deste ponto de vista, a internet, em particular, tem sido indispensável para a garantia da comunicação, do acesso à informação, do comércio eletrônico, da prestação de serviços públicos – incluindo aqueles relacionados ao combate ao novo coronavírus –, da telemedicina, do trabalho remoto, do ensino a distância e da fruição cultural. Diante do protagonismo assumido pelas TDICs nesse momento e aliado aos aos grandes conglomerados midiáticos, o processo de disposição das grandes bases de dados governamentais fica extremamente facilitados por um lado e, por outro, servem automaticamente como mecanismos de cobrança e meios de comprovação de informações e relevância. Todavia, nesse processo ainda há a necessidade de capacitação do cidadão para encontrar, obter e

compreender as informações que estão disponíveis e principalmente, realizar inferências constatações e juízos de valor sobre elas. Mas, o primeiro passo está sendo dado pela indiscutível busca de informações e de serviços públicos pelas pessoas na *web*, que deve cada vez mais aumentar, principalmente em tempos que as tecnologias foram colocadas à prova. O grande desafio apresentado é como vencer todos os obstáculos para uma sociedade transparente e justa, respeitando-se a moral e a ética, sendo responsável, transparente e incorruptível, ou seja, fazendo aquilo que é certo. Não acredito ser fora de propósito sugerir que não devemos simplesmente aceitar os fatos propagados tanto em forma de notícias, principalmente em tempos de *fakenews* cibernético exacerbado, tampouco com números divulgados, mas considerar que uma correta avaliação sobre os dados e acreditar que a academia, que é o ambiente usual para a discussão desta miríade de ideias e pensamentos é indispensável para a reflexão desse novo cenário, destes três elementos: o homem, a tecnologia e a comunicação.

REFERÊNCIAS

- ASSOLINI, Filomena E. P. *As tecnologias da informação e comunicação na escola*. 2017. Disponível em: <https://www.revista.com.br/blog/elaine-assolini/tecnologias-digitais-de-informacao-e-comunicacao-n/> Acesso: 8 jul. 2021.
- BRANDÃO, Elizabeth. P. *Conceito de comunicação pública*. In: DUARTE, J. (org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-33.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo, 10ª. Ed., Paz e Terra, 2013.
- _____. *Redes de indignação e esperança*. São Paulo, 2ª edição, Zahar, 2013.
- DUARTE, Jorge. *Comunicação pública: Estado, mercado sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2012.

- FERRARI, Pollyana. *Comunicação digital na era da participação*. [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora Fi, 2016.
- FLORIDI, Luciano. *The Philosophy of Information*. New York: Oxford University Press, 2011.
- INSTITUTO ETHOS. *Governo aberto*. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/conteudo/projetos/integridade/programa-governo-aberto-transparencia-e-integridade-em-sao-sebastiao/>. Acesso: 23 jul. 2021.
- KUNSCH, Margarida M. K. *Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas*. In: MATOS, Heloiza. (org). *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.
- LAGE, Guilherme P. et al. O desenvolvimento da comunicação no setor público. In: XI CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO - ADMINISTRAÇÃO, 2014, São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo: CONVIBRA, 2014. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2014/38/2014_38_10379.pdf. Acesso: 7 nov. 2015.
- MASUDA, I. A *Sociedade Pós-Industrial*. Rio de Janeiro: Rio, 1982.
- MILLER, Elizabeth. *Redes sociais aumentam sensação de solidão, diz estudo*. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/geral-39178058/](https://www.bbc.com/portuguese/geral-39178058). Acesso: 4. jun. 2020.
- OECD. *Open government data*. Disponível em: <http://www.oecd.org/gov/digital-government/open-government-data.htm/>. Acesso: 16 nov. 2018.
- OPEN GOV DATA. *The annotated 8 principles of Open government data*. Disponível em: <https://opengovdata.org/>. Acesso: 1. jul. 2021.
- OPEN KNOWLEDGE FOUNDATION. *Open Definition*. Disponível em: <https://opendefinition.org/>. Acesso: 1. jul. 2021.
- PORTAL BRASILEIRO DE DADOS. *Dados abertos*. Disponível em: <https://dados.gov.br/pagina/sobre/> Acesso: 23. jul. 2021
- PUBLIC RESOURCE. *Lista dos participantes do encontro em Sebastopol em 2007*. Disponível em: https://public.resource.org/open_government_meeting.html/. Acesso: 1. jul.2021.
- RÜDIGER, Francisco. *As Teorias da Comunicação*. Porto Alegre: Penso, 2011.
- RUSSEL, S. e NORVIG, P. (2003). *Artificial Intelligence - A Modern Approach*, 2nd edition, Prentice Hall.

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

THE ODI. *The Data Spectrum*. Disponível em: <https://theodi.org/about-the-odi/the-data-spectrum/>. Acesso: 30. jun. 2021.

VALDERRAMAS, Edgard L. B. *A Tecnologia da Informação sem mistérios*. São Paulo: Plêiade, 2010.

VALDERRAMAS, Edgard L. B. *Solidão coletiva ou isolamento individual: os prós e contras do enredamento na alta era digital*. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rbts/article/view/17245/> 2020. Acesso: 27 fev. 2021.

ZÉMOR, Pierre. *La communication publique*. 3.ed. Paris: PUF, 1995.

O Documentário: Governo das Sombras (Canadá, 2009)

Apesar deste capítulo tratar dos dados e governos abertos durante o período da pandemia do Covid-19, este documentário intersecciona com o tema, não pelo fato da vigilância, da liberdade e do direito de ir e vir do cidadão, mas pelo apelo ao direito de acesso ao julgamento desses valores governamentais, em quaisquer de suas esferas: federal, estadual e municipal. O simples fato de informar, sem a capacidade de realizar juízo de valor anula a sua proposta e a sua essência. Por fim, o documentário recorre à estruturas bíblicas, realizando uma metáfora de um viés de forças ocultas que impelem um sistema pré-definido apresentado aos cidadãos.

Onde assistir: YouTube

Box musical:

Bravo Mundo Novo – Plebe Rude

Pátria amada – Inocentes

Califórnia Über Alles – Dead Kennedys

4

A INTELIGÊNCIA CONECTIVA E SUAS COMPLEXIDADES

Fábio Siqueira¹

"Na era eletrônica, nós vestimos toda a humanidade como nossa pele" é a frase de Marshall McLuhan repetida por Derrick Kerckhove de modo entusiasmado em vídeo gravado às vésperas da eleição norte-americana em meio à crise pandêmica para o I Festival Internacional de Cidadania Digital – Do Atropoceno ao Novoceno, organizado pelo Centro Internacional de Pesquisa Atopos (ECA-USP) e pela Plataforma para a Cidadania Digital (CIDIG).

Ao retomar, em 2020, a sentença de McLuhan que inspira o nome de sua obra mais conhecida, *A Pele da Cultura*, de 1995, Kerckhove, que foi o tradutor e o colaborador mais próximo do pensador canadense, não está apenas exaltando a sua eficiência característica em inspirar discussões complexas por meio de frases provocantes, como a clássica "O meio é a mensagem". A conexão de Kerckhove com o belo aforismo sobre vestirmos a humanidade está expresso na sua obra, usada neste artigo para explorar o conceito de inteligência conectiva.

É fato que a inteligência se torna mais complexa quando compartilhada, uma vez que o pensamento em rede é um vetor de

¹ Fábio Siqueira é mestrando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pesquisador dos impactos da vigilância e desinformação nos processos de subjetivação do indivíduo. Jornalista, pós-graduado em criação em multimeios com foco em cinema, vídeo e fotografia, é professor no curso de Branded Content da Faculdade Cásper Líbero e sócio em uma agência de comunicação, atuando na área de criação e estratégia para comunicação de marcas. E-mail: fabio.sse@gmail.com

conhecimento em escala. Essa ideia de rede em questão é abrangente, existindo muito antes da internet, afinal, como aponta Kerckhove, “o processamento da informação começa com a linguagem falada” (DE KERCKHOVE, 2009, p. 211).

A linguagem viabilizou uma das primeiras redes da humanidade por onde o conhecimento foi propagado. Há uma relação direta entre linguagem e inteligência já pontuada por McLuhan quando, bem ao seu estilo, diz que “a linguagem é para a inteligência o que a roda é para os pés, pois lhe permite deslocar-se de uma coisa a outra com desenvoltura e rapidez”. Kerckhove demarca essa relação simbiótica ao narrar uma breve história da inteligência, onde afirma que “tudo que afete o desenvolvimento e crescimento da linguagem afeta também o crescimento e desenvolvimento da inteligência” (DE KERCKHOVE, 2009).

O autor completa que a evolução da inteligência humana acompanha a evolução da linguagem e das tecnologias da linguagem, onde a escrita configura-se como a primeira dessas tecnologias, neste ponto, o alfabeto grego se destaca, uma vez que “os melhoramentos do alfabeto grego elevaram o estatuto da escrita de ferramenta para memória para ferramenta do pensamento. A inteligência humana libertou-se do peso da lembrança para se aplicar a inovação” (DE KERCKHOVE, 2009, p. 213). Da mesmo modo que a escrita, a computação se inicia como um suporte à memória, evoluindo posteriormente para a expansão da inteligência, “em outras palavras, enquanto as tecnologias de informação do passado são auxiliares de memória ou armazenamento (livros, fitas, discos, filmes, vídeos, fotografias), as principais tecnologias dos sistemas de informação atuais são auxiliares de processamento; isto é, ajuda à inteligência” (DE KERCKHOVE, 1997).

No entanto, há uma complexidade diferente entre o suporte cognitivo dado pela computação, a começar pela tecnologia da sua linguagem, ou melhor, a linguagem de programação. A linguagem de programação é a escrita no contexto computacional que, ao invés de fluir em um texto produzido para ser lido, distribuído e interpretado, transforma-se em estruturas operacionais a serem executadas como ferramentas que buscam simplificar, alterando e tornando complexas as mais diversas atividades humanas.

Outro aspecto diferente entre essas duas tecnologias, o alfabeto e a computação, está nas suas partículas de base. Enquanto no alfabeto, a menor partícula é a letra - que isoladamente tem um poder de representação limitado - na computação, essa menor partícula é o dado, algo que já tem em si uma carga de sentido.

Nesse ponto, se pensarmos que o destino e o objetivo do alfabeto está em viabilizar narrativas de diferentes ordens, sejam elas instrucionais ou literárias, compartilhando fatos ou histórias ficcionais, o correspondente computacional pode ser entendido como o banco de dados, que agrega essas partículas de forma específica. Lev Manovich faz uma ponte interessante entre esses dois mundos, pois aponta que “depois que o romance e, em seguida, o cinema, privilegiarem a narrativa como forma-chave da expressão cultural da era moderna, a era do computador introduz seu correlato, o banco de dados” (MANOVICH, 2001, p. 08).

O que Manovich pontua é que os dados não contam histórias, “em vez disso, eles são coleções de itens individuais, em que cada item possui a mesma importância que qualquer outro”. (MANOVICH, 2001)

Isso explica um pouco o tipo de inteligência derivada dessa nova forma de compartilhar e gerar conhecimento. Sem o tempo das

narrativas, onde se constrói um imaginário a partir de sequências de acontecimentos contados em um encadeamento entre tensão e repouso, o estado contemplativo para depuração do conhecimento cede espaço a uma espécie de estado de alerta permanente, uma vez que todo fragmento possui a mesma importância. Nesse contexto, ao invés de autor e leitor ou de diretor e expectador, temos a figura do desenvolvedor e do usuário. Esse usuário, diferente da passividade própria do leitor ou do expectador, interfere em algum nível na dinâmica informacional provida pelo desenvolvedor.

Para essa relação entre alfabeto e linguagem de programação, onde, (1) a menor partícula do primeiro é a letra e no segundo é o dado; (2) o destino do primeiro é a narrativa e o segundo o banco de dados, vale traçar um último paralelo, a forma de operar, enquanto no alfabeto temos a gramática, no contexto computacional, o algoritmo é o que estabelece o regramento sob o qual os dados irão fluir.

Este ponto é onde a diferença desse paralelo é mais acentuada. Diferente do regramento gramatical, o que é estabelecido via algoritmo tem alto impacto nos aspectos psicológicos e sociais do indivíduo moderno, sem a dependência de um letramento prévio para experienciá-lo. Enquanto para fazer uso do alfabeto é necessário ser alfabetizado, o uso do algoritmo não exige esse entendimento mínimo do usuário que navega por regramentos estabelecidos por desenvolvedores, sem precisar compreender os critérios e, embora possa interferir, essa interferência é majoritariamente reativa.

Interessante observar esse aspecto sob a ótica da *Teoria do Ator-Rede* de Bruno Latour (2012). Embora essa teoria não seja dirigida à questão da web, mas ao proceder da ciência, a relação também funciona nesse contexto, uma vez que os algoritmos, assim como a ciência,

estabelecem maneiras de se gerar conhecimento, nesse caso, de se criar formas de inteligência conectiva.

As convergências com a Teoria do *Ator-Rede* se encontram em pelo menos dois aspectos: o primeiro, mais relacionado ao “ator”, está no entendimento proposto por Latour de que o cientista não está apartado da sociedade, ele também é influenciado por ela. Assim como os criadores de algoritmos, que ao desenharem regramentos tecnológicos e informacionais, trazem vieses da sua subjetivação social, com o risco de, ao invés de uma contribuição para o conhecimento em escala, criarem problemas em série, a exemplo dos algoritmos de mecânicas preconceituosas retratados no filme *Coded Bias*, dirigido por Shalini Kantayya. A série narra a experiência da pesquisadora ganense-americana do MIT, Joy Buolamwini, que provou que os sistemas de reconhecimento são falhos na identificação de pessoas negras, especialmente mulheres, evidenciando quanto os algoritmos privilegiam características de quem majoritariamente os desenvolve, no caso homens brancos.

O segundo aspecto da Teoria do *Ator-Rede* está mais conectado à “rede” em si, entendendo-se como rede, de acordo com Latour, a integração entre humanos e não humanos, onde além das pessoas ou usuários, devem-se levar em conta as questões tecnológicas, cabos, servidores, computadores, conexões, energia etc. A rede é um ecossistema complexo onde todos os elementos têm algum grau de influência, e no caso dos algoritmos esse grau é altíssimo, pois, no contexto da internet, definem paisagens informacionais, afetando o tipo e a hierarquização de conteúdo que os usuários recebem.

Esse impacto das redes no tipo de inteligência gerada por algoritmos é exemplificado por Manovich com os games. “Jogar o game

é um contínuo circuito entre o usuário (visualizando resultados e estimulando decisões) e o computador (calculando resultados e expondo-os de volta para o usuário). O usuário tenta construir um modelo mental do modelo do computador” (MCGOWAN & MCGULLAUGH, 1995, p. 71 apud MANOVICH, 2019, p.11).

A formação da rede vai muito além da ideia de pessoas interligadas formando unidades de pensamentos, como o princípio da inteligência coletiva presume, pois se expande na relação entre consciências, tecnologias, corpos e máquinas. Nesse sentido, a abordagem de Kerckhove de 1997, reproduzida abaixo na íntegra dada a sua riqueza, fornece o panorama sobre a engenharia complexa da inteligência conectiva.

(...) No computador a linguagem encontra-se com a luz, numa relação direta: a energia absoluta encontra a complexidade absoluta. Os raios laser, a fibra ótica e os campos eletromagnéticos são os novos componentes da inteligência. Processadores ultrarrápidos juntar-se-ão à integração de grande velocidade em padrões que se tornarão uniformes. É disso que a realidade é feita. A grande reviravolta da civilização está acontecendo agora: entre o domínio do consciente e do inconsciente. Há pouco tempo o mundo era estúpido e nós éramos inteligentes. Mas o mundo assistido por computador está se tornando mais rápido e mais esperto que nós. Muito em breve a inteligência tecnológica coletiva vai superar a inteligência orgânica individual tanto na velocidade como na capacidade de integração. Vai ser interessante saber como é que esta organização unificada tomará conta do ambiente e da pobreza humanos, e com que critérios avançará para a engenharia genética. Por enquanto relaxe. Ainda não chegamos lá(KERCKHOVE, 1997).

DIFERENÇA ENTRE INTELIGÊNCIA CONECTIVA E COLETIVA

Nos idos dos anos 1990, parte do entusiasmo com o potencial da internet pode ser reconhecido no conceito de Inteligência Coletiva, definida por “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 1994). O autor complementa que o objetivo da Inteligência Coletiva é “o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas”, algo que se mostrou diferente na passagem do tempo, a exemplo dos fenômenos das bolhas de desinformação.

Para evitar anacronismos, é importante considerar que o contexto da internet era muito diferente nesse período, quando representava menos de 1% da população mundial conectada e sem a comunicação em velocidade acelerada das redes sociais. O próprio Lévy ponderou alguns dos seus parâmetros. "Quando eu falei de inteligência coletiva há 27 anos, evidentemente estava defendendo um uso ético e socialmente positivo da tecnologia. Mas o que eu queria enfatizar era, sobretudo, o aumento evidente das capacidades cognitivas", aponta Lévy (HERMOSO, 2021).

Lévy contempla a influência da tecnologia para a produção dessa inteligência, entendendo-a como “processos sociais”. O seu enquadramento mais centrado nas pessoas, seja por uma via panorâmica como a da Cibercultura, seja por um entendimento de que a vocação de toda interação é motivar um espírito colaborativo, direciona as suas reflexões mais ao usuário das tecnologias do que aos

desenvolvedores, não entrando nos meandros da rede e no quanto o design das suas interações influenciam o que nela ocorrem.

Também com entusiasmo ao defender a ideia de que as associações dessa inteligência natural das redes não são coletivas, mas sim conectivas, Kerckhove expressou o seu otimismo ao falar que “uma mente que ainda podemos chamar de nossa está se derramando nas redes à medida que as envolvemos de forma mais interativa, mais íntima e sensorial do que nunca” (DE KERCKHOVE, 1997, p. 25).

Frente ao crescente processo de desinformação, bem como, à constatação do alto nível de vigilância que ocorre nas redes através das suas plataformas, Kerckhove calibrou seu otimismo e, assim como Lévy, faz ponderações, exaltando um outro sagaz aforismo de McLuhan, onde diz que “eu não teria visto, se não tivesse acreditado”.

Embora tenha similaridades e complementariedades entre a inteligência coletiva e conectiva, existe uma diferença importante. Enquanto a definição de inteligência coletiva opera por fotografias, em um registro estático da rede, observando as pessoas, a cultura, etc., a inteligência conectiva faz a filmagem, dedica-se ao movimento, focando na ação de se conectar, nas interações, nas interfaces e nos algoritmos que estabelecem o modelo de interatividade e, por consequência, o modelo de inteligência a ser construída nesses ambientes, uma inteligência marcada pela complexidade.

Essa complexidade constitui-se na coexistência entre ordem e desordem informacional, gerada por um grande volume de informação própria da internet. Retomando McLuhan, “a mensagem de qualquer tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que essa tecnologia introduz nas coisas humanas” (McLuhan 2011, p. 22).

INTELIGÊNCIA CONECTIVA E A SUA COMPLEXIDADE

Para observar a complexidade inerente à inteligência conectiva, é importante entender que a complexidade possui uma premissa volumétrica. Como explica Edgar Morin, trata-se de um fenômeno marcado por “uma enorme quantidade de interações e interferências entre um número muito grande de unidades, somadas às incertezas, indeterminações e fenômenos aleatórios” (MORIN, 2005, p.35).

A internet forneceu as condições para o crescimento exponencial do seu volume informacional, pois viabilizou uma profusão de novos produtores de conteúdo ao descentralizar tanto a produção quanto a distribuição do conteúdo, um exemplo desse movimento está na hibridização entre produtores e consumidores de informação caracterizada pelo fenômeno *prosumer*. Como Manuel Castells apontava, “usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa” (CASTELLS, 1999).

Há também instabilidades próprias da complexidade, pois parte das incertezas, indeterminações e aleatoriedade da internet se manifestam na forma de se atribuir credibilidade a um determinado conteúdo. Nesse sentido, a descentralização da produção informacional trouxe a reboque uma sensível mudança no campo da autoria. A produção coletiva e anônima, alterou o regime de credibilidade. Antes, no contexto da comunicação de massa, onde reinavam jornais impressos e a televisão, a atribuição de credibilidade apoiava-se na identificação de origem de uma determinada informação, na autoria e no veículo. Com as plataformas sociais, o teor e a linguagem passaram a interferir no fator credibilidade mais do que a própria autoria.

Formatos de produção em colaboração, como o "Wiki", por exemplo, são reconhecidamente fontes de informação válidas, onde a

autoria dos seus artigos é coletiva e anônima. Nesse modelo, a atribuição de veracidade não é mais baseada na autoria ou em uma fonte de distribuição conhecida, mas na linguagem e no teor de um conteúdo de autor desconhecido. Nesse mesmo contexto, surgem movimentos que evidenciam uma dinâmica informacional complexa, onde há uma reformulação no que definimos como autoridade.

Anteriormente, no modelo de comunicação baseado na palavra impressa e pela lógica da indústria e da cultura de massas, o conceito de autoridade estava mais associado à ideia de centralização da produção, da distribuição e do acesso à informação e à cultura. McLuhan (1972) destacou o efeito dessa centralização em *A Galáxia de Gutenberg*.

Se a palavra impressa transformou as línguas vernáculas em meios de comunicação de massa, elas, por sua vez, se constituíram instrumentos de autoridade governamental centralizada infinitamente mais poderosos do que todos aqueles que mesmo os romanos haviam conhecido com o papiro, o alfabeto e as estradas pavimentadas. Mas, pela sua própria natureza, a palavra impressa cria duas ordens de interesses em conflito, uma entre produtores e consumidores, outra entre governantes e governados. Com efeito, como forma de produção em massa centralmente organizada, a palavra impressa cria inevitavelmente o problema da "liberdade", o qual passa então a ser primordial e dominante em todo debate social e político (MCLUHAN, 1972 p.291).

O próprio McLuhan já evidenciava uma transformação nessa questão da autoridade, com a migração do impresso para o eletrônico. Já nos anos 1970, ele notava a necessidade de uma atenção diferenciada ao efeito de novas mídias, destacando que “as mais familiares de nossas instituições e associações parecem, às vezes, ameaçadoras e nefastas. Essas múltiplas transformações, que são a consequência normal da

introdução de novos meios de comunicação em qualquer sociedade, requerem estudo especial” (MCLUHAN, 1972).

No contexto digital em rede, há uma descentralização da autoridade com a produção, distribuição e acesso à informação facilitados de modo mais abrangente, o que não significa uma descentralização na mesma medida do poder. No entanto, a descentralização abre espaços para uma desconstrução da ideia da autoridade.

Um exemplo recente, em meio à crise da pandemia da COVID-19, que mostra a extensão atual deste fenômeno, é o caso da suspensão praticada pelas plataformas sociais, como Twitter e Facebook, a políticos que usam os seus canais para promover notícias sem a devida comprovação científica. Como aconteceu com o Ministério da Saúde brasileiro, em uma postagem que promovia o chamado “tratamento precoce”, não aprovado pela vigilância sanitária do país e não referenciado pela Organização Mundial da Saúde (OMS). O mesmo fato se deu com o ex-presidente americano Donald Trump, expulso do Twitter, Facebook e Snapchat, corroborando a ideia de que a crise de autoridade não é restrita, mas sim um fenômeno social complexo abrangente.

Essa descentralização da autoridade, própria da internet, que facilita a produção, a distribuição e acesso à informação é um cenário propício ao surgimento de novos meios que avançam na reformulação da maneira de atribuir autoridade. Grupos digitais como Wikileaks, Anonymous e 4chan, evidenciam um novo proceder informacional, onde vazamentos e autoria desconhecida compõem o processo de produção e distribuição da informação na sociedade moderna.

O contexto de descentralização está diretamente ligado ao aumento da complexidade, uma vez que o volume de informação, interações e interferências cresce exponencialmente e, por consequência, traz mais incertezas, indeterminações e fenômenos aleatórios.

Um exemplo dessa dualidade pode ser notado na emblemática Wikipedia. Em matéria para a revista *Wired*, o jornalista Richard Cooke destaca em seu título uma avaliação positiva ao dizer *Wikipedia is the last best place on the Internet*. O conteúdo publicado em 2020, justificava a frase apontando que a Wikipedia é o oitavo site mais acessado no mundo e que a sua versão em inglês agrega mais de seis milhões de artigos.

Um dos elementos importantes que podemos destacar como motor dessa produção é esse notável desconhecido da web, o anonimato. Algumas pesquisas interessantes dedicadas especificamente à Wikipedia tratam desse ponto. Em Xiao, Yimin e Xiao, Lu (2020), é avaliada a relação entre o anonimato e a persuasão, concluindo que a persuasão de determinado conteúdo da Wikipedia pode estar relacionada a vários aspectos, incluindo a linguagem. Estudos anteriores, como em Lucassen e Scharaagen (2010), também reforçam o peso da linguagem, avaliando que as características visuais, textuais, assim como as referências, impactam na atribuição da credibilidade, ou seja, além do sistema colaborativo e anônimo oferecer mais condição para ampliar a produção de informação, estabelece novos processos de atribuição de credibilidade.

De um modo geral, o aumento no volume de informação que agrega ordem e desordem, informações precisas e outras não, tem uma forma própria no contexto informacional moderno. A transmissão de informação, principalmente no campo das notícias, que ora preserva sua base original e ora a altera deliberadamente, está na raiz da

chamada infodemia, fenômeno marcado por um universo informacional volumoso, instável e complexo. Essa complexidade ficou muito latente durante a pandemia da COVID 19, ao ponto da Organização Mundial da Saúde e da Organização Panamericana da Saúde publicarem um documento específico sobre o tema, definindo infodemia por:

um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa. A palavra infodemia se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus (ZAROCOSTAS, 2020).

Essa interatividade intensa, característica da inteligência conectiva, bem como, do processo de desordem informacional, embora volumosa, é marcada pela numeração dos conteúdos que viabiliza uma interatividade real que permite a convergência de diferentes indústrias dentro de uma mesma lógica, como aponta Kerckhove.

No entanto, se a numeração assegura a interatividade por homogeneizar tudo a uma mesma lógica informacional, também é o registro que viabiliza a vigilância, característica dos sistemas algorítmicos da rede.

A INTELIGÊNCIA CONECTIVA E A VIGILÂNCIA COMO PONTO CEGO

A inteligência conectiva emerge em bases complexas, marcada por um grande volume informacional em franca expansão, imbuída de

ordem e de desordem e agregada de incertezas, de instabilidades e de indeterminações. Parte dessa complexidade é trazida por um procedimento corriqueiro da web: a vigilância.

Interessante observar que uma contribuição de Edgar Morin ao colóquio “George Orwell, Big Brother, um desconhecido familiar”, organizado pelo Conselho da Europa em meados dos anos 1980, tenha se transformado em um capítulo de sua obra chamado “A inteligência cega” do qual se extrai “Há uma nova cegueira ligada ao uso degradado da razão”.

Como citado anteriormente, na década de 1990 e no início dos anos 2000, o entusiasmo das redes foi celebrado no campo da pesquisa, pois as possibilidades pareciam mais nítidas do que os problemas. É fato que a internet trouxe uma eficiência técnica informacional para a comunicação em um nível jamais visto. O emaranhado de cabos, interligando hubs e multiplicando conexões, permitiram que a informação fosse produzida e distribuída em grande escala, saindo e chegando de forma precisa e veloz.

A internet propicia a geração de conhecimento em meio ao caos informacional buscando ordenação pois os critérios dessa ordenação manifestam-se na sua gramática algorítmica e os algoritmos nas redes operam por vigilância e controle. Longe de fazer dos algoritmos o bode expiatório, afinal eles são apenas um procedimento computacional básico.

Para entender o aspecto da vigilância presente no algoritmo, primeiro é importante observar como ela pode ser notada em um dos seus mecanismos básicos. A estrutura condicional de um algoritmo, o famigerado IF-THEN pode ser um ponto de partida, onde, na programação, IF (se) estabelece o critério que ativará determinada

operação e THEN (então) orienta qual o comando será ativado mediante a confirmação daquela condição. Um exemplo banal seria: IF (se) o usuário clicar no botão x, THEN (Então) exiba a página y.

Aplicando a ótica da vigilância na estrutura IF-THEN, o condicional IF é o comando de observação sobre o comportamento do usuário, enquanto THEN trata-se da intervenção a esse comportamento. Novamente, vale destacar que essa relação do procedimento computacional com a vigilância não permite generalizar algoritmos como algo nocivo, uma vez que nem toda vigilância promova uma intervenção prejudicial, um exemplo é a vigilância epidemiológica.

O que se nota nesse procedimento algorítmico simples é a observação interventiva própria da vigilância, que pode ser vista criticamente sob as lentes de Foucault, citado em obra de Fernanda Bruno (2013) da seguinte maneira: “Nem a observação, nem o conhecimento que dela derivam se caracterizam como vigilância se não houver a perspectiva de intervir sobre os indivíduos ou populações em foco” (BRUNO, 2013, p. 18).

Antes de prosseguir mais sobre a relação da vigilância com o algoritmo, é importante explicitar um pouco o conceito de vigilância expresso em Foucault e Deleuze. Na “Sociedade Disciplinar” de Foucault, a vigilância e a sua respectiva intervenção é mais evidente, por meio de uma leitura no contexto medieval e moderno. Já Deleuze, com a sua “Sociedade do Controle”, observa esse aspecto a partir da Segunda Guerra Mundial, se atentando a uma crescente sutileza dessa operação de vigilância, com intervenções feitas por modulação sob influência da evolução tecnológica.

Deleuze aponta que “as sociedades disciplinares recentes tinham por equipamentos máquinas energéticas, com perigo passivo da

entropia e o perigo ativo da sabotagem; as sociedades do controle operam por máquinas de terceira espécie, máquinas de informática e computadores, cujo perigo passivo é a interferência e o ativo, a pirataria e a introdução do vírus” (DELEUZE, 1992).

Voltando à conexão entre os algoritmos e a vigilância, por mais, que o procedimento algorítmico possa ser entendido como um diálogo consensual entre humanos e máquinas, no contexto da internet, esses enunciados nem sempre são claramente apresentados. Um exemplo são os cookies, dispostos em praticamente todos os sites, que quando combinados a algoritmos, principalmente das redes sociais, ativam um evidente procedimento de vigilância, onde a interferência se conclui em consumo.

Com a validação da Lei Geral de Proteção de Dados no Brasil, precedida pela movimentação global da GDPR – General Data Protection Regulation, a web rapidamente se mobilizou para atualizar os termos e condições dos sites e alertar sobre o uso dos cookies. O Google anunciou a extinção do procedimento para 2022, mas por que tudo isso tão focado nesse dispositivo?

Cookies são dispositivos de vigilância com uma função ambígua. Em seu modo *first party* acompanham o usuário dentro do site em que estão programados. São facilitadores para que sua operação na internet não recomesse a todo momento. Eles ajudam no entendimento e na construção da sua narrativa digital. Por exemplo, inicia-se uma pesquisa sobre ração para o seu gato em um site especializado, busca-se por algo relacionado a filhotes e deixa-se esse rastro digital. De modo que, quando se entra novamente, o algoritmo, por meio do que foi captado nos *cookies*, tenha aprendido mais sobre as intenções do

usuário, sempre lhe direcionando ao que tende a ser de seu interesse, reduzindo o seu esforço para se ir aonde deseja.

É inegável que há uma inteligência conectiva nessa operação, entregando benefícios, encurtando tempo na procura por algo que se deseja. No entanto, esse rastro digital involuntário, característico principalmente nos cookies *third-party* ou cookies de terceiros, perseguem os usuários em todo canto da web. Esse tipo de rastro digital, somado às intenções expressas nos algoritmos têm sido uma troca desproporcional, onde o usuário é monitorado, sem ter o conhecimento, aonde a interferência dessa vigilância vai além da facilitação, com publicidades intervindo na navegação do usuário em qualquer passo que caminhe na web.

Deleuze já reflete sobre isso quando sinaliza que “o marketing é agora o instrumento de controle social, e forma a raça impudente de nossos senhores. O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado. O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado” (DELEUZE, 1992, p 228). Algo que deve ser alterado, mediante a um padrão de consumo emergente, onde o respeito à privacidade passe a determinar decisões de compra.

INTELIGÊNCIA CONECTIVA E A CRIATIVIDADE DO FUTURO

A frase atribuída ao crítico literário, George Scialabba, onde supostamente tenha dito na edição Março/Abril da Harvard Magazine de, 1984 que, “a imaginação é a inteligência se divertindo”, não se aplica à inteligência conectiva, pois ela não “brinca em serviço” e opera rigorosamente por meio de seus conteúdos e interações numeradas, ou seja, não imagina e nem cria, mas possui uma alta condição de simular.

Nessa linha, uma das formas mais avançadas da inteligência conectiva é a inteligência artificial. A AI (ou IA em português) opera em rede e faz uso da linguagem para expandir sua inteligência. Essa linguagem no caso é o processamento da linguagem natural. Dois exemplos, desenvolvidos pela Microsoft, ocorridos no ano de 2016, ilustram como a inteligência conectiva tem se complexificado.

O primeiro exemplo é “The Next Rembrandt”, que integrou a digitalização de 346 pinturas do pintor francês, compreendendo a análise de mais de 168 mil fragmentos da obra do autor, estabelecendo padrões geométricos, cores e sombras que permitam simular como poderia ser tecnicamente um próximo quadro do pintor holandês. Em 2021, novamente a inteligência artificial encontra Rembrandt por meio do processo de restauração de sua obra “A Ronda Noturna”. A inteligência conectiva expressa em AI, possibilita, por meio de sua potência simulatória, duas narrativas: a suposta continuidade de algo que não seria mais possível e a preservação do passado que se perde com o tempo.

O outro caso também envolve o processamento da linguagem natural, o exemplo é o bot Tay. Operado no Twitter, com a intensão de estabelecer diálogos mais naturais na medida em que interagiu com usuários reais, a proposta era que o bot aprendesse e incorporasse elementos das conversas que se realizavam nas redes. Em menos de 24 horas, Tay foi desligado, uma vez que passou a proferir mensagens nazistas e posts preconceituosos.

Outro exemplo da inteligência conectiva em operação de AI pode ser constatado no caso das vacinas contra a COVID 19. Outro artigo na revista Wired, publicado em novembro de 2020, tratou de como a inteligência artificial iluminou a pesquisa, desde sugerir componentes até a compreensão das proteínas virais, ajudando os pesquisadores

médicos a vasculharem milhares de artigos de pesquisas em um ritmo sem precedentes.

Por fim, são inegáveis os progressos possíveis por meio da inteligência conectiva, uma vez que a inteligência gerada aqui surge em atividades repetitivas, combinatórias e analíticas em escalas inviáveis para o ser humano executar. Em 2018, em um dos mais importantes eventos globais de inovação e cultura, o SXSW, dava protagonismo a uma aplicação emancipadora da Inteligência Artificial, mostrando como a AI pode ser útil para mapear ideias que já existem, permitindo que o humano se dedique mais livremente na produção do que é efetivamente novo.

Essa pode ser uma parceria interessante, onde a máquina libera o humano para aquilo que lhe é próprio, a produção de subjetividades, o exercício da fabulação, enfim a criatividade. Mas é importante salientar que essa libertação ocorre por meio de automações estabelecidas por algoritmos, algo que tem se avolumado exponencialmente.

Se possuímos desordem informacional nas narrativas expostas aos usuários em plataformas digitais, a automação deliberada de processos via algoritmos, nutre uma desordem informacional nos bastidores das redes. Algo que não se pode ficar alheio. A liberdade da inconsciência, a livre subjetivação, demanda maior consciência do que acontece nesse bastidor do código.

Dada à presença e à importância da inteligência conectiva, há uma demanda evidente de maior letramento sobre a codificação, ou seja, uma espécie de alfabetização computacional para a legibilidade de mundo baseado em dados.

Os algoritmos da inteligência conectiva estabelecem a forma como os diálogos acontecem, ou não acontecem, a estrutura de feeds do Facebook e Instagram, a mecânica de busca do Google e outros

procedimentos do mundo digital moderno, formatam modos de fala, definem os espaços e suas dinâmicas, operam de forma influente e, em algumas vezes restritiva, no processo de subjetivação do indivíduo moderno, por isso, a necessidade de criar formas de intervenção, não por interações pré-determinadas, mas por alterações nas linhas onde essas mecânicas são definidas.

Considerando-se a forte relação entre a inteligência, a linguagem e suas tecnologias, tão importante quanto ao domínio do alfabeto, está o domínio da programação, não necessariamente para o fomento de uma geração de programadores, mas para propiciar a possibilidade de usuários efetivamente mais livres, do mesmo modo que o domínio do alfabeto não cria necessariamente romancistas, mas leitores mais autônomos. Não descartando a possibilidade de que alguns que leem esse artigo já estejam em uma carreira literária sem saber, mas, pelo jeito que esse leitor digita, talvez a sua máquina já saiba se esse será o seu destino.

REFERÊNCIAS

DE KERCKHOVE, Derrick. *A Pele da Cultura*. 1a ed. São Paulo: ANNABLUME, 2009.

DE KERCKHOVE, Derrick. *Connected Intelligence*. 1a ed. Toronto: Somerville House, 1997.

DELEUZE, Gilles. *Conversações: 1972 a 1990*. São Paulo: Editora 34, 1992.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: o nascimento da prisão*. 16a ed. São Paulo: Vozes, 1997.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o social*. Salvador: Edufba, 2012.

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 4a ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3a ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

MANOVICH, Lev. O banco de dados. Tradução: Camila Vieira. Revista Eco Pós, São Paulo, v.18, n.1, set./dez. 2019.

MANOVICH, Lev. *The Database*. In: *The Language of New Media*. Massachusetts: MIT Press, 2001.

MCLUHAN, Marshall, *Os meios de comunicação com extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2005.

MCLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutemberg; a formação do homem tipográfico*. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, Editora USP, 1972.

MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. Tradução de Eliane Lisboa. Porto Alegre: Meridional, 2005.

ZAROCOSTAS, J. How to fight an infodemic. *The Lancet*, Londres, 395(10225), 676, fev.2020.

O Documentário: The Beatles: Get Back (Inglaterra/Nova Zelândia/EUA, 2021)

O documentário, apresentado em três episódios, traz os Beatles de uma forma jamais vista, revelando o processo de trabalho do grupo britânico, onde tudo se interliga. Dos primeiros fragmentos melódicos às decisões mais detalhadas de arranjos, a produção dirigida por Peter Jackson reforça o valor da conectividade. As pausas para o chá, o sumiço de George Harrison, a lendária apresentação do alto de um prédio na Savile Row, enfim, a persistência e a desistência, as convergências e os antagonismos, formam uma rede complexa de acontecimentos, conexões que afetam os desfechos. Em The Beatles: Get Back temos os bastidores, muitas vezes tortuosos, da construção de canções que fizeram história da música mundial, vemos a inteligência conectiva em sua forma mais plena: a criatividade aplicada às emoções.

Onde assistir: Disney+

Box musical:

The Beatles – Two of us

Tom Zé – Gene

Gilberto Gil – Cérebro Eletrônico

Strangers – The Kinks

Freedon is free – Chicano Batman

5

TECNOLOGIA E LINGUAGEM: A TIPOGRAFIA NO AMBIENTE DAS TELAS

Gabriela Zimbres¹

Embora atualmente a prática tipográfica disponha de meios de produção e distribuição hipermodernos, sua origem data de séculos atrás. Discutir tipografia envolve compreender como a escrita se desenvolveu e embora esta pareça ser uma tarefa fácil, muitos fatos históricos partem de um conjunto de acontecimentos concomitantes, tornando tal tarefa, por si, desafiadora. Todavia, sabe-se que, quaisquer sejam os aspectos projetuais da comunicação, seu desenvolvimento é impulsionado pelo desejo de uma melhor comunicabilidade.

Como linguagem extraoficial destaca-se as pinturas e gravuras rupestres características do Período Paleolítico. Compreendidas como um amplo conjunto de desenhos, pinturas e inscrições, tais manifestações atuavam como registros simbólicos e ritualísticos das populações pré-históricas. Apesar de diversos estudos conduzidos ao longo de anos, uma tradução literal dos grafismos rupestres ainda é impossível, uma vez que, para tanto, seria necessário conhecer com precisão os códigos da época. Apesar disto, através da semelhança quanto ao estilo e técnica de elaboração, promove-se o ordenamento da arte rupestre em diferentes tradições, constatando que, há pelo menos

¹ Mestre pelo Programa de Estudos Pós Graduated em Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Graduada em Comunicação e Multimeios pela PUC/SP com período sanduíche na Duquesne University. Possui Certificado de Iniciação Científica pelo PIBIC-CNPq (2016-2017). E-mail: gzimbres@gmail.com

30 mil anos, os homens pré-históricos já possuíam uma capacidade simbólica, intelectual e artística.

Uma escrita sistematizada aparece por volta de 3.200 a.C., quando os sumérios desenvolvem a escrita cuneiforme, que viria a ser dividida em duas grandes fases: a primeira, pictográfica, compreendia a representação de sinais pictográficos em tabuletas de argila com auxílio de objetos em formato de cunha. Todavia, assim como os desenhos paleolíticos, não pode considerada uma forma de escrita oficial uma vez que dava margem a interpretações pessoais. A segunda etapa, silábica, surge por volta de 2.800 a.C. e compreende a representação estilizada de objetos, através da incorporação do instrumento mais perfeito da comunicação do real pelo homem: a língua falada, marcando o momento onde a representação gráfica deixa de ser baseada em ideogramas para se tornar um fonema, consumando enfim, o nascimento da escrita.

Pode-se concluir que a partir do momento em que a representação gráfica impede o desenho de ser espontaneamente evocador e o estiliza, transformando-o em convenção e não mais exigindo o seu reconhecimento, mas sua memorização, a ruptura com a arte e consumada e nasce a escrita” (POZZER, 1999, p.63).

Quando, séculos depois, tem-se o fim das chamadas invasões bárbaras em todo território da Europa Ocidental, inicia-se um período de consolidação do comércio e das cidades, que por sua vez, no que se refere ao sistema simbólico, estimula a abertura da escrita a grupos considerados menos importantes através da produção dos primeiros documentos escritos, dentre eles, os livros. Evidentemente que, visto sobre a ótica do sistema produtivo, o livro compreende a última etapa de um longo processo técnico baseado em uma série de iniciativas

produtivas desenvolvidas a partir do século XV, caracterizadas, principalmente, pelo processo de mecanização da escrita e, por conseguinte, pelo surgimento da imprensa, que viria a comportar uma revolução na concepção do ato produtivo através da ideia de multiplicação por meio de um processo uniforme e repetível – o tipo móvel.

Na invenção de Gutenberg, a inovação fundamental está ligada a prática [...] de compor um texto mediante a junção de “prismas que trazem, em cada um, uma letra gravada em relevo” (M. Audin). A invenção decisiva tem relação com o uso do metal e suas etapas sucessivas podem pressupor [...] a intervenção de vários técnicos: Gutenberg na concepção de conjunto e na criação da imprensa (BARBIER, 2018, p.189).

Durante este período, a tipografia limitava-se ao cumprimento de uma série de requisitos técnicos que diziam respeito não somente à forma correta de manipulação dos tipos móveis como também, ao processo de confecção e distribuição dos impressos produzidos. A primeira manifestação de uma confecção tipográfica distante de tais padrões, pode ser identificada nas experimentações artísticas realizadas pelos movimentos de vanguarda no início do século XX, destacando, fundamentalmente, a Vanguarda Futurista, cujo objetivo era transformar a sensibilidade estética italiana por meio do rompimento com as convenções do passado e da exaltação da modernidade.

Queremos cantar o amor ao perigo [...] Até agora, a literatura exaltou a quietude [...] queremos exaltar o movimento agressivo [...] queremos destruir museus, bibliotecas, academias de todos os tipos e lutar contra qualquer covardia oportunista ou utilitarista [...] é da Itália que lançamos ao mundo o nosso manifesto de violência avassaladora e incendiária, com o

qual hoje encontramos o "Futurismo", porque queremos libertar este país da sua gangrena fétida de professores, arqueólogos, guias e antiguidades [...] dos inúmeros museus que o cobrem com inúmeros cemitérios. Museus: cemitérios! [...] museus: dormitórios públicos [...] Por que quer se envenenar? Por que quer apodrecer? [...] admirar uma pintura antiga equivale a derramar a nossa sensibilidade numa urna funerária, em vez de projetá-la para longe, em violentos jatos de criação e ação. [...] não queremos mais saber do passado, nós, jovens e fortes futuristas! [...] nossa bela e mentirosa inteligência nos diz que somos a síntese e a extensão de nossos ancestrais. - Talvez! ... Assim seja! ... Mas o que isso importa? Não queremos entender! ... Ai daqueles que nos repetem estas palavras infames! (FONDAZIONE E MANIFESTO DEL FUTURISMO, MARINETTI, 1909). [...] A minha revolução dirige-se também contra a chamada harmonia tipográfica da página [...] portanto, usaremos na mesma página, três a quatro cores diferentes de tinta e até 20 fontes diferentes, se necessário. [...] Com essa revolução tipográfica e essa variedade multicolorida de personagens, pretendo dobrar o poder expressivo das palavras. Luto contra a estética decorativa e preciosa [...] não quero sugerir uma ideia ou um sentimento com graças ou afetações, pelo contrário, quero agarrá-los com brutalidade e atirá-los no peito ao leitor. (DISTRUZIONE DELLA SINTASSI. IMMAGINAZIONE SENZA FILI. PAROLE IN LIBERTÀ, MARINETTI, 1913).

Os ideais futuristas se difundiram rapidamente pelo restante da Europa e do mundo, influenciando o surgimento de demais movimentos de vanguarda, que, apesar de possuírem orientações por vezes até opostas acerca da tipografia, a grande maioria rejeitava os padrões do 'bom gosto' romântico em nome de uma construção impactante, que tirasse proveito dos meios técnicos de reprodução disponíveis.

Discutir tipografia também envolve citar o Período Industrial, momento em que são apresentadas novas possibilidades de execução de tarefas, dentre elas, a produção dentro de uma linha de montagem. No âmbito tipográfico, as qualidades intrínsecas deste sistema produtivo seriam aplicadas no aprimoramento de uma série de iniciativas já concretizadas, todavia, a relevância do Período Industrial se deu não somente no fato citado, mas também na ruptura “em relação aos dogmas mecânicos do cartesianismo” (LAURENTIZ, 1991), prática esta, que viria a se estender até o período pós-moderno, onde se inicia um movimento de apropriação dos recursos tecnológicos disponíveis para o fazer artístico.

Ora, sabe-se que tal ação não é novidade, uma vez que desde muitos anos os artistas se apoderam dos instrumentos disponíveis com objetivo de extrair o máximo de suas possibilidades. Todavia, na pós-modernidade a forma como o artista se apropria do aparato tecnológico, confere à relação um significado diferente. Para Arlindo Machado, o que faz, portanto, um verdadeiro criador, “é subverter continuamente a função da máquina ou do programa que ele utiliza, é manejá-los no sentido contrário ao de sua produtividade programada. Talvez até se possa dizer que um dos papéis mais importantes da arte numa sociedade tecnocrática seja justamente a recusa sistemática de submeter-se à lógica dos instrumentos de trabalho, ou de cumprir o projeto industrial das máquinas semióticas, reinventando, em contrapartida, as suas funções e finalidades” (MACHADO, 2007, p.14).

Sobre uma perspectiva similar, Lucia Santaella e Winfried Nöth, propõe a existência de três paradigmas no processo evolutivo de produção da imagem: o paradigma pré-fotográfico, o fotográfico e o pós-fotográfico, compreendidos, respectivamente, como todas as

imagens produzidas artesanalmente – entram neste paradigma desde figuras nas pedras até a escultura; todas as imagens que dependem de uma máquina de registro – entram neste paradigma desde fotografias até a holografia; todas as imagens inteiramente calculadas por computação, ou seja, imagens criadas a partir de uma matriz de números visualizados sobre uma tela.

Se o paradigma fotográfico é, sob todos os ângulos, diático [...] no pós-fotográfico o processo de produção é eminentemente triático, pressupondo três fases interligadas, mas perfeitamente delimitadas [...] Em primeiro lugar, o programador constrói um modelo de objeto numa matriz de números, algoritmos e instruções para os cálculos serem feitos pelo computador; em um segundo momento, a matriz deve ser transformada de acordo com os modelos de visualização ou algoritmos de simulação da imagem; então, o computador traduzirá essa matriz em pontos elementares ou pixels para tornar o objeto visível numa tela de vídeo (SANTAELLA & NÖTH, 2017, p.168 – 173).

Ainda segundo os autores, o paradigma pós-fotográfico provoca uma mutação radical nos modos de produção de imagens, priorizando invenções resultantes do cruzamento entre um computador e uma tela de vídeo, “mediado ambos por uma série de operações abstratas, modelos, programas e cálculos” (ibid, p.171). Por conseguinte, pode-se afirmar que, nessa nova ordem, o agente da produção se trata “de um programador cuja inteligência visual, se realiza na interação e complementaridade com os poderes da inteligência artificial” (ibid), não se deixando limitar a lógica-padrão das tecnologias, trabalhando-as em benefício de suas ideias.

Desde a industrialização, as tecnologias digitais emergiram em ritmo intenso até o surgimento do universo digital. Assim como o

jornal, o cinema, o rádio e a televisão e a web 1.0 implicavam um processo de comunicação unilateral, onde a única função do homem, era consumir. Já a chegada da web 2.0 transformou o ambiente digital em uma plataforma de comunicação multilateral, caracterizando-se principalmente, pela possibilidade de publicação e compartilhamento através dos primeiros blogues e redes sociais. Como consequência, o computador deixa de ser uma mera ferramenta e se transforma em uma extensão do homem, introduzindo à pós-modernidade redes ininterruptas de informação que exigem das tradicionais práticas de comunicação, estruturas voltadas para essa nova ordem cultural.

No início, o grande problema da mídia residia no fato de que, a maioria dos esforços estavam concentrados nas próprias ferramentas – computadores e internet – com poucos interesses pelos desejos do homem, todavia, tal necessidade se mostra evidente, quando se percebe que a evolução dos mecanismos de mídia seria ditada por aqueles que as consumiam e não somente pelos próprios mecanismos.

Uma geração inteira cresceu com tecnologia pessoal, portanto era de esperar que eles também colocassem na nova mídia, mecanismos para uso pessoal [...] quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros. Queremos estar conectados uns aos outros, um desejo que a televisão, enquanto substituto social, elimina, mas que o uso da mídia social, na verdade, ativa (SHIRKY, 2011, p.18).

A inserção de mecanismos para uso pessoal no ambiente digital, implicaria em um novo paradigma sobre o ato de publicar. Nos tempos de Gutenberg, “publicar costumava ser algo que precisávamos pedir permissão para fazer [...] não é mais assim [...], não há mais a barreira entre textos públicos e privados” (ibid, p.45). Sobre esta ótica, surge uma

didática não convencional baseada “mobilização de um determinado coletivo, mediante um processo participativo, com objetivo de envolvê-los de maneira ativa no desenvolvimento de projetos socioculturais” (VENTOSA, 2016, p.19). Depreende-se, portanto, que a participação deve ser considerada a base de todo processo artístico digital, que por sua vez, promove o engajamento do usuário digital, estimulando-o a experimentar com novos formatos plásticos e linguísticos.

Seria então, a partir deste cenário, que se desenvolve uma nova linguagem, caracterizada pela dissolução das “fronteiras formais e materiais entre os suportes e as linguagens [...] em que já não se pode mais determinar a natureza de cada um de seus elementos constitutivos, tamanha é a mistura, a sobreposição, o empilhamento de procedimentos diversos [...] essas imagens estão ainda migrando o tempo todo de um meio a outro, de uma natureza a outra, a ponto de este trânsito permanente se tornar sua característica mais marcante” (MACHADO, 2007, p.60-70). Pode-se dizer então que, no contexto tecnológico, a prática tipográfica abandona seu caráter estreitamente visual e adota um caráter híbrido que não se fazem sem um preciso agenciamento das matrizes da linguagem e do pensamento.

Estudado em profundidade por Arlindo Machado, o conceito de hibridização pode ser dividido em duas correntes de pensamento: o da divergência e o da convergência. Este último, segundo o autor, seria a chave para a compreensão de linguagens híbridas uma vez que, “no campo da comunicação, chega um momento em que a divergência entre os meios torna-se improdutiva, limitativa e beligerante, deixando claro

[...] que a melhor alternativa pode estar na convergência” (ibid, p.64). Diante desta afirmação, Machado defende que os meios devem ser pensados sobre um conceito sinestésico, que se refere à relação de planos sensoriais distintos num mesmo fenômeno, onde “a música é visual, a escultura é líquida ou gasosa, o vídeo é processual, a literatura é hipermídia, o teatro é virtual, o cinema é eletrônico, a televisão é digital” (ibid, p.72). E prossegue, “a tela (do monitor), torna-se agora um espaço topográfico onde diversos elementos imagéticos (e também verbais, sonoros) vêm inscrever-se, tal como já se pode hoje vislumbrar em ambientes computacionais multitarefas. Do espaço isotópico da figuração clássica [...] passamos agora ao espaço politópico, em que os elementos [...] migram de diferentes contextos espaciais e temporais e se encaixam, se encavalam, se sobrepõem uns sobre os outros em configurações híbridas” (ibid, p.75-76).

Desta afirmação conclui-se que a razão para a crescente proliferação de linguagens híbridas reside na questão tecnológica e midiática, colocando a rede como o meio propulsor “da pluridimensionalidade, da instabilidade e da mutabilidade como categorias produtivas no universo da cultura” (ibid). Apesar da pluralidade característica dos ‘novos meios audiovisuais’, é de comum acordo no campo da semiótica a existência de três grandes matrizes lógicas da linguagem e do pensamento “a partir das quais se originam todos os tipos de linguagens e processos sógnicos que os seres humanos, ao longo de sua história, foram capazes de produzir” (SANTAELLA, 2005, p.20).

Para Lucia Santaella, “a grande variedade e a multiplicidade crescente de todas as formas de linguagem estão alicerçadas em não mais do que três matrizes [...] que além de crescerem na medida exata

em que cada novo veículo ou meio é inventado [...] crescem através do casamento entre meios e atuam como propulsores para o crescimento das linguagens” (ibid). Santaella explica ainda, que as três matrizes podem se combinar e, posteriormente, atuar como propulsoras de novas modalidades, que por sua vez, são compostas de categorias fenomenológicas, levando-nos a concluir que as matrizes de linguagem nunca são totalmente puras e muito menos claramente manifestas.

Posto isso, fica evidente que todas as linguagens existentes possuem algum grau de hibridismo decorrente das submodalidades das três grandes matrizes. Todavia, no contexto da tipografia nas telas e dos seus níveis de hibridismo, uma relação parece se destacar: a relação matriz visual/ matriz verbal. Segundo Ricardo Basbaum, “dentro do campo específico de produção de visualidade delimitado pelas artes visuais, a relação entre imagem e linguagem tem-se colocado como uma das questões mais instigantes e provocadoras [...] por colocar em jogo justamente os limites do que se convencionou designar como regiões do visual e do verbal” (BASBAUM, 2016, p.27).

Pode-se dizer, portanto, que um polo desta relação se localiza na premissa de que a tipografia nas telas não está limitada pelo domínio do estreitamente visual, nos levando a pensar que, a prática se torna um ‘signo figurativo’ no sentido de que “ao mesmo tempo em que aponta para uma peculiaridade das artes plásticas enquanto campo do saber [...] é receptivo, por natureza, a uma multiplicidade de interpretações, ou seja, a cada instante [...] devemos considerar que esteja circundada e travessada por uma diversidade de enunciados, de gêneros e formatos múltiplos” (ibid, p.34).

Desta condição, pode-se sugerir que a tipografia nas telas se desloca a uma experiência vivencial através do gesto de ver/ler,

indicando, por sua vez, uma nova forma de se perceber tipografia: como uma prática autônoma que potencializa suas propriedades plásticas no sentido de construir uma presença sempre renovada, “a partir da constituição de uma dimensão espaço-temporal própria [...] abrindo-se a multiplicidade” (ibid, p.111); como uma prática que atua a partir do conceito de intervenção, “acontecendo como uma reação de enfrentamento dos limites socioculturais a partir da esfera do Sistema de Arte [...] e também, como portadora do papel radical de redefinir a própria natureza de sua possibilidade expressiva, seja através da positivação ou negação do fazer artístico, seja através da ênfase no aspecto transdisciplinar, que caracteriza o território múltiplo da arte” (ibid, p.112-113); como uma prática que promove novas condições de fruição ao usuário. “A contemporaneidade impôs de modo incontornável, a vinculação da contemplação da obra de arte ao paradigma de uma atividade ético/estético/criativa. É nesta direção que a arte neoconcreta lançou a ideia de ‘participação do espectador’, acentuando a sua presença como necessária para provocar o funcionamento das obras” (ibid, p.114).

Arrisco-me a dizer que, a representação máxima deste novo olhar sobre a tipografia se dá nas chamadas fontes *dingbats*, que podem ser compreendidas como “um glifo ou símbolo tipográfico sujeito a desdém por não possuir nenhuma relação aparente com o alfabeto” (BRINGHURST, 2005, p.355). Ora, então, como poderia uma *dingbat* ser considerada uma fonte? Segundo Priscila Monteiro Borges, o fato de não reproduzirem, da forma padrão, as letras, números e símbolos

necessários para uma comunicação visual, não a impossibilita de representar, por outros meios, um alfabeto.

Observamos nas fontes *dingbats* uma relação indicial entre os caracteres da fonte e o alfabeto latino dada pela relação entre a fonte e o teclado [...] pois a programação afeta efetivamente a relação entre as teclas e as imagens visualizadas, mas essa relação não transparece nas qualidades visuais gráficas da fonte. Faz parte da natureza programática da fonte tipográfica estabelecer essa relação indicial com as teclas. Há uma conexão de fato, na medida em que o acionamento de uma tecla gera uma imagem na tela (BORGES, 2011, p. 269).

Destaca-se ainda o fato de que, devido o seu caráter estreitamente icônico, as *dingbats* constroem um espaço comunicacional texto/visual, aberto “a significações variadas, que permite uma pluralidade de interpretações, uma vez que suas qualidades aparentes podem ser associadas a um leque muito maior de experiências colaterais. O processo de significação dessas fontes é construído a partir da experiência com a própria fonte” (ibid, p. 271). Como exemplo, cito a fonte *Whirlybats* criada por Richard Yee e Alex Tomlinson, que, através da tecnologia das fontes variáveis, anima mais de duzentos glifos, que juntos, criam um alfabeto predominantemente visual. Borges ainda ressalta outro ponto importante relacionado as *dingbats*: “por ter forte caráter icônico, as *dingbats* enfatizam interpretantes emocionais, em contraste com as fontes letradas cuja ênfase está nos interpretantes lógicos [...] É um signo aberto a significações variadas, que permite uma pluralidade de interpretações, uma vez que [...] O processo de significação dessas fontes é construído a partir da experiência com a própria fonte” (ibid).

Finalmente, pode-se concluir que, a prática tipográfica no ambiente das telas digitais está marcada por um extenso movimento de convergência de mídias, que por sua vez, expandem as possibilidades comunicacionais da tipografia através da manipulação e articulação dos campos verbal e visual. Seria então, a partir deste cenário, que a tipografia passa a se manifestar como um meio visual autônomo e autossuficiente capaz de redefinir sua própria natureza expressiva através do aspecto transdisciplinar. Por fim, não se pode deixar de lado a importantíssima relação tipógrafo/usuário, que atuam como cocriadores de tendências tipográficas digitais através da recusa sistemática de submissão as lógicas dos instrumentos de trabalho reinventando suas funções e finalidades, trabalhando-as a favor das suas ideias.

REFERÊNCIAS

- BARBIER, Frédéric. *A Europa de Gutenberg: O Livro e a Invenção da Modernidade Ocidental*. São Paulo: EDUSP, 2018.
- BASBAUM, Ricardo. *Além da pureza visual*. Porto Alegre: Zouk Editora, 2016.
- BORGES, Priscila. *Fontes tipográficas digitais: entre a lógica verbal e a gráfico-visual*. Revista Galáxia, São Paulo, v.1, n. 22, p. 262-273, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/5820>.
- BRINGHURST, Robet. *Elementos Do Estilo Tipográfico*. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.
- LAURENTIZ, Paulo. *A Holarquia Do Pensamento Artístico*. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.
- MACHADO, Arlindo. *Arte e mídia*. São Paulo: Zahar, 2007.

POZZER, Katia. *Escritas e escribas: o cuneiforme no antigo Oriente Próximo*. Clássica_Revista Brasileira de Estudos Clássicos, v. 11, n. 11/12, p. 61–80, 1999. Disponível em: <https://revista.classica.org.br/classica/article/view/449>.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras FAPESP, 2001.

____; NÖTH, Winfried. *Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2017.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação*. São Paulo: Zahar, 2011.

VENTOSA, Victor. *Didática da participação: Teoria, metodologia e prática*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016.

A Série: Abstract: The Art of Design (EUA, 2017)

Abstract: A Arte do Design é uma série documental que explora a forma como designers de diferentes disciplinas desenvolvem seus trabalhos, desde a idealização de um projeto (uma ideia abstrata) a concretização de experiências mundialmente reconhecidas. Em menor escala, este capítulo tem como foco, justamente, refletir sobre como a tipografia, quando no ambiente das telas, é idealizada e concretizada a partir da fusão de diferentes elementos plásticos, de linguagem e, obviamente, tecnológicos, propondo, por conseguinte, o desenvolvimento da prática a partir de uma configuração híbrida, onde elementos migram de diferentes contextos espaciais e temporais se sobrepondo uns sobre os outros.

Onde assistir: Netflix

Box musical:

Blueish Blue - Timo Elliston

Rhythmification - Timo Elliston

Juxtapositions - Timo Elliston

These Are Letters - Timo Elliston

Typography - Timo Elliston

6

EDTECHS: A APOSTA NAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA TRANSFORMAR A EDUCAÇÃO

Luciana Livia Gonçalves¹

A Amazon Prime Vídeo estreou em setembro de 2019 a série britânica de ficção científica *The Feed* (2019), que retrata os problemas experimentados por uma sociedade do futuro, excessivamente conectada e dependente do uso da tecnologia digital. Nessa sociedade, um dispositivo implantado no corpo humano chamado *A Fonte* conecta mentalmente as pessoas e lhes permite acessar e compartilhar informações, pensamentos e memórias de forma contínua e instantânea.

A sociedade em *The Feed* parece não ser mais capaz de funcionar sem o dispositivo: os carros dependem dele para serem guiados, a medicina funciona de maneira inteligente e eficientemente integrada digitalmente; a memória foi totalmente confiada à capacidade de armazenamento da tecnologia; cada informação, notícia e instrução sobre qualquer atividade a ser feita está rapidamente ao alcance da mente.

Tom é um psicólogo que atende viciados no dispositivo, entre eles o jovem Danny que, assim como os demais jovens em idade escolar

¹ Luciana Livia Gonçalves é mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2020 – bolsista CNPq) e bacharel em Comunicação Social - Multimeios pela mesma Instituição (2005). Possui experiência na área de comunicação institucional, design gráfico e branding, atuando como coordenadora de comunicação escolar por 10 anos e atualmente com gestão de tecnologias educacionais. Em sua pesquisa de mestrado, investigou os motivos para a escola se transformar na pós-modernidade e as características dessa transformação. É membro desde 2018 do grupo de pesquisa Comunidata. E-mail: lucivia@gmail.com

retratados no seriado, é incapaz de desligar *A Fonte*, ainda que por alguns instantes. Danny e seus jovens amigos interagem de forma exclusivamente digital mesmo quando estão presencialmente reunidos. Quando desconectados, são incapazes de formular frases completas ou manter a velocidade de raciocínio sem o excesso de estímulos provocados pela navegação no fluxo digital de dados e informações. Alguns deles chegam a ter convulsões quando desconectados.

Os jovens, embora transitem de mochila pelas ruas da cidade, não parecem frequentar uma escola ou se reunir com o propósito de aprender de forma estruturada. Eles se encontram em espaços abandonados, digitalmente transformados em cenários de games, para jogar. São obcecados por popularidade na rede, o que lhes conduz por situações perigosas em troca de *likes* e de monetização digital.

Como aprendem as crianças e os jovens no futuro distópico retratado pelo seriado *The Feed*? Qual é o papel da instituição escolar na vida deles, na estrutura da sociedade? A escola existe? Possui relevância? Funciona de que maneira? Com que propósito? Essas são algumas das questões que podemos nos fazer.

O filósofo italiano Franco Berardi (2019) esclarece que a maneira como imaginamos o futuro se transformou ao longo do tempo e no curso da história. Com a sociedade industrial do início do século XX nasce a ideia de progresso, juntamente com a expectativa e a crença no futuro como um lugar de melhoria de vida. O futuro dos modernos possuía duas características tranquilizadoras: a primeira delas é que, em alguma medida, a evolução era possível de ser prevista; a segunda é que o futuro poderia ser modificado pela vontade, pela ação e pela inteligência humana.

O momento histórico da Modernidade inicia-se quando o espaço e o tempo deixam de ser aspectos entrelaçados à experiência da vida e passam a ser teorizados como categorias distintas e independentes, como explica o sociólogo polonês Zigmunt Bauman (2001). A velocidade do movimento através do espaço se torna uma questão do engenho, da inventividade e da capacidade humana em percorrer cada vez mais rápido as distâncias, utilizando para isso tecnologia e meios artificiais de transporte. A construção de veículos de locomoção permitiu ao ser humano se locomover cada vez mais rápido e atravessar distâncias cada vez maiores em intervalos de menor duração. O tempo tornou-se algo possível de se controlar, apropriar, inventar e usar, diferentemente do espaço, inerte, pesado, sólido, impossível ser esticado.

A experiência da passagem do tempo para os modernos era linear e contínua (BAUMAN, 2001). O tempo movia-se em marcha em direção ao futuro, expressando a ideia de progresso das sociedades industriais, diferentemente do tempo cíclico experimentado por sociedades agrícolas na maior parte da história, marcado pela repetição dos dias. As utopias modernas eram declarações de intenções e expressões de fé de que o futuro era algo a ser pensado, projetado e acompanhado em seu processo de produção. Da mesma maneira, Berardi (2019) ressalta a esperança da modernidade no futuro como um lugar onde as promessas do presente se realizariam, esperança que era nutrida pela certeza de que a acumulação do saber produz progresso.

Na última parte do século XX, com o advento das tecnologias digitais, esse sentimento eufórico sobre o futuro começa a se romper. Segundo Berardi (2019), a positividade aos poucos se transforma em negatividade e a promessa em ameaça. O futuro passa a ser percebido como imprevisível e instável, não sendo mais possível fazer qualquer

previsão sobre como ele será, tampouco confiar na eficácia do conhecimento e da ação humana sobre ele.

Bauman (2001) assegura que em nenhum outro momento da história a percepção de habitar um mundo em permanente transformação esteve tão aguçada como no tempo líquido em que vivemos. Fluidez, imprevisibilidade e impermanência são características dos líquidos que, ao contrário dos sólidos, são propensos a mudar e a se mover com facilidade. A metáfora da liquidez, empregada pelo sociólogo (BAUMAN, 2001), evidencia as constantes e aceleradas mudanças desencadeadas, entre outros motivos, pelo avanço tecnológico, pela descontinuidade do ritmo das inovações e pelos novos hábitos de consumo e de comunicação que marcam a contemporaneidade.

Diferentemente do futuro dos modernos, percebido como um lugar para onde a ideia de progresso ensinou a caminhar com esforço e confiança na espera de alcançar a melhoria de vida, a sociedade líquido-moderna teme o futuro e a volatilidade das suas transformações porque perdeu a confiança na capacidade humana de torná-lo menos assustador e mais amigável (BAUMAN, 2001).

O relatório *The Future of Jobs 2020* (WORLD ECONOMIC FORUM, 2020), por exemplo, estima que 85 milhões de empregos serão extintos até 2025 com as mudanças nas divisões de tarefas entre humanos e máquinas. Até essa data, a automação terá alcançado 50% das horas de trabalho nas empresas de médio e grande porte em todo o mundo, resultando em importantes transformações na maneira como as pessoas trabalham, nas categorias de empregos e nas habilidades exigidas para antigas e novas ocupações, o que implicará em transições difíceis para milhões de trabalhadores. Cerca de 97 milhões de novas

atividades profissionais poderão surgir, mais ajustadas à nova divisão entre humanos, máquinas e algoritmos, o que aponta para a necessidade de novas estratégias de adaptação humana.

O que deveríamos estar ensinando às crianças e aos jovens de hoje que os ajudem a sobreviver e progredir num futuro de incertezas tão radicais e de transformações sem precedentes, é o que questiona o historiador israelense Yuval Noah Harari (2018)? Segundo Harari (2018), embora o ser humano nunca tenha sido capaz de prever com exatidão como o futuro será, ele estava convencido de que as características básicas da sociedade humana não mudariam. No século XXI, ninguém é capaz de prever as especificidades das mudanças que testemunharemos, sendo a mudança em si mesma a nossa única certeza.

Como o futuro da escola é percebido e imaginado nesse contexto?

ESCOLAS FECHADAS, TRANSFORMAÇÕES DIGITAIS EM MOVIMENTO

Em abril de 2020, a pandemia do coronavírus SARS-CoV2 ou da COVID-19 havia afastado mais de 1,5 bilhão de crianças e jovens de suas escolas em mais de 190 países, o que representou um desafio sem precedentes para a educação escolarizada em nosso planeta (UNITED NATIONS, 2020). O fechamento das escolas, seguido de restrições ao seu funcionamento, foram estratégias dos governos para conter a disseminação do vírus. O Banco Mundial (WORLD BANK, 2021) considerou a pandemia o maior choque sofrido pelos sistemas educacionais em toda a História.

No Brasil, o percentual de escolas que se mantiveram fechadas até o final do ano letivo de 2020, ou seja, que não retomaram as aulas

presenciais desde o início da pandemia, foi de mais de 90%, segundo o levantamento feito pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP (BRASIL, 2021).

Apesar da crise sanitária ser global e ter afetado pessoas de diferentes realidades socioeconômicas, não se pode dizer o mesmo das suas consequências, que foram mais graves entre os mais vulneráveis. As tecnologias digitais foram ferramentas essenciais para mitigar os efeitos da pandemia em todos os setores da sociedade, o que inclui a educação. Para os estudantes sem acesso à internet, a educação escolarizada foi comprometida ou até mesmo esteve fora de alcance.

De acordo com o relatório *How Many Children and Youth Have Internet Access at Home?* publicado pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF (2020), dois terços das crianças e dos adolescentes em idade escolar no mundo não possuem conexão de internet em suas casas. No Brasil, a pesquisa **TIC Kids Online Brasil 2019** (CGL.BR, 2019) revelou que 16,5 milhões de crianças e adolescentes viviam em domicílios com condições limitadas de acesso à internet quando as escolas foram fechadas e que 4,8 milhões (18%) não tinham acesso à internet em casa. Pouco mais de quinze milhões não dispunham de computadores portáteis, computadores de mesa ou tablet, sendo o telefone celular o principal dispositivo disponível para o acesso à internet.

A exclusão digital os coloca em profunda desvantagem não apenas em relação à aprendizagem escolarizada, num período em que a internet foi essencial para a sua continuidade, mas também em relação à participação na economia moderna, dado o lugar central que as tecnologias digitais ocupam nas sociedades contemporâneas.

Num mundo em que a participação é cada vez mais mediada pela tecnologia, a precariedade ou ausência do acesso à internet pode comprometer o futuro das crianças e dos adolescentes em suas oportunidades. Por esse motivo, Henrietta Fore, diretora executiva da UNICEF (2020), afirma que a falta de acesso à internet está custando o futuro à próxima geração.

Como consequências da pandemia, o Banco Mundial (WORLD BANK, 2021) estima que o aumento absoluto da pobreza de aprendizagem na região da América Latina e Caribe seja o segundo maior em todo o mundo, além da região ser uma das que mais aumentará o número de estudantes com desempenho abaixo dos níveis mínimos de proficiência medidos pelo Programa Internacional de Avaliação de Estudantes – PISA, podendo passar de 55% para 71%.

Apesar disso, o Banco Mundial acredita que o momento histórico abre uma janela de oportunidades para que iniciativas inovadoras se transformem em convencionais na área da educação, tornando os sistemas educacionais melhores, mais eficazes, igualitários e resilientes no futuro. A oportunidade incomparável de mudança que a pandemia desencadeou, segundo o Banco Mundial, é uma alavancagem para o uso inteligente das Tecnologias da Informação e Comunicação – TICs na educação e para a utilização de dados na melhoria da eficiência do ensino e aprendizagem, especialmente dos estudantes mais vulneráveis. Para isso, a redução da desigualdade digital será essencial (WORLD BANK, 2021).

Da mesma maneira, Lucia Dellagnelo, diretora-presidente do Centro de Inovação para a Educação Brasileira – CIEB (2020), reconhece que as consequências graves e duradouras do período tão prolongado de suspensão das aulas presenciais no Brasil não foram a única faceta dos

impactos da COVID-19 na educação: pela primeira vez diversas redes públicas de ensino experimentaram de forma massiva os recursos educacionais digitais e o seu potencial de melhorar a aprendizagem. Isso permitiu que as empresas que desenvolvem tecnologias educacionais tivessem um ano singular. Como exemplo, elegemos a *edtech*² **Árvore**, que se apresenta como uma plataforma com soluções digitais capazes de ajudar a “promover a transformação” da escola (ÁRVORE, 2021d) e de auxiliar as instituições de ensino na formação de “alunos preparados para o futuro” (ÁRVORE, 2021a).

O crescimento da Árvore ilustra a aceleração da transformação digital da educação básica impulsionada pela pandemia, inclusive junto ao setor público. Em 2020, o número de *edtechs* no Brasil subiu de 449 para 566, um aumento de 26,1%. Segundo o Mapeamento Edtech 2020, realizado pelo CIEB em parceria com a Associação Brasileira de Startups – Abstartups (CIEB, 2020), o segmento cresceu não apenas em quantidade, mas também em escala: 63,8% das *edtechs* mantiveram ou aumentaram o seu faturamento no período e 40% ampliaram o número de funcionários. De acordo com os dados, a região sudeste concentra mais da metade de todas as 566 *edtechs* do país: 58,7%.

O ecossistema de *startups*³ no Brasil captou R\$ 11 bilhões em investimento privado nos primeiros três meses de 2021, valor recorde e

2 O termo *edtech* é usado para fazer referência às empresas de tecnologia voltadas para educação. Sua origem vem da abreviação das palavras da língua inglesa *education* e *technology*. Apesar de não haver consenso na definição sobre essa categoria de empresa, o Mapeamento Edtech 2020 (CIEB, 2020) destaca como uma das suas principais características a aplicação sistemática da tecnologia como facilitadora de processos de aprendizagem e de aprimoramento dos sistemas educacionais, gerando efetividade e eficácia.

3 O termo *startup* é empregado pela Abstartup para definir uma empresa que “nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real, do mundo real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, por isso, usa a tecnologia como ferramenta central”. (CIEBP, 2020, p. 10)

equivalente a mais da metade do aporte financeiro recebido em todo o ano de 2020, que foi de R\$ 19,9 bilhões (BRAUN, 2021). O segmento das *edtechs* foi o quarto em maior volume de investimentos, saltando de R\$ 63,8 milhões em 2020 para R\$ 1,26 bilhão apenas no primeiro trimestre de 2021, o que comprova como ele tem se tornado cada vez mais atrativo para grandes investidores.

Atualmente, o setor educacional desponta como o maior em quantidade de *startups* no Brasil. Se observarmos apenas a educação básica, recorte deste estudo, são 47,3 milhões de estudantes e 179 mil escolas (BRASIL, 2021), o que representa um mercado invejável e com um grande potencial de crescimento. Metade das *edtechs* tem atuação voltada para esse segmento e somente 13% conseguiram vender ou oferecer suas soluções para a rede pública em 2020 (CIEB, 2020).

Dellagnelo acredita que o uso de recursos digitais, impulsionado pela crise sanitária global da COVID-19, será incorporado definitivamente pelas instituições de ensino no período pós-pandemia.

PLATAFORMA ÁRVORE: O USO DE ALGORITMOS E A MELHORIA DA APRENDIZAGEM

A Árvore é a maior plataforma brasileira de leitura digital, chamada de “Netflix dos livros” pela Folha de São Paulo (FRANZOIA, 2021). O apelido se deve ao serviço de *streaming* de leitura que a Árvore oferece, com um acervo de mais de 30 mil obras literárias, jornais e revistas do mundo todo, e ao uso que faz de algoritmo para recomendar leituras de acordo com o perfil e os interesses dos alunos e dos professores.

Além do acervo literário, a plataforma disponibiliza conteúdos de atualidades exclusivos, suporte pedagógico para os educadores,

relatórios de acompanhamento de cada aluno e turma, sequências didáticas, projetos de leitura alinhados com as competências e habilidades da BNCC e conteúdo em inglês para atender escolas bilíngues.

Fruto da fusão de duas empresas educacionais em 2019 – a biblioteca digital **Árvore de Livros** e a plataforma de leitura de atualidades **Guten** –, a Árvore aumentou sete vezes o seu número de usuários durante a pandemia de COVID-19, passando de 250 mil estudantes com acesso à plataforma para 1,8 milhão. Desse número, um milhão de estudantes fazem parte da escola pública (MATIAS, 2020). Entre as soluções pensadas para a rede pública de ensino está o download das obras literárias para leitura off-line, tendo em vista a dificuldade de conexão dos alunos. O acesso ao acervo pode ser realizado pelo computador, tablet ou smartphone.

A Árvore está presente nas salas de aula de mais de 3.300 escolas brasileiras, desde comunidades ribeirinhas no Amazonas até colégios de elite de grandes cidades como São Paulo, entre eles Avenues, Saint Paul's e Camino School. O custo da assinatura mensal para as escolas é calculado a partir do número de estudantes matriculados nas instituições de ensino. A plataforma remunera as mais de 600 editoras parceiras na medida em que os livros são lidos pelos usuários.

Em 2020, a Árvore foi reconhecida pela empresa norte-americana de inteligência de mercado educacional **HolonIQ**⁴ como uma das 100 *edtechs* mais inovadoras de toda a América Latina, compondo a categoria Recursos e Experiências Educacionais. A seleção levou em consideração a atratividade das empresas no mercado em que atuam, a

4 <https://www.holoniq.com/>

qualidade e exclusividade dos produtos ou serviços que oferecem, a expertise e a diversidade dos profissionais envolvidos, o capital e a sustentabilidade financeira (ARBEX, 2020). O Brasil se destacou como o país latino-americano com o maior número de *edtechs* listadas.

Além desse reconhecimento, a plataforma também foi uma das 10 empresas premiadas na categoria Legado Pós-pandemia do Prêmio Empreendedor Social do Ano em Resposta à Covid-19 promovido pela Folha de São Paulo, Ashoka, Pacto Global e demais parceiros (REIS, 2020).

No ambiente lúdico e gamificado da Árvore, os leitores ganham moedas virtuais para plantar e manter viva uma floresta, comprando sementes, materiais de jardinagem e água para regar as plantas em crescimento. A metáfora da plantação de árvores remete tanto ao nome da plataforma quanto à sua missão de “plantar a semente da leitura” nas escolas brasileiras (ÁRVORE, 2021a). Podemos acrescentar a esse significado o fato de que enquanto o livro físico precisa da derrubada de árvores para ser produzido, uma vez que o papel é fabricado com a celulose do eucalipto, a leitura digital permite que as árvores das florestas continuem vivas, grandes e fortes.

No site, a metáfora da plantação é figurativizada no uso de diferentes tons de verde da paleta cromática, nas folhas que brotam do logotipo, nas ilustrações de folhagens e no uso de expressões como “a primeira semente”, “plantando histórias” (ÁRVORE, 2021d) e “escolas que semeiam a leitura” (ÁRVORE, 2021a). As ilustrações de folhagem que envolvem a imagem da aluna e dos professores sorrindo reforçam a percepção de sementes que brotaram e geraram bons frutos, no caso os bons resultados de leitura das escolas que utilizam a plataforma educacional.

Imaginação, diversão e encantamento são atributos usados pela Árvore para descrever o seu ambiente digital. Segundo a empresa, as funcionalidades da plataforma para engajamento na leitura, que incluem a gamificação e o uso de algoritmo, foram responsáveis por seus usuários lerem mais do que o dobro de livros da média nacional (ÁRVORE, 2021b).

O algoritmo da plataforma possibilita coletar, armazenar e analisar dados sobre o comportamento de leitura dos estudantes, examinando o que eles escolhem, observam e abandonam, o ritmo e a frequência de leitura. Em 2021, por exemplo, a Pesquisa Leitores Digitais (ÁRVORE, 2021c) sobre o comportamento de leitura na plataforma durante o ano de 2020 concluiu que o conteúdo de atualidades foi acessado predominantemente no horário das aulas, enquanto a leitura de livros ocorreu com mais frequência nos momentos de descanso e lazer. A análise permitiu observar ainda que a taxa de leitura e a quantidade de atividades realizadas pelos estudantes foi maior quando sugeridas e/ou indicadas pelos professores.

Considerando a velocidade de leitura, foi possível identificar padrões de facilidades e dificuldades: alunos do Ensino Médio e dos anos finais do Ensino Fundamental apresentaram mais facilidade com temáticas de fantasia e mais dificuldade com histórias em quadrinhos, lendas e mitos; nos anos iniciais do Ensino Fundamental, os alunos dos 1º e 2º anos tiveram mais facilidade com temáticas relacionadas a animais e fábulas e dificuldade com livros de conceitos e matemática, enquanto os alunos dos 3º, 4º e 5º anos tiveram mais facilidade com temáticas de mistério e mais dificuldade com temáticas relacionadas a games. Livros de poema e de poesia foram os formatos mais difíceis para todos os segmentos.

Dados como esses permitem identificar preferências e dificuldades de leitura, mensurar resultados e, dessa maneira, aperfeiçoar a experiência dos usuários na plataforma, além de orientar as ações de professores, de gestores e de governantes na elaboração de estratégias pedagógicas e de políticas públicas educacionais.

Retomamos nesse ponto a percepção do Banco Mundial (WORLD BANK, 2021) sobre a eficiência e a melhoria da qualidade de ensino que o uso de dados e algoritmos promete trazer para o futuro das escolas. A transformação digital que vivenciamos na atualidade em todos os setores da sociedade, em que cresce exponencialmente a tomada de decisão baseada no uso de dados e de inteligência artificial, também reverbera no universo escolar e no discurso da necessidade de transformação digital da escola para responder com mais eficiência aos desafios de um mundo que se transforma de maneira constante e acelerada.

Nesse contexto, as *edtechs* se apresentam como empresas com soluções digitais capazes não apenas de ensinar os conteúdos pedagógicos de forma mais divertida, engajadora e personalizada aos estudantes, mas simultaneamente observá-los na maneira como aprendem, identificando os tipos de assuntos que lhes interessam, quais problemas são considerados chatos e difíceis por eles, tornando essas informações mais visíveis para gestores e educadores.

TRANSFORMAÇÃO DA ESCOLA: A APOSTA NO DIGITAL

O discurso contemporâneo sobre a necessidade de transformação da educação emerge sustentado pelo que parece ser um consenso: a escola gradativamente se tornou uma espécie de maquinaria antiquada

(SIBILIA, 2012), incompatível com os corpos e as subjetividades dos alunos de hoje e com os desafios que eles precisarão enfrentar no futuro. Essa incompatibilidade é ressaltada nas propagandas das *edtechs*, como podemos observar no site da Árvore (2021a), que promete ajudar a escola a “formar alunos preparados para o futuro”, deixando implícita a dificuldade ou a incapacidade da escola tradicional de fazer isso.

Da mesma maneira, outras *edtechs*⁵ recorrem a essa temática, atribuindo à tecnologia digital a tarefa de operar essa transformação das instituições de ensino. A plataforma **CLOE**, por exemplo, se apresenta como “a evolução que a educação pede”, transmitindo a ideia de que a transformação é algo que a escola não apenas necessita, mas que também almeja (CAMINO EDUCATION, 2021). A *Geekie* (2020) explica que “um novo mundo chegou” e os “estudantes já nasceram nele”. A escola, segundo a *Geekie*, precisa se conectar “à nova era da educação”, estando, portanto, desconectada tanto desse mundo novo, quanto dos recursos digitais que foram fundamentais nessa metamorfose.

Convém explicar o conceito de maquinaria empregado pela antropóloga argentina Paula Sibilía (2012) e que nos permite entender essa percepção de inadequação da escola na contemporaneidade. Ao observar a instituição escolar por uma perspectiva histórica, ela assume os contornos de uma maquinaria criada com o propósito de responder a um conjunto de demandas específicas de um projeto histórico, cuja modelagem de corpos e subjetividades constituiu o principal objetivo da sua origem. Essa localização história remete principalmente à sociedade industrial do século XIX.

⁵ Assim como a Árvore, a CLOE – plataforma digital de aprendizagem da Camino School – e a *Geekie* foram listadas entre as *edtechs* mais inovadoras da América Latina pela HolonIQ, compondo, no entanto, a categoria Ambientes de Aprendizagem.

Coube à escola o papel de disciplinar, civilizar e moralizar as crianças e os jovens, e de dotá-los de determinadas habilidades e aptidões para que se tornassem úteis para a sociedade industrial que se almejava construir (SIBILIA, 2012). Para cumprir essa missão, a escola fincou os seus alicerces em valores como hierarquia, obediência, uniformização, reconhecimento da autoridade, dedicação concentrada, cumprimento das rotinas e valorização do esforço. O que se constata agora, segundo Sibilia (2012), é uma fissura – um desencaixe entre a instituição escolar e os seus alunos – aberta há mais de meio século pela cultura do audiovisual, e que se alargou em um abismo com a chegada dos dispositivos móveis digitais e as profundas transformações que eles desencadearam.

O mundo no qual a escola foi idealizada e colocada em funcionamento já não é mais o mesmo: o fluxo intenso de dados e de informações digitais, do qual podemos acessar e participar em qualquer tempo e de qualquer lugar com os nossos smartphones, se desdobrou em modificações significativas na maneira como construímos e mantemos as nossas relações sociais, trabalhamos, consumimos, nos comunicamos, armazenamos os nossos dados e as nossas memórias, nos entretemos e aprendemos. Tampouco o futuro – ou a expectativa de como ele será – é o mesmo.

É nesse contexto – e impulsionado pela urgência de implementar o ensino remoto durante a pandemia de COVID-19 – que cresce de forma acelerada o número de *edtechs* no Brasil. Elas representam um campo de produção e de circulação discursiva sobre o futuro da escola e sobre o papel fundamental que as tecnologias digitais assumem nessa transformação.

REFERÊNCIAS

- ARBEX, Gabriela. *Estudo inédito lista as 100 edtechs mais inovadoras da América Latina*. Forbes, 11 de junho de 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2020/06/estudo-inedito-lista-as-100-edtechs-mais-inovadoras-da-america-latina/>>. Acesso em: 28 abr. 2021.
- ÁRVORE. *Home*. São Paulo, 2021a. Disponível em: <<https://www.arvore.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- ÁRVORE. *Livros*. São Paulo, 2021b. Disponível em: <<https://www.arvore.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- ARVORE. *Pesquisa Leitores Digitais: um estudo Árvore sobre comportamento de leitura digital nas escolas brasileiras*. 1.ed. 2021c. Disponível em: <<https://arvore.com.br/dados-sobre-leitura-digital>>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- ÁRVORE. *Sobre*. São Paulo, 2021d. Disponível em: <<https://www.arvore.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BERARDI, Franco. *Depois do futuro*. 1.ed. São Paulo: Ubu Editora, 2019.
- BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. *Censo da Educação Básica 2020: notas estatísticas*. Brasília, DF: INEP, 2021. Disponível em: <https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/notas_estatisticas_censo_escolar_2020.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2021.
- BRAUN, Daniela. *Startups atraem investimentos de R\$ 11 bi*. Valor Econômico. São Paulo, 5 de abril de 2021. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/04/05/startups-atraem-investimentos-de-r-11-bi.ghtml>>. Acesso em: 15 ago. 2021.
- GEEKIE. *Home*. São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www.geekie.com.br/>>. Acesso em: 5 set. 2021.
- CIEB – Centro de Inovação para a Educação Brasileira. *Mapeamento Edtech 2020: investigação sobre as tecnologias educacionais brasileiras* [recurso eletrônico]. Disponível em: <https://cieb.net.br/wp-content/uploads/2021/04/Mapeamento-Edtech-2020_web.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2021.

CGI.BR - Comitê Gestor da Internet no Brasil. *TIC Kids Online Brasil 2019: Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil [livro eletrônico]*. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. 1. ed. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123093344/tic_kids_online_2019_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2021.

CAMINO EDUCATION. *Home*. São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://cloeedu.com.br/>>. Acesso em: 07 set. 2021.

FRANZOIA, Ana Paula. *'Netflix dos livros' disponibiliza 30 mil obras digitais e games para incentivar leitura*. Folha de S.Paulo. São Paulo, 25 de janeiro de 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2021/01/netflix-dos-livros-disponibiliza-30-mil-obras-digitais-e-games-para-incentivar-leitura.shtml>>. Acesso em: 12 jul. 2021.

HARARI, Yuval Noah. *21 lições para o século 21*. Tradução: Paulo Geiger. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

MATIAS, Lisandra. *Migração para o ensino híbrido alavanca startups de educação*. Folha de S.Paulo. São Paulo, 17 de outubro de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/10/migracao-para-o-ensino-hibrido-alavanca-startups-de-educacao.shtml>>. Acesso em: 10 jul. 2021.

REIS, Giovanna. *Prêmio reconhece as Top 30 iniciativas sociais no combate à pandemia*. Folha de S.Paulo. São Paulo, 7 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2020/12/premio-reconhece-as-top-30-iniciativas-sociais-no-combate-a-pandemia.shtml>>. Acesso em: 12 jul. 2021.

SIBILIA, Paula. *Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão*. Tradução Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

THE FEED [Seriado]. Temporada 1, 10 episódios. Direção: Carl Tibbetts. Produção: Simon Lewis, Susan Hogg, Channing Powell, Stephen Lambert, Sara Murray e Nick Clark Windo. Distribuição: Amazon Prime Video. Reino Unido, 2019.

UNITED NATIONS. *Policy Brief: Education during COVID-19 and beyond*. 2020. Disponível em: <<https://unsdg.un.org/resources/policy-brief-education-during-covid-19-and-beyond>>. Acesso em: 26 ago. 2021.

UNITED NATIONS. *The Global Risks Report 2021*. 2021. Disponível em: <<https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2021>>. Acesso em: 1 set. 2021.

UNICEF, United Nations Children's Fund; International Telecommunication Union. *How many children and young people have internet access at home? Estimating digital connectivity during the COVID-19 pandemic*. UNICEF, New York, 2020. Disponível em: <<https://data.unicef.org/resources/children-and-young-people-internet-access-at-home-during-covid19/>>. Acesso em: 16 jul. 2021.

WORLD BANK. *Agindo agora para proteger o capital humano de nossas crianças: os custos e a resposta ao impacto de COVID-19 no Setor de Educação na América Latina e Caribe*. Washington DC, 2021. Disponível em: <<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35276>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

WORLD ECONOMIC FORUM. *The Future of Jobs Report*. 2020. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2021.

A Série: The Feed (EUA, 2019)

A série retrata os problemas experimentados por uma sociedade do futuro, excessivamente conectada e dependente do uso da tecnologia digital. Nessa sociedade, um dispositivo implantado no corpo humano chamado A Fonte conecta mentalmente as pessoas e lhes permite acessar e compartilhar informações, pensamentos e memórias de forma contínua e instantânea. A maneira como os jovens em idade escolar são retratados ao longo da série é o meu ponto de partida para pensar como aprendem as crianças e os jovens no futuro distópico construído pelo seriado. A maneira como imaginamos o futuro se transformou ao longo do tempo e com o curso da história. No meu capítulo escrevo sobre como o futuro – sobretudo o futuro da aprendizagem e do trabalho – tem sido abordado no discurso das Edtechs.

Onde assistir: Amazon Prime Video

Box musical:

É tudo pra ontem - Emicida

Queremos saber - Gilberto Gil

Coisa da Geração - Lagum

Rise Up - Andra Day

Duas jornadas - 5 a seco

Um dia eu aprendo... no outro eu agradeço - Manda

Good Job | Cover by One Voice Children's Choir - Alicia Keys

COLETTE: GAMES E DISPOSITIVOS NO FRONT DA RESISTÊNCIA

Marcelo Prioste¹

A partir de agora, convido-os a se aventurarem por um dos territórios mais instáveis e sinuosos de investigação, o tempo presente em que se integra o humano e o maquínico por meio de narrativas audiovisuais multiformes que transbordam de dispositivos integrados em redes semânticas espessas e, ao mesmo tempo voláteis, um espaço social e político por onde filmes e games transitam.

No final do século passado, a utilização do conceito de *hipermídia* foi central para os estudos de comunicação, mídia e cultura que investigavam o impacto que as tecnologias digitais causariam na sociedade de maneira geral. Causava furor e algum temor, a intensificação dos vasos comunicantes que então se construíam entre diversos campos de conhecimento na onipresença de uma máquina computacional a abrir novas frentes para hibridização das linguagens. Antes, nos anos 1960, período em que o conceito foi criado por Ted Nelson (1937-), juntamente como o termo *hipertexto*, a perspectiva central em torno da hipermídia fixava-se no entusiasmo com que se imaginava que as linguagens de programação, ao serem utilizadas pelas pessoas “comuns” em um cotidiano cercado de máquinas digitais,

¹ Organizador desta publicação, é doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela ECA/USP. Atualmente leciona na PUC-SP em cursos de graduação e no PPG em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD). Durante o doutorado desenvolveu pesquisa sobre as formas narrativas do cinema documentário latino-americano com pioneiro enfoque na produção do cineasta cubano Santiago Álvarez Román (1919-1998). E-mail: mprioste@pucsp.br

desencadeariam uma nova perspectiva sem precedentes para o desenvolvimento cultural, social e tecnológico das sociedades.

Nos anos 1990, em uma leitura cujo escopo ainda se pautava em aparelhos como cd-roms, laser discs, memórias de armazenamento e uma internet instável com baixa capacidade de tráfego de dados, o pesquisador e teórico da comunicação Arlindo Machado (1949 – 2020), no texto publicado em 1997 “Hipermídia, o labirinto como metáfora”, ao descrever como seria um “documento hipermidiático”, já antecipava muitos dos aspectos que hoje nos circundam em relação a consolidação de uma dimensão polifônica nas redes, em que tensões e contradições de toda ordem se espalham, a todo momento.

Um documento hipermidiático não exprime jamais um conceito, no sentido de uma verdade dada através de uma linha de raciocínio; ele se abre para a experiência plena do pensamento e da imaginação, como um processo vivo que se modifica sem cessar, que se adapta em função do contexto, que enfim joga com os dados disponíveis. Através de suas bifurcações, de suas proposições múltiplas e ambíguas, das ligações móveis e provisórias entre suas partes, a hiperarquia permite representar o pensamento não assentado dos espíritos que contendem entre si, como a confirmar a máxima de Mikhail Bakhtin de que a verdade tem sempre uma expressão polifônica (MACHADO, 1997, p. 148).

Vinte e cinco anos depois, em tempos de “fakenews”, “deepfakes” e afins, que colocam em cheque desde o pensamento científico, os fatos históricos e tantos outros convalidados pilares do conhecimento humano, a ponto de relativizarem e fragilizarem entendimentos outrora consolidados sobre o real, este “documento hipermidiático” que então se abria para uma “experiência plena do pensamento e da imaginação” e assim explicava as transformações que estavam em

curso, foi descrito por Machado a partir da dicotomia sintagma/paradigma da semiologia. Ao definir a hipermídia por uma estrutura informacional em rede de caráter rizomático que, incessantemente, redesenha sintagmas por meio de contínuas ordenações paradigmáticas, telas, janelas e links são também uma figuração, elementos estruturantes descritos na dimensão **significante** das redes e seu consequente **significado**, ou seja, a experiência de conteúdo multifacetada, polifônica e intensa recuperaria outra formulação dicotômica do pensamento semiológico de Ferdinand de Saussure (1857-1913), cara aos estudos de linguística entre o século XIX e XX, agora signo da nossa experiência contemporânea de mídia e comunicação, como aqui descreveu Machado:

Na sua forma mais avançada e limítrofe, a hipermídia seria algo assim como um texto verbo-audiovisual escrito no eixo do paradigma, ou seja, um texto que já traz dentro de si várias outras possibilidades de leitura e diante do qual se pode escolher dentre várias alternativas de atualização. Na verdade, não se trata mais de um texto, mas de uma imensa superposição de textos, que se pode ler na direção do paradigma, como alternativas virtuais da mesma escritura, ou na direção do sintagma, como textos que correm paralelamente ou que se tangenciam em determinados pontos, permitindo optar entre prosseguir na mesma linha ou enveredar por um caminho novo. A maneira mais usual de visualizar essa escritura múltipla na tela plana do monitor de vídeo é através de "Janelas" paralelas, que se pode ir abrindo sempre que necessário, e também através de "elos" (links) que ligam determinadas palavras-chave de um texto a outros textos disponíveis na memória (MACHADO, 1997, p. 146).

Hoje, se por um lado, a expressão *hipermídia* como conceito estruturante há tempos encontra-se em desuso no meio acadêmico, o território das redes por onde se dá o desenvolvimento de produtos

comunicacionais baseados nos princípios das estruturas não-lineares e intensos processos de interatividade, conduzidos por uma linguagem híbrida e multifacetada, permitem vislumbrar outros aspectos antecipados por Machado nos estertores do século XX. Dentre eles a menção que o texto faz ao filme *Smoking/No Smoking* (França, 1993) de Alain Resnais (1922-2014), uma formulação combinatória de dois filmes que se desdobra em 24 variantes de enredo ficcional, nas quais transitam personagens e situações. Prenúncio das estruturas narrativas cinematográficas em trânsito e diálogo com a lógica digital, vislumbram o papel que a criação “verbo-audiovisual” teria neste processo. Algo que torna-se notório a partir do novo milênio, principalmente com a consagração de plataformas de vídeo como YouTube (2005), de videogames jogados em modo multiplayer online, das redes sociais e, mais recentemente, de sistemas de difusão audiovisual em streaming. Sincronicamente, o envolvimento do espectador/interator ou agente interativo, que acessa, produz e interage com esse produto audiovisual em múltiplas camadas também reformula-se por completo.

No interior desta condição, uma miríade de formas híbridas de audiovisual surgem, na sobreposição de signos dentro do eixo paradigmático se formam novos e improváveis sentidos sintagmáticos, que trafegam por formatos de tela verticais, dissonantes da horizontalidade herdada da tradição pictórica, ou vídeos em loop, de curta e curtíssima duração que esmaecem a ordenação aristotélica do começo, meio e fim, além das transmissões ao vivo, que aglutinam debates e discussões dos mais variados temas ou então das plataformas de exibição como a Twitch.tv, cuja atração principal são as transmissões

de jogadores interagindo com jogos (gameplays)², ou seja, aqui a fruição desloca-se para uma fronteira que reavalia o próprio conceito de interatividade. Assim, a experiência de ser um espectador/interator/navegador envereda por uma audiência maleável, fluida, cada vez mais determinada pelo alinhamento a interesses, conhecimentos e vivências de cada indivíduo, compondo uma dimensão ideológica nesta relação. Nos anos 1970, o teórico dos estudos culturais Stuart Hall (1932-2014) já havia observado esta fluidez mesmo nas rígidas estruturas das grades televisivas. No texto “Encoding and decoding”, Hall apontava que o material televisionado era suscetível a diferentes leituras e interpretações, identificando uma tríade nas relações ideológicas geradas com o então produto televisivo. Seja a aceitação de uma leitura dominante, quando o espectador reconhece e compartilha dos valores ali apresentados, a negociada, que é parcialmente aceita, mas comumente entra em choque com valores e condições locais, o que muitas vezes envolve questões raciais, de gênero e classe. E a leitura resistente, a que radicaliza a posição anterior, reconhecendo naquilo assistido como sendo uma afronta a sua interpretação da realidade. Como sintetizado pelo pesquisador Robert Stam:

Texto, dispositivo, discurso e história, em suma, encontram-se todos em jogo e em movimento. Nem o texto nem o espectador são entidades estáticas, pré-constituídas; os espectadores moldam a experiência cinematográfica e são por ela moldados, em um processo dialógico infinito.

2 Em 2021, o vídeo mais assistido na internet brasileira foi a transmissão ao vivo do Free Fire Worlds Series, realizado em Singapura no mês de maio, com mais de 12 milhões de visualizações. Foi a final do campeonato Mundial de Free Fire, um popular jogo para celular no estilo "battle royale" cujo principal objetivo é garantir a sobrevivência do personagem em disputa com outros jogadores em um cenário variável. Fonte: <https://www.istoedinheiro.com.br/youtube-2021-confira-os-ideos-mais-populares-do-ano/>

O desejo cinematográfico não é apenas intrapsíquico, é também social e ideológico (STAM, 2003, p. 256).

Portanto, entende-se aqui a concepção de dispositivo no sentido de um aparato de técnica e linguagem que, apesar de orquestrar a experiência fílmica do espectador por completo, ou seja, nascendo na clássica concepção de sala escura, projetor e tela branca como invólucro que isola, garante a imersão e dá os contornos da espectralidade, esta, por sua vez, sempre estará submetida às vicissitudes próprias da subjetividade, como observaremos nas relações entre os games e o cinema.

Ao longo das últimas duas décadas, tem-se observado uma multiplicidade de vasos comunicantes entre a linguagem cinematográfica e os games. Ao se flexionarem a elementos da forma fílmica, seja na condução da narrativa, na composição imagética ou como dispositivo cinematográfico em potencial, pois há muito tempo nos jogos tornou-se frequente a inserção de sequências cinemáticas. Situação em que o jogador perde o poder de ação direta sobre os personagens para assistir ao desenrolar da trama até uma próxima fase, retomando o controle da ação.

No caso de *Colette* (EUA, 2020)³ dirigido por Anthony Giacchino (1969), vencedor do prêmio do Oscar de 2021 na categoria melhor curta-metragem documentário, a produção não faz parte da estrutura narrativa do game *Medal of Honor: above and beyond*, mas sim disponível ao acesso na galeria de conteúdo audiovisual, onde há outros materiais com relatos de sobreviventes e ex-combatentes que lutaram contra o

3 Disponível na galeria de mídia do videogame *Medal of Honor: Above and Beyond*, o curta também foi divulgado pelo jornal inglês *The Guardian* e encontra-se disponível em seu canal no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=J7uBf1gD6JY&t=1s>

nazismo, descrevendo ações e até ambientes reproduzidos no interior do jogo. O cerne do filme está em nos apresentar Colette Marin-Catherine (1929), heroína da resistência francesa ao nazismo que, ao ser contatada pela pesquisadora Lucie Fouble, é convencida a visitar as ruínas do campo de concentração Mittelbau-Dora na cidade alemã Nordhausen, local em que seu irmão, Jean Pierre, também membro da resistência, foi preso e assassinado.

Criado em 1999, Medal of Honor é um jogo de tiro em primeira pessoa (“first person shot”, FPS) desenvolvido originalmente pela produtora de games DreamWorks Interactive, criada quatro anos antes. O game foi um dos primeiros a ter seu material criativo compartilhado com uma produção cinematográfica, os efeitos sonoros e a inspiração para algumas missões do jogo. O filme é “O Resgate do soldado Ryan” (EUA, 1998) dirigido por Steven Spielberg (1946), um dos fundadores da empresa. Ao longo dos anos, a franquia sofreu altos e baixos de popularidade, principalmente a partir da entrada no mercado de outros games do tipo FPS com ambientações similares, como Battlefield (2002) e Call of Duty (2003).

Desde sua primeira edição, Medal of Honor já carregava uma ânsia por estabelecer vínculos com o mundo histórico, sempre pela perspectiva estadunidense. Fato que lhe rendeu algumas controvérsias, como na primeira versão, ao inserir símbolos nazistas como a suástica, o que foi proibido pela legislação alemã e de alguns outros países europeus, que autoriza este uso apenas em materiais para estudo histórico, enquanto no mercado japonês e dos EUA não houve qualquer restrição (MORTENSEN; LINDEROTH; BROWN, 2015). Ou quando, na versão de 2010, teve de voltar atrás e renomear a equipe inimiga como “força opositora” (opposing force) após tê-la denominado

originalmente como “equipe talibã” (taliban team), permitindo inclusive que o jogador pudesse atuar como integrante do grupo extremista, o que gerou protestos de organizações e familiares de ex-combatentes⁴.

Na edição mais recente, lançada em 2020 e projetada especificamente para sistemas multiplayer com o uso de óculos específicos em Realidade Virtual⁵, Medal of Honor volta a seu cenário de origem, a Segunda Guerra Mundial. Ali o jogador é um dos agentes do Office of Strategic Services (OSS), um grupo de resistência que deve cumprir missões na França ocupada pelos nazistas. Enquanto que, no curta-metragem Colette, ao longo de quase 25 minutos, acompanhamos a viagem à Alemanha da nonagenária heroína da resistência francesa.

A narrativa tem início com Colette preparando sua mala para uma viagem que até então ela se negava a fazer. Ir até a Alemanha visitar o campo de concentração em que seu irmão, assim como ela integrante do grupo de resistência francesa, foi encarcerado e morto, era uma tarefa muito angustiante. Fato que ela declara logo no início. Logo em seguida passamos a conhecer aquela que será sua companheira de viagem. Numa visita ao museu da Segunda Guerra Mundial da cidade francesa de Saint-Omer, acompanhamos a estudante de história Lucie Fouble apresentar a alguns visitantes fotos das vítimas do campo de concentração de Nordhausen, tiradas logo após a chegada do Exército estadunidense. Ao comentar um painel do museu, Fouble indica aquele que será um dos principais intentos desta realização: "em vez de somente listar os seus nomes, estes retratos humanizam aqueles que

4 <https://www.wired.com/2010/10/medal-of-honor-taliban/>

5 O game foi especialmente desenvolvido para os Oculus Rift, equipamento de realidade virtual desenvolvido e fabricado pela Oculus VR, que em 2014 foi adquirida pela então empresa Facebook, atualmente Meta.

morreram no Campo" (2'13"). Por meio da sua narração em off, descobrimos então que Fouble trabalha numa pesquisa para elaboração de um dicionário biográfico com os nove mil franceses que foram deportados para o campo de Nordhausen. A seguir observamos a jovem pesquisadora nos arquivos identificar que, na ficha Jean-Pierre Catherine, irmão de Colette, faltam dados, inclusive sua foto, no momento em que anuncia a inédita experiência, para ambas, de irem até o que restou daquela prisão.

Celebrada como heroína da resistência, da qual passou a fazer parte como agente de reconhecimento em 1944 aos dezesseis anos, a senhora recebe a jovem em seu apartamento para acertarem os detalhes da viagem. Curiosamente, Fouble pede para levarem com elas o retrato do irmão de Colette, Jean-Pierre, que está pendurado na parede da sala. Ela lembra que aquela foto foi tirada por seu pai com uma câmera escondida, conseguindo fazer esse registro do jovem preso aos dezessete anos, pouco antes de ser deportado para a Alemanha. Na fotografia emoldurada, entremeada por grades e telas de proteção, um rapaz mantém o olhar altivo na direção do horizonte.

Esse é o primeiro momento em que Colette revela seu desconforto com aquela situação. Confessa que nunca foi ao local em que o irmão morreu por questionar esses "mórbidos passeios turísticos" em que se transformam as visitas a esses locais. Porém, ali pareceu ter sido convencida por Fouble – e/ou pela produção do filme – e assim empreendem a viagem. Enquanto se dirigem ao trem que as levará a Alemanha, em off entram diálogos em que Fouble se diz muito admirada pela coragem de Colette e sua família, uma vez que apenas "1% da população francesa resistiu ativamente antes da chegada dos aliados"

(7'34"). Uma conversa mesclada por diversas imagens de arquivo da família de Colette e de ações da resistência francesa.

Ao chegarem à cidade de Nordhausen, o filme flagra um grande mal-estar em um restaurante, no momento em que um político local, um ex-prefeito, resolve fazer uma "homenagem" aos visitantes. Interrompendo o jantar e quebrando o ambiente aparentemente descontraído de conversas amenas, dizendo com voz embargada que eles ali "como alemães, reconhecem seus erros e sua culpa". A câmera então capta as expressões de desconforto de Fouble, Colette e equipe. A homenageada então pede um basta imediato para aquela fala, dizendo que aquilo já era o bastante para ela. A inserção desta sequência no documentário reafirma o projeto na intenção de ancorar-se no real, uma vez que, para Colette, a experiência da Guerra não foi fruto de uma narrativa histórica, como a pesquisa da jovem estudante, nem tampouco o cumprimento de uma missão "gamificada", como a de parte da audiência naquele momento, ou mesmo uma iniciativa de "conscientização" para novos públicos, a motivação da equipe, mas uma vivência corporificada, pessoal, tangível em trauma e dor. O que será exacerbado no dia seguinte, quando as acompanhamos na ida ao campo de concentração e de trabalhos forçados Mittelbau-Dora. Um letreiro sobre a paisagem nos revela que, por aquele agora espaço arborizado e tranquilo, nos anos 1940 passaram 60 mil prisioneiros, dos quais 20 mil ali morreram.

Um grande desconforto em reviver aquelas memórias perpassa toda a visita de Colette aquele sítio. A sequência começa mostrando restos de trilhos do trem por onde chegavam os prisioneiros e ruínas das construções que os confinavam, enquanto Fouble descreve, de acordo com suas pesquisas, cada espaço e cada situação pela qual

passavam os prisioneiros. Há um momento em que ambas choram e Colette lamenta não ter trazido flores, nem ter pensado em qualquer tipo de homenagem ao irmão. Mais adiante questiona a pesquisadora: “Eu não sei como esses detalhes mórbidos auxiliam em seus estudos. Não podem enriquecer sua documentação” (16'22"). Após alguns instantes de um impasse constrangedor, Fouble responde: “É que isso ajuda a contar a história dele (Jean-Pierre) para que o passado seja lembrado”. E então Colette responde com um tom de lamento: “bem, demorei tanto para esquecer...”.

Adiante elas irão visitar uma outra área do campo, local das oficinas subterrâneas para onde os prisioneiros eram levados ao trabalho forçado fora do alcance de um provável bombardeio. Ali eram construídos diversos armamentos de guerra, dentre eles o primeiro míssil balístico de longa distância, o V2. Com imagens de arquivos de prisioneiros ao fundo, um letreiro lembra a triste ironia: mais pessoas morreram construindo os V2 do que as que foram vítimas de seus ataques.

Ao adentrarem pelo túnel das oficinas, se deparam com restos da carcaça de um míssil V2. Colette comenta a imagem: “monstruosa”. Naquele ambiente lúgubre, um letreiro nos informa que “a maioria dos trabalhadores ali morria com um mês de trabalho. Jean-Pierre morreu em 22 de março de 1945, três semanas antes das tropas estadunidenses liberarem o campo” (18:48).

Por fim, elas se dirigem à construção que abriga o forno em que os corpos dos presos eram incinerados e ali Fouble pergunta: “Você está nervosa por estar aqui?”. Colette diz: “Eu já passei da raiva, já estou um pouco sobrecarregada pelo horror”. Na saída, em meio a lágrimas e lembranças, a jovem recebe de Colette um anel de metal que Jean-Pierre

fez para sua mãe quando tinha por volta de treze anos. Nele a gravação de seu nome está incompleta, há apenas "J-P".

De maneira geral, a filmagem preservou os princípios da não-intervenção consagrados pelo *cinema direto*, a equipe garante sua invisibilidade enquanto as personagens agem “naturalmente” sob orientações de um percurso aparentemente roteirizado. Há apenas dois trechos em que uma instabilidade na composição dos planos revela o imprevisto de algo captado no calor da circunstância. É quando no restaurante o político local constrange Colette com seu mea-culpa e o momento em que, muito abalada emocionalmente ao sair do espaço que guardava o forno crematório, Colette resolve dar o anel como recordação para Fouble.

Como um projeto de conscientização, o filme optou pelo viés da sensibilização a partir do rememorável por meio de três discursos convergentes de reiteração, o pessoal intimista, o histórico e o fílmico. Iniciativa que aniquila qualquer descrença em relação ao transcurso daqueles fatos. De um lado a emoção da veterana da resistência expressa em falas, choros e no corpo fragilizado pela idade, de outro a jovem pesquisadora, carregada de dados e informações históricas e, fechando a tríade, a asserção fílmica em fotos de arquivo, letreiros e enquadramentos. Como no trecho em que o esqueleto enferrujado de um V2 filmado no interior da “oficina caverna” assemelha-se a uma descoberta arqueológica. Uma criatura mecânica inerte no solo, aprisionada nas profundezas da terra que assevera o caráter trágico e brutal de todo aquele contexto (17:58).

Em 2020, relatos sobre a nefasta ação nazista contra os judeus na Segunda Guerra Mundial poderiam ser um tema já exaurido na criação de novas obras. Principalmente depois de tantas produções que, tanto

na ficção como no documentário, pareciam já o terem explorado ao extremo. Como único exemplo lembremos do emblemático “Shoah” (França, 1985), dirigido por Claude Lanzmann (1925-2018) que, ao longo de mais de nove horas de duração, apresenta relatos dramáticos de vítimas sobreviventes e seus algozes para, a partir de intensidade de testemunhos, esmiuçar em detalhes as implicações éticas e morais daquele drama. Porém, neste momento histórico, parece ser cada vez mais imprescindível manter em riste o discurso antifascista pois, infelizmente, é notório hoje que ideologias extremamente similares aquelas da década de 1930 tem adentrado pelo mundo digital, angariando corações e mentes.

No mundo dos games não há dor física, e quando psíquica, limita-se a subjetividade de um sofrimento com a derrota, o que talvez gere frustração carregada por algum sentimento de inadequação. Escalas distintas portanto, que se impõem como um abismo quando defronte de um real conflito armado e, principalmente, à dimensão do terror promovido pela ação nazista no século XX. Assim, por um lado soaria ingênuo considerar que, ao termos um videogame como plataforma para a exibição de um filme, haveria uma plena experiência que possa ser compartilhada com aquele que, momentos antes ou depois, estará novamente mergulhado nos obstáculos de um campo de batalha virtual, desviando-se e efetuando disparos com seu rifle digital. Percebe-se que a orientação de todo projeto foi separar o filme da mecânica do game, pois nada na linguagem fílmica explora as técnicas oferecidas pela realidade virtual, como a possibilidade de uma visualização imersiva em 720° e/ou interação operativa com o enredo. Apesar da temática comum de tempo, espaço e enredo, uma vez que uma das personagens do game

é Manon, uma líder da Resistência e a ação concentrar-se no território francês ocupado.

Mesmo considerando a inusitada circunstância de assistir a um filme no entremeio de uma experiência imersivo interativa poderia promover outros níveis de envolvimento, ocorrência que até mereceria uma investigação mais apurada. Neste caso, ao refletirmos sobre a capacidade que o “dispositivo clássico” carrega a partir daquilo que o pensador Edgar Morin (1921-) define como uma usina de “projeções-identificações” correlatas às situações oníricas em que:

A ausência ou o atrofiamento da participação motriz, prática ou ativa (cada um destes adjetivos tem mais valor que os outros, segundo o seu caso particular), está estreitamente ligada à participação psíquica e afetiva. Não podendo exprimir-se por atos, a participação do espectador interioriza-se. A cinestesia do espetáculo escoa-se na coenestesia do espetáculo, isto é, na sua subjetividade, arrastando consigo as projeções-identificações. A ausência de participação prática determina, portanto, uma participação afetiva intensa: operam-se verdadeiras transferências entre a alma do espectador e o espetáculo da tela (MORIN, p. 155, 1983).

Estranhamente, talvez até de forma involuntária que, ao seu final, quando os créditos já tomam parte da tela, há um único trecho talvez seja capaz de promover uma intersecção entre dispositivos capaz de amplificar a mensagem proposta pelo projeto, uma “participação afetiva intensa”. É uma conjunção momentânea, em que a clássica condição descrita por Morin de uma inatividade motriz irá se contrapor a dos óculos imersivos que, naturalmente, seriam um convite ao movimento. Tudo se dá em um plano sequência de menos de um minuto de duração, numa lenta aproximação frontal na direção de Colette e Fouble, que segura o retrato de Jean-Pierre. Ao fundo, entoada por vozes

femininas, a canção "Le Chant Des Partisans"⁶, hino da resistência, explicita a busca por uma transmissão geracional da experiência de enfrentamento ao fascismo/nazismo, um alerta sobre a violência da guerra. O jogador/espectador fica imobilizado, mesmo vestido de todo aparato técnico para efeito sinestésico. O movimento de câmera, o plano-sequência se impõe, atraído pelo olhar das personagens na direção do enquadramento. Um efeito vórtice na quebra de quarta parede que absorve e convoca aquele que assiste, entrelaça personagens e espectador, funde campo e contracampo.

Assim, por um lampejo em seu desfecho, o curta-metragem nos faz refletir sobre aquilo que o escritor e diretor Jean-Louis Comolli (1941-) levantou em "Como filmar o inimigo?". Publicado originalmente em 1997, no texto o autor analisa os desafios por ele enfrentados ao filmar a expansão da extrema direita na mesma França, nas décadas de 1980 e 1990, documentando as ações de políticos integrantes do partido FN (Frente Nacional) e seus apoiadores em filmes como *La Campagne de Provence* (França, 1992) e *Marseille en Mars* (França, 1993). Comolli ressalta que, descrever os atos e nomear os inimigos apenas não basta, que a mera denúncia talvez não seja mais o bastante. Seria fundamental um "corpo a corpo cinematográfico" e assim "expor, explicar, colocar as palavras, e os corpos em perspectiva, e não mais chapados. Filmar com profundidade (de campo, de cena). Campo e fora de campo. Visível e invisível. Em relevo, colocar em relevo" (COMOLLI, 2008, p. 134). Por este

6 Le Chant Des Partisans ou Canção da Libertação tornou-se o hino da Resistência Francesa durante a ocupação pela Alemanha nazista durante a Segunda Guerra Mundial. Composta em 1941 por Anna Marly (1917-2006), cantora e compositora de origem russa que em 1940 deixou a França para viver em Londres. Em 1943 a canção teve a letra adicionada pelo romancista franco-argentino Joseph Kessel (1898-1979) e seu sobrinho, o também escritor Maurice Druon (1918-2009).

propósito, afinal, qual seria hoje o real inimigo a ser combatido? Apenas os ideários que alimentam regimes suprematistas e totalitários ou também, e principalmente, a indiferença a eles instalada? Portanto, observa-se que, é no seu desenlace despretenso que o filme coloca sua mais relevante tensão. Quase como um “anti-game”, o olhar constrito das personagens para onde a câmera avança nega-se à experiência lúdica do jogo digital, aquele em que a morte e o sofrimento diluem-se em vibrantes e luminosos pixels.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Campinas: Papirus Editora, 2006.
- COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e poder. A inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário*. Tradução de Augustin de Tugny, Oswaldo Teixeira e Ruben Caixeta. Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- HALL, Stuart. “Encoding/decoding.” In KELLNER, Douglas M; DURHAM, Meenakshi Gigi (orgs.). *Media and Cultural Studies: keywords*. Malden, USA: Blackwell publishing, 2006. pp. 128–38.
- MACHADO, Arlindo. “Hipermissão: o labirinto como metáfora”. In: *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997. p. 144-154.
- MORIN, Edgar. A participação cinematográfica. In: XAVIER, Ismail (org.). *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal, 1983. p. 150-165.
- MORTENSEN, Torill Elvira; LINDEROTH, Jonas; BROWN, Ashley ML (orgs.). *The Dark side of game play: controversial issues in playful environments*. Nova Iorque: Routledge, 2015.
- SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. Trad. Antônio Chelini, José Paulo Paes, Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix, 2006.

STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema*. Tradução Fernando Mascarello. Coleção Campo Imagético. Campinas: Papirus, 2003.

FILMOGRAFIA:

COLETTE. Dir.: Anthony Giacchino. EUA, 2020. Curta-metragem (25 min.), son. cor. Disponível em: <https://youtu.be/J7uBfgD6JY> Acessado em 22/02/22.

SHOAH. Dir.: Claude Lanzmann. França/Reino Unido, 1985. Longa-metragem (566 min.), son. cor.

SMOKING/NO SMOKING. Dir.: Alain Resnais. França, 1993. Longa-metragem (298 min.), son. cor.

O Curta-metragem: Colette (EUA, 2020)

Colette integra a galeria de conteúdo audiovisual do videogame Medal of Honor: above and beyond. Sendo que, pela primeira vez, uma produção exibida no interior de um jogo recebeu o prêmio Oscar, neste caso sendo considerado o melhor curta-metragem documentário em 2021. Como um libelo antifascista sensível e contundente, o filme apresenta Colette Marin-Catherine(1929-), heroína da resistência francesa que, convencida pela jovem historiadora Lucie Fouble, visita as ruínas do campo de concentração Mittelbau-Dora na cidade alemã Nordhausen, local em que Jean Pierre, seu irmão, foi preso e assassinado pelos nazistas.

Onde assistir: You Tube

Box musical:

Le chant des partisans - Yves Montand

Bella Ciao - Manu Chao

All You Fascists - Woody Guthrie

8

DEPOIS DO FIM DA REALIDADE CONSENSUAL

Marcus Bastos

O mundo contemporâneo partiu-se ao meio, e com esta divisão desapareceu o esforço por encontrar formas equilibradas de descrever a realidade. Muitos especialistas têm chamado este contexto de *pós-verdade*. Mas o termo é enganoso, pois pressupõe um conceito estável de verdade que nunca existiu. Apesar de referir-se à ciência, a definição que Charles Sanders Peirce propõe para o conceito de verdade pode ser extrapolada para os processos de mediação em geral, entendidos como os suportes através dos quais as sociedades debatem os principais aspectos de seu funcionamento. Ele considera a verdade como um consenso permanente de cientistas que, com seus métodos, colocam a realidade à prova o tempo todo, e encontram formulações provisórias sobre aquilo que do mundo foi possível captar. Estas formulações serão sempre corrigidas por novas investidas, e sempre desafiadas por acontecimentos do próprio mundo, de modo que a verdade se constitui em um constante processo de negociação e atualização. Um aspecto importante do pensamento *peirceano* é esta interferência do mundo, que se apresenta de forma insistente aos sentidos, estimulando de forma ininterrupta a percepção. Isto implica em um ponto-de-vista que tem um elemento realista¹, pois pressupõe uma realidade autônoma, que

1 A respeito do realismo em Peirce, ver: ROBERTS, Don D. *On Peirce's Realism*. In: **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, Vol. 6, No. 2 (Spring), pp. 67-83. Bloomington: Indiana University Press, 1970. O autor mostra como há um certo consenso em torno do fato de Peirce ter declarado, em seus primeiros escritos, uma posição realista que, para a maioria dos comentadores, vai perdurar por boa parte de sua obra. Mas o texto também introduz algumas visões divergentes, que argumentam que, em

afeta os processos de produção de conhecimento, na medida em que proporciona novas compreensões do mundo conforme os sentidos se apropriam de elementos antes não captados².

Este entendimento da verdade como um consenso é formulado de maneira mais sistemática por Habermas, na obra *Knowledge and Human Interests*. No livro, o teórico da comunicação alemão considera a ciência um processo cumulativo, que tem por objetivo prever as coisas de forma bem-sucedida e submeter seus resultados a um método de controle por comentários críticos. Da mesma forma que em Peirce, apesar de tratarem de ciência, as ideias de Habermas podem ser extrapoladas para os processos de mediação em geral. O próprio autor sugere esta passagem, ao formular o conceito de *ações comunicativas*. Apesar desta premissa semelhante, o texto de Habermas examina de forma minuciosa o modo como a filosofia se debruçou sobre o problema do conhecimento, para culminar no entendimento *nietzschiano* de que a cognição é filtrada pelo humano. No entendimento de Nietzsche, conforme o relato de Habermas, os instintos de sobrevivência do animal homem afetam os modos com que os sentidos captam o mundo ao redor do corpo. Desta perspectiva, o conhecimento seria uma forma que o homem encontra para formular seu lugar no mundo. Ou seja, diferente de Peirce, há um entendimento de que os processos do corpo (sejam eles viscerais ou subjetivos) se misturam à realidade, na medida em que a

consequência de certos desenvolvimentos em seu pensamento, Peirce teria se aproximado do nominalismo. Esta mudança, todavia, explica Don, “não contradiz a visão padrão como eu a caracterizei”.

2 Ver, por exemplo, a definição de verdade proposta em *How to make our ideas clear*, artigo publicado na revista *Popular Science Monthly* 12 (January 1878), 286-302: “The opinion which is fated to be ultimately agreed to by all who investigate, is what we mean by the truth, and the object represented in this opinion is the real. That is the way I would explain reality”. Disponível online em <https://courses.media.mit.edu/2004spring/mas966/Peirce%201878%20Make%20Ideas%20Clear.pdf>

percepção é indissociável dos modos pelos quais o corpo apreende o mundo³.

Em *The Reality of the Mass-Media*, Nikolas Luhmann desenvolve argumentos semelhantes, ainda que seu ponto de partida não seja a ciência mas a maneira como os processos de comunicação constituem uma rede complexa, que oferece aos homens os elementos que lhes permitem compreender sua realidade. Ele já não fala em verdade, mas em realidade, e parte do princípio que existe um tripé, formado pelo jornalismo, pela publicidade e pelo entretenimento, que movimenta os processos de construção do real. Luhmann aborda tanto o aspecto consensual desta realidade mediada, quando afirma que “sabemos que as pessoas podem apenas voar numa aeronave e não, por exemplo, em tapetes mágicos”, quanto seu caráter coercitivo, quando afirma que “as construções da realidade oferecidas pela mídia de massa têm efeitos de longo alcance no que pode ser observado como a liberdade na sociedade”⁴. Com um texto organizado em torno de processos culturais mais pragmáticos, ao invés de processos científicos mais abstratos, Luhmann não chega a entrar no debate sobre a relação entre realidade e percepção, que aparece em Peirce e Habermas. Mas, seu pensamento parece aproximar-se da posição peirceana — na medida em que pressupõe uma realidade que insiste em nos fazer entender que não é possível voar em tapetes mágicos.

Se as visões de Peirce e Habermas apontam para o aspecto negociado da verdade científica, Luhmann acrescenta um elemento em

3 Ver HABERMAS, Jürgen. *Psychoanalysis and Social Theory: Nietzsche's Reduction of Cognitive Interests*, in: **Knowledge and Human Interests**. Boston: Beacon Press, 1971 [1968]. pp. 274-300.

4 Cf. LUHMANN, Nikolas. *The construction of reality*, in: **The Reality of Mass Media**. Palo Alto: Stanford University Press, 2000 [1996]. p. 86.

certo sentido tirânico, em consequência desta negociação das bases por meio das quais se entende a realidade acontecer de forma assimétrica, em função da existência de instâncias através das quais uma minoria interfere nas visões da maioria. Portanto, ao se deslocar do campo da ciência para o campo das comunicações, e transformar um debate sobre o conceito de verdade científica em uma reflexão sobre a construção da realidade, o problema dos modos com que se estabelece o consenso em torno de certas ideias usadas como âncoras para explicar o mundo ganha novos aspectos. Este ponto de vista, que pressupõe certo controle do tecido social, é recorrente nos pensamentos mais contemporâneos sobre as culturas e as sociedades, provavelmente como resultado das formulações do estruturalismo e do pós-estruturalismo, que propuseram que os homens são atravessados por vetores econômicos, sociais, políticos e ideológicos que afetam (alguns diriam: condicionam) seus modos de agir. Mas esta abordagem nem sempre ganha as tintas negativas tal qual autores como Luhmann. Um exemplo aparece em *A interpretação das culturas*, de Clifford Geertz:

O conceito de cultura que eu defendo, e cuja utilidade os ensaios abaixo tentam demonstrar, é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície⁵.

5 Cf. GEERTZ, Clifford. *Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura*, in: **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989 [1973]. p. 4.

Geertz resume, numa formulação sintética, aspectos de todos os autores apresentados, na medida em que pressupõe a cultura como uma cadeia de afetamentos mútuos: a cultura é um tecido construído pelos homens, que acabam modificando-a a partir dos próprios elementos que ela lhes fornece — e assim sucessivamente, num ciclo contínuo de retroalimentação. O conceito de cultura se refere a um fenômeno diferente, que recorta um aspecto do que se costuma chamar de realidade. Verdade também é diferente, pois cultura e realidade são ambientes que envolvem acontecimentos enquanto verdade é algo que se deduz a partir de conjuntos. Como ponto de partida a ser mais bem examinado, este artigo propõe extrapolar provisoriamente a lógica que Geertz formula para a cultura, a estendendo aos conceitos de verdade e realidade. Nesta transposição, não importa se a realidade insiste em se apresentar aos sentidos, levando a novas percepções de coisas antes não notadas, ou se ela se mistura aos processos do corpo, e assim só existe já misturada à interpretação humana. Esta cadeia de afetamentos mútuos entre o que existe no mundo e o que o homem produz a partir dele faz com que ambas as coisas se sobreponham em um arranjo intrincado. De fato, os conceitos de verdade e realidade em Peirce, Habermas e Luhmann já contêm a ideia de uma lógica de afetamentos mútuos, na medida em que todos pressupõe uma trama complexa de relações entre mundo e linguagem.

Em consequência do entendimento de que verdade, realidade e cultura são fenômenos que dependem de uma certa conjuntura e, portanto, são mutantes, é possível pensar que não existe uma verdade, uma realidade ou uma cultura, mas verdades, realidades e culturas que convivem em paralelo, e eventualmente podem se chocar. Ao invés de um tecido único, verdades, realidades e culturas são como mosaicos.

Isto acontece por não haver um consenso planetário sobre as coisas, mas uma miríade gigantesca de diferentes consensos resultantes da infinidade incomensurável de grupos que participam das inúmeras — e bastante diferentes entre si — culturas existentes. Neste sentido, não existe mesmo uma verdade única, mas isto não quer dizer que não existam acontecimentos concretos e verificáveis que informam os diferentes modos de compreender o mundo, tampouco que estes diferentes olhares não sejam autênticos, e legítimos. Para usar o termo formulado pelo semioticista russo Mikhail Bakhtin, o mundo é polifônico⁶, ou seja, ele abriga as mais diversas visões, que convivem entre si, e disputam a atenção das pessoas.

Mesmo que a lista de autores que formulam definições da verdade como algo consensual e negociado pudesse ser ampliada, a esta altura esta abordagem já está representada de forma suficiente para ficar claro como ela teve certa predominância no pensamento teórico mais recente. Desta breve discussão sobre o tema, pode-se apreender o fato de que não há uma verdade única e estável, mas que o desenrolar dos acontecimentos vai aperfeiçoando e tornando mais complexo os entendimentos possíveis do mundo. Certamente esta perspectiva não é consensual, o que não deixa de ser irônico, pois a coloca numa posição

6 Em *Desenvolvimento do conceito bakhtiniano de polifonia*, Vera Lúcia Pires afirma: "Mikhail Mikhailovich Bakhtin (1895-1975), na década de vinte do último século, lançou a ideia de polifonia, empregando o conceito na análise da ficção dostoiévskiana e sugerindo que a mesma colocava em jogo uma multiplicidade de vozes ideologicamente distintas, as quais resistiam ao discurso autoral. Bakhtin estendeu o conceito a todo gênero romance, no qual, para o filósofo da linguagem, ora se orquestram, ora se digladiam linguagens sociais que se impõem ao autor do romance como expressão da diversidade social que este quer representar na sua escrita. Assim, para Bakhtin, a polifonia é parte essencial de toda enunciação, já que em um mesmo texto ocorrem diferentes vozes que se expressam, e que todo discurso é formado por diversos discursos. Schnaiderman (2005, p. 15) diz que a lição de Bakhtin sobre a importância da multiplicidade de vozes em nosso mundo foi uma lição de afirmação democrática e antiautoritária, partida de alguém que era vítima da violência stalinista". In: revista **Estudos Semióticos**, vol 6, nº 2 (Novembro). São Paulo: FFLCH-USP, 2010. p. 66.

de reforçar recursivamente seu próprio argumento a respeito da verdade como um campo negociado. Em todo o caso, os mais diversos campos do conhecimento — mesmo em áreas menos especulativas como a Física, por exemplo — parecem ter formulado, de maneira mais ou menos central às suas discussões recentes, entendimentos da verdade como consenso resultante de uma negociação coletiva⁷.

É preciso deixar claro, todavia, que este entendimento da verdade como algo negociado não implica em relativismo. Há realmente pensamentos relativistas defendidos por certas correntes de pensamento mais contemporâneas, o que levou a uma impressão generalizada entre os não especialistas de que o pensamento contemporâneo abandonou a preocupação com uma descrição justa⁸ da realidade. Mas isto não se aplica aos autores discutidos neste artigo. Todos eles formulam conceitos de verdade que se assentam em bases móveis, porém concretas. Não se trata de uma verdade relativa, mas de uma verdade aberta. No fundo, o que estes autores estão afirmando é que o consenso em torno daquilo que se considera verdade muda conforme a conjuntura dos fatos e, como já foi dito, está em constante negociação e atualização.

7 Para uma discussão mais ampla sobre o problema da verdade absoluta na ciência, ver: Jordan Z.A. (1963) *Absolute and Relative Truth and the Relativity of Knowledge*. In: **Philosophy and Ideology**. Soviética (Monographs of the Institute of East-European Studies University of Fribourg/Switzerland), vol 12. Springer, Dordrecht. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-010-3636-8_26.

8 Quem discute os dilemas em torno da representação justa da realidade ou, para ser mais preciso, sobre a relação entre a verdade e os modos justos de estabelecer a interlocução entre os homens, é Levinas, no livro **Totalidade e Infinito**. O pensamento de Levinas assenta-se sobre as bases do diálogo entre Eu e Outro, procurando definir a verdade como um modo sincero do Eu se dirigir ao Outro, levando em conta as demandas éticas que estão em jogo nesta interlocução. Não se trata de uma definição *forte* de verdade, em certo sentido, pois ela volta-se principalmente para o campo das relações intersubjetivas e dos modos de agir entre as pessoas. Mas é outro modo de pensar a verdade que se relaciona com os espaços de negociação que as definições já apresentadas neste artigo movimentam.

O problema é que, no atual contexto histórico, há uma mudança ainda mais complexa em curso. Não se trata apenas de uma mudança nos pressupostos que explicam o mundo (aquilo que Thomas Kuhn chamou de *paradigma*⁹, e Jean-François Lyotard de *metanarrativa*¹⁰), mas de uma mudança no próprio modo como a sociedade entra em acordo sobre as explicações razoáveis sobre sua realidade. Ao invés de um consenso, mesmo que problemático ou cindido — como foi, por exemplo, o caso do mundo dividido entre capitalismo e socialismo — atualmente há uma polarização que recusa o próprio equilíbrio entre os termos que coloca em jogo. Neste sentido, é possível perguntar: como esta polarização, que se mostra incapaz de negociar acordos provisórios entre as visões extremas que movimenta, afeta este conceito de verdade aberta debatido pelos pensadores que se dedicaram ao tema?

Estes aspectos mais conceituais dos debates sobre o problema da verdade e da realidade desdobram-se mais ou menos ao mesmo tempo

9 Kuhn define paradigma nos seguintes termos: "In its established usage, a paradigm is an accepted model or pattern, and that aspect of its meaning has enabled me, lacking a better word, to appropriate 'paradigm' here. But it will shortly be clear that the sense of 'model' and 'pattern' that permits the appropriation is not quite the one usual in defining 'paradigm.' /.../ In a science, on the other hand, a paradigm is rarely an object for replication. Instead, like an accepted judicial decision in the common law, it is an object for further articulation and specification under new or more stringent conditions", cf. Kuhn, Thomas. *The Nature of Normal Science*, in: **The Structure of Scientific Revolutions**. 50th Anniversary Edition. Chicago: Chicago University Press, 2012 [1962]. p. 56.

10 Lyotard não chega a definir o conceito de metanarrativa, mas o modo como ele o introduz em seu texto tem elementos que permitem compreendê-lo e, além disso, ajudam a contextualizar os primeiros movimentos dos processos de desestabilização dos modos consensuais de entrar em acordo sobre certas verdades (metanarrativas), com o aparecimento daquilo que ele vai nomear como condição pós-moderna: "En simplifiant à l'extrême, on tient pour «postmoderne» l'incrédulité à l'égard des métarécits. Celle-ci est sans doute un effet du progrès des sciences; mais ce progrès à son tour la suppose. A la désuétude du dispositif métanarratif de légitimation correspond notamment la crise de la philosophie métaphysique, et celle de l'institution universitaire qui dépendait d'elle. La fonction narrative perd ses fondeurs, le grand héros, les grands périls, les grands périple et le grand but. Elle se disperse en nuages d'éléments langagiers narratifs, mais aussi dénotatifs, prescriptifs, descriptifs, etc, chacun véhiculant avec soi des valences pragmatiques sui generis. Chacun de nous vit aux carrefours de beaucoup de celles-ci. Nous ne formons pas des combinaisons langagières stables nécessairement, et les propriétés de celles que nous formons ne sont pas nécessairement communicables", in: LYOTARD, Jean-François. *La Condition Post-Moderne*. Paris: Minuit, 1979.

que o processo de convergência tecnológica vai, a partir do século XIX, adensando uma cultura midiática que vem se constituindo desde o século XV, com o surgimento da imprensa¹¹. Esta cultura será denominada cultura das mídias, a partir do título da conferência *Industrialisierung des Bewußtseins und Medienkultur*¹², realizada na Suíça, em 1987, com a participação de Ulrich Reck, um dos pensadores que vai desenvolver o conceito, ao longo dos anos. Um dos desenvolvimentos mais bem elaborados sobre o tema aparece no livro *Cultura das Mídias*, de Lucia Santaella¹³.

Este processo tem início em meio a um certo assombro que certas invenções tecnológicas vão provocar, no momento em que surgem, modificando de maneira radical a paisagem das cidades. Em *Die Scheinbarkeit des "Live" — Irritationen der Gegenwartswahrnehmung durch präsenzerzeugende Medien*, Wolfgang Ernst relata este assombro, que seria consequência da possibilidade inédita, que surge no século XIX, das pessoas ouvirem vozes de corpos distantes no espaço (por meio do telefone) e no tempo (por meio do gramofone). Esta desestabilização do sentido de presença vai resultar em um choque que muda para sempre

11 Se entendida de forma mais ampla, como uma cultura da mediação, a chamada cultura das mídias é praticamente a cultura humana como um todo, desde que se coloque a linguagem no centro de seus processos. Um argumento neste sentido aparece em *Zugeschriebene Wirklichkeit — Alltagskultur, Design, Kunst, Film und Werbung im Brennpunkt von Medientheorie*, de Ulrich Reck, quando ele afirma: "Toda a cultura pode ser descrita como cultura das mídias. Na mídia do épico, da canção, da narrativa, as pessoas criaram interpretações da sua existência, como narradores ou ouvintes, concederam às descrições e eventos o seu próprio direito de viver. Antes de mais e fundamentalmente, a linguagem humana é o meio através do qual se pode aprender que as pessoas só podem agir e comunicar de uma forma mediada" (traduzido com auxílio do Deep L). Mesmo assim, é preciso levar em conta, com autores como Benjamin, McLuhan, Kittler, Flusser e outros, os aspectos particulares dos processos de mediação técnicos, que transformam a linguagem por meio de próteses que modificam os modos com que o corpo humano percebe o mundo ao seu redor. Cf. <http://www2.uni-wuppertal.de/FB5-Hofaue/Brock/Schrifte/Habil/ZugWirk.html>

12 Cf. https://mediarep.org/bitstream/handle/doc/11470/MEDREZ_1989_4_431_Erlinger.pdf?sequence=1.

13 CF. Santaella, Lucia. *Cultura das Mídias*. 4 ed. São Paulo: Experimento, 1992.

o subconsciente da cultura¹⁴. Neste contexto, os consensos em torno do que é verdade e realidade mudam significativamente.

Em um ambiente invadido por câmeras fotográficas, aparelhos de rádio e salas de cinema, a negociação em torno de como a realidade será representada ganha novos contornos. Conforme Walter Benjamin discute no seu conhecido texto *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, há uma mudança de percepção drástica, que afeta a maneira como as pessoas se comportam. Os meios de comunicação de massa parecem exacerbar este processo. Os efeitos da fotografia, do cinema e do rádio foram intensos e desconcertantes, como Jonathan Crary discute detalhadamente em *Suspensions of Perception*. A súbita mediatização do ambiente urbano parece provocar uma espécie de anestesia que imobiliza as pessoas diante dos seus efeitos. Não tem outro sentido a lenda urbana em torno da exibição, em 1896, de *L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat*, dos irmãos Lumière — quando supostamente as pessoas teriam saído correndo da sala de cinema conforme o trem crescia na tela, com medo de que ele fosse pular da parede e as atropelar. Mas houve realmente acontecimentos em que as pessoas ficaram enfeitiçadas pelos efeitos das mídias, como é o caso bastante conhecido da transmissão da adaptação radiofônica para o romance *A Guerra dos Mundos* pela CBS, com direção de Orson Welles, em que o resultado foi a histeria em massa de uma multidão que, diante da história de ficção científica confundida com realidade,

14 Cf. Ernst, Wolfgang. *Die Scheinbarkeit des "Live"* — Irritationen der Gegenwartswahrnehmung durch präsenzerzeugende Medien, in: **performap 4**: "No final do século XIX, isso significou um choque no subconsciente cultural - que não foi realmente trabalhado até hoje - quando as pessoas ou outros seres vivos puderam pelo telefone e pelo fonógrafo ouvir vozes reais daqueles que estavam espacialmente ou mesmo temporalmente ausentes" (traduzido com auxílio do Deep L). <http://www.performap.de/map3/kapitel4/scheinbarkeit/pdf-download>.

acreditou que realmente o planeta estava sendo invadido por alienígenas.

Ao longo do século XX, ocorre uma acomodação da percepção às mídias disponíveis, mas parece que as mudanças vertiginosas que as tecnologias digitais provocam, na passagem do século XX para o século XXI, fazem ressurgir estes sentimentos de assombro e suspensão de percepção diante dos processos de mediação existentes. É possível especular que as mídias digitais, por sua novidade, recolocaram em circulação os processos de anestesia dos sentidos que as primeiras mídias provocaram nas pessoas. Este parece ser um dos fatores para o esfacelamento, atualmente em curso, dos modos de entrar em acordo sobre certas verdades provisórias, necessárias para organizar de forma democrática a vida em sociedade. É ele quem leva à pergunta principal deste artigo, já formulada anteriormente: como a atual polarização, que se mostra incapaz de negociar acordos provisórios entre as visões extremas que movimenta, afeta o conceito de verdade aberta debatido pelos pensadores que se dedicaram ao tema? Impossível uma resposta sem um mergulho mais longo no tema, que a extensão deste artigo não permite.

Esta pergunta mais ampla, que circula pelo mundo dos conceitos, é consequência de uma série de acontecimentos bastante concretos. No campo das mídias, um destes acontecimentos é justamente a mudança no caráter da Internet, que surge como um espaço de pesquisa, debate e experimentação, mas que com o surgimento das redes sociais transforma-se em um ambiente de vigilância, de troca genérica de conteúdos e reforço de crenças. A segunda parte deste artigo vai examinar como uma mudança nos modos de uso da Internet parece estar ligada à esta passagem. Também é um assunto que precisaria ser

mais bem desenvolvido, mas por hora a opção será de estabelecer alguns pontos-de-partida e levantar alguns exemplos no campo das comunicações e das artes, como ponto-de-partida para retornos mais concentrados a diferentes aspectos que surgem neste contexto.

As promessas de diálogo e difusão ampla de informações contidas nas utopias que envolveram o surgimento da Internet se desfizeram em meio à explosão informacional, à cacofonia de notícias falsas, às disputas agressivas de narrativa, às guerras de opinião sem argumentos fundamentados, aos linchamentos virtuais e outras práticas que transformaram a Internet em um território ao mesmo tempo idílico e inóspito. No caso das redes sociais, as *timelines* das pessoas, se não for feita uma curadoria constante e cuidadosa, podem degradingolar para uma mistura mal articulada, em que a foto de um gatinho ou o *close* de um bolo de chocolate são sucedidos por notícias sobre as tragédias mais recentes e textos de qualidade informacional para lá de duvidosa, além de bate-bocas sobre política em que os dois lados se comportam como lutadores de boxe. No artigo *The Internet is Acid, and America is Having a Bad Trip — how can we hallucinate our way back to sanity*, Douglas Rushkoff¹⁵ resume em poucas palavras a passagem de uma Internet utópica para uma Internet corporativa e polarizada¹⁶:

As mídias sociais pareciam estar à altura da ocasião, conectando as pessoas umas com as outras, ao invés de conectá-las com conteúdo comercial. As pessoas vinham de todos os lugares, e as franjas marginalizadas moviam-

15 Rushkoff, Douglas. *The Internet is Acid, and America is having a bad trip — how we can hallucinate our way back to sanity*. Disponível em: <https://medium.com/team-human/the-internet-is-acid-and-america-is-having-a-bad-trip-fa0864c3ef1e>.

16 Este tema está desenvolvido de forma mais completa em Bastos, Marcus. *Sentidos da Multidão*, in: SANTAELLA, Lucia. *Sociotramas — estudos multitemáticos sobre as redes digitais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

se para o centro do palco. Mas então veio o 11/9, em que outro tipo de franja marginalizada demonstrou o poder das tecnologias descentralizadas. Quase da noite para o dia, a abertura sem precedentes da cultura digital se transformou na repressão do capitalismo de vigilância¹⁷.

Apesar da narrativa formulada por Rushkoff ter como centro o contexto norte- americano, os principais aspectos de sua formulação podem ser generalizados. Para além destes aspectos mais conjunturais, no campo de diálogo entre as comunicações e as artes, fica evidente a crescente polarização entre energias progressistas e conservadoras, e a já mencionada corrosão das formas equilibradas de descrever a realidade. Num primeiro levantamento, foram identificados alguns exemplos de acontecimentos e obras representativos deste contexto, que servem como ponto de partida para uma pesquisa que será ampliada por meio especialmente da investigação em acervos de instituições e catálogos de exposições e festivais. Ele será expandido em oportunidades futuras, buscando uma leitura crítica dos acontecimentos e obras relevantes para entender como os campos das comunicações e das artes refletem o atual momento de enfraquecimento de certos modos consensuais de representar a realidade.

Os exemplos mais antigos, e praticamente incontornáveis, ambos de Orson Welles, são o já citado programa de rádio *Guerra dos Mundos* (1938), e o docudrama *F is for Fake* (1973). O primeiro, como foi dito, causou histeria coletiva em consequência das pessoas terem tomado a transmissão ficcional por um programa de rádio noticioso sobre uma

17 Rushkoff, Douglas. *The Internet is Acid, and America is having a bad trip — how we can hallucinate our way back to sanity*. Disponível em: <https://medium.com/team-human/the-internet-is-acid-and- america-is-having-a-bad-trip-fa0864c3ef1e> .

invasão alienígena que estaria acontecendo nos Estados Unidos. Ou seja, há um processo próximo a uma espécie de hipnose coletiva, que faz com que as pessoas tomem por realidade um universo inventando pela imaginação. Este tipo de curto circuito cognitivo coletivo é o fenômeno que está por trás das manifestações de massa, como Freud descreve em *A psicologia das massas e a análise do eu*. O que existe de particular nesta transmissão de Guerra dos Mundos é o fato da explosão da massa ter acontecido de forma dispersa em termos geográficos, como consequência de ter sido estimulada por um acontecimento mediatizado. Este é um aspecto significativo que explica muito sobre como as massas dispersas vão se tornar cada vez mais comuns, especialmente depois que as tecnologias em rede se consolidam como um modo de comunicação importante.

F is for Fake é um filme complexo, em termos dos temas discutidos neste artigo, pois articula uma série de sobreposições entre ficção, realidade e falsificação. O filme apresenta as memórias de Elmyr de Hory, um falsificador de obras de arte que conta sua própria história como se fosse um documentário organizado a partir do testemunho do personagem principal. Esta história serve de pano de fundo para uma reflexão sobre a natureza da arte, da autoria e da autenticidade das obras. Em termos de linguagem, o filme mistura gêneros, oscilando entre o documentário e a ficção, ainda que seus elementos documentais sejam construídos em torno de um personagem fictício. Menos contundente que o caso de Guerra dos Mundos, o filme, todavia, permite elaborar questões em torno das estratégias de falsificação da realidade, que vão se tornar uma prática recorrente (e muito mais sofisticada) nos

usos das mídias digitais e das redes sociais com fins políticos, como nos escândalos que envolvem a *Cambridge Analytica*, por exemplo¹⁸.

Uma obra bem mais recente que também gira em torno das questões apresentadas neste artigo é *Problemmarket* (2001-2), de Davide Grassi e Igor Stromajer. Os artistas concebem uma bolsa de valores fictícia, em que ao invés das ações existentes no mercado financeiro, são negociados problemas. Ao formular o projeto, eles perguntam: “você não concorda que problemas são mais reais, pessoais, íntimos, cruéis ou sérios que o dinheiro?”. *Problemmarket* se desdobra em diversos formatos, entre relatórios digitais sobre o mercado de problemas e contatos com políticos para oferecer a venda de problemas em suas cidades, mas a principal delas é uma performance em palco, onde um ou os dois artistas comportam-se como CEOs apresentando para o público as principais tendências do mercado de problemas. Na obra de Grassi e Stromajer, há um entrelaçamento complexo entre ficção e realidade, na medida em que uma bolsa de valores fictícia negocia problemas reais, num comentário irônico sobre o grau de contaminação da vida contemporânea pelo capitalismo. Há um aspecto curioso no projeto, quando os problemas negociados no *Problemmarket* são apresentados a políticos reais (objetivo nem sempre concretizado, mas muitas vezes tentado pelos artistas). Desta forma, surge a possibilidade de uma ficção baseada em fatos reais interferir na gestão da realidade que lhe serviu de ponto de partida. É uma espécie de versão ativista de práticas como

18 Um projeto recente que lida com estas questões é *Smile to Vote*, do artista alemão Alexander Peterhaensel. “*Smile to Vote – Political Physiognomy Analytics* is an artistic research project discussing the implications of AI-driven biometric scoring methods and their effects on democratic processes, self-determination and privacy in the digital age. The trans-disciplinary research project interweaves scientific and artistic methodologies and spans across multiple media.” Disponível em: <https://alexanderpeterhaensel.com/smiletovote>.

as da *Cambridge Analytica*, na medida em que procuram influenciar a realidade através de narrativas fictícias, todavia com objetivos que contribuem para interesses coletivos legítimos¹⁹.

São, portanto, procedimentos que guardam certa semelhança, mas com objetivos e efeitos opostos. Este é um aspecto deste debate que merece atenção. Ao longo do século 20, parece haver um processo gradual que atenua as distâncias entre ficção e realidade, mas num primeiro momento as consequências disso promovem avanços no debate público, na medida em que chamam atenção para as diferentes perspectivas (narrativas) para o entendimento das coisas, em detrimento de uma verdade única. Todavia, num segundo momento estes processos evoluem para um esfacelamento dos espaços de garantia do consenso na esfera pública, que tem como consequência negativa o aumento exponencial das *fake news*.

Este procedimento performático que usa estratégias ficcionais para interferir na realidade também aparece na obra do coletivo *The Yes Men*, que representa este primeiro momento da diluição de fronteiras entre ficção e realidade. Neste caso, há um objetivo explícito de gerar fatos polêmicos, para chamar atenção dos jornais e programas noticiosos de televisão. Um exemplo é *ExxonMobil*, realizado no dia 14 de junho de 2007, durante a maior conferência canadense sobre petróleo. Atuando como representantes da *ExxonMobil* e do Conselho Nacional de Petróleo, em frente à mais de 300 participantes da conferência, os

19 Outro projeto em que o artista Davide Grassi esteve envolvido que também se relacionado com este tema é Janez Janza. Nele, três artistas trocam seu nome para o nome do líder do conservador Partido Democrático da Slovenia, Janez Janza, que então era primeiro ministro do país. O gesto resulta em uma série de experiências que levam à confusão entre personalidades reais e ficcionais, e envolvem a vida dos artistas participantes do projeto em um emaranhado cada vez mais complexo. Disponível em: https://www.mynameisjanezjansa.com/?page_id=19.

Yes Men afirmam que o palestrante esperado não poderá comparecer devido a questões urgentes com o presidente. Então passam a fazer um discurso sobre como as políticas de energia dos EUA e Canadá estão aumentando as chances de calamidades globais, e tranquilizam a audiência que no pior cenário, a indústria do petróleo poderia continuar “a fazer o óleo fluir” transformando os bilhões de pessoas que morreriam em óleo. O projeto, chamado *Vivoleum*, funcionaria em sinergia perfeita com a expansão continuada da produção de combustíveis fósseis. Os homens da indústria do petróleo ouviram o discurso com atenção e, então, acenderam “velas comemorativas”. A esta altura, a segurança do evento reconheceu os Yes Men e os tirou do palco. Por isso, a frase de arremate — que as velas eram feitas de *Vivoleum* obtida da carne de um zelador da Exxon que morreu limpando um derramamento tóxico — não foi dita em frente do público mas apenas para repórteres que cobriam o evento.

Essa forma de trabalhar do Yes Men tem dois aspectos relevantes para entender o embaralhamento entre ficção e realidade que leva ao atual contexto da *fake news*. O primeiro deles é a prática dos artistas atuarem como CEOs de grandes empresas, invadindo eventos corporativos para fazer falas críticas e denúncias, expondo as práticas espúrias dessas empresas em seu próprio ambiente. Ao fazê-lo, os artistas do grupo praticam aquilo que Augusto Boal denominou de teatro invisível, uma encenação feita no espaço público, sem que as pessoas percebam que estão diante de uma cena, com objetivo de estimular a reflexão sobre os problemas e questões abordados. Esta prática usa a ficção (ou seja, uma não verdade), para interferir de forma crítica na realidade. O segundo aspecto é a interferência tática na mídia, pois as ações do coletivo geralmente geram polêmica e são alvo de ampla

cobertura na imprensa, o que resulta na circulação das críticas e denúncias que eles fazem às grandes corporações.

Ao desenvolver as três etapas esboçadas neste artigo, *Depois do fim da realidade consensual* procura abrir alguns horizontes de reflexão em torno de uma das discussões atualmente mais relevantes para o campo de intersecção entre as comunicações e as artes. Ao fazê-lo, pretende avançar em três frentes igualmente importantes para a questão: o debate conceitual sobre conceitos como verdade e realidade; o levantamento da conjuntura que faz com que a Internet e as redes sociais se transformem nos atuais ambientes polarizados e tomados por desinformação; a análise crítica de obras de arte que tiveram importância nos momentos iniciais e nos desdobramentos recentes deste processo.

REFERÊNCIAS

- BASTOS, Marcus. Sentidos da Multidão. In: SANTAELLA, Lucia. *Sociotramas — estudos multitemáticos sobre as redes digitais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.
- CRARY, Jonathan. *Suspensions of perception: attention, spectacle, and modern culture*. Cambridge: MIT Press, 2001.
- HABERMAS, Jürgen. Psychoanalysis and Social Theory: Nietzsche's Reduction of Cognitive Interests. In: *Knowledge and human interests*. Boston: Beacon Press, 1971 [1968]. pp. 274-300.
- GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989 [1973]. p. 4.
- JORDAN, Z.A. (1963) Absolute and Relative Truth and the Relativity of Knowledge. In: *Philosophy and ideology*. Soviética (Monographs of the Institute of East-European Studies University of Fribourg/Switzerland), vol 12. Springer, Dordrecht. Disponível em: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-010-3636-8_26 . Acessado em: 14/4/22.

- KUHN, Thomas. The Nature of Normal Science. In: *The Structure of scientific revolutions*. 50th anniversary edition. Chicago: Chicago University Press, 2012 [1962]. p. 56.
- LUHMANN, Nikolas. The construction of reality. In: *The reality of mass media*. Palo Alto: Stanford University Press, 2000 [1996]. p. 86.
- LYOTARD, Jean-François. *La Condition post-moderne*. Paris: Minuit, 1979.
- PEIRCE, Charles S. How to make our ideas clear. In: *Popular Science Monthly* 12 (January 1878), 286-302. Disponível em: <https://courses.media.mit.edu/2004spring/mas966/Peirce%201878%20Make%20Ideas%20Clear.pdf> . Acessado em 14/04/22.
- ROBERTS, Don D. On Peirce's Realism. In: *Transactions of the Charles S. Peirce society*, Vol. 6, No. 2 (Spring), pp. 67-83. Bloomington: Indiana University Press, 1970.
- RUSHKOFF, Douglas. The Internet is Acid, and America is having a bad trip — how we can hallucinate our way back to sanity. Disponível em: <https://medium.com/team-human/the-internet-is-acid-and-america-is-having-a-bad-trip-fa0864c3ef1e>. Acessado em: 14/4/22.
- SANTAELLA, Lucia. *Cultura das Mídias*. 4 ed. São Paulo: Experimento, 1992.

A Série: The Hater (Polônia, 2020)

Um jovem aceita um emprego numa agência de comunicação política especializada em destruir reputações, como forma de impressionar uma jovem por quem ele se apaixona. O filme transita pelas tensões sociais que emergem das diferenças financeiras entre os dois e o submundo da política contemporânea em seus aspectos mais sórdidos. A relação com o texto acontece pois o filme apresenta o submundo da direita alternativa e suas estratégias tóxicas de comunicação. O mundo depois da realidade consensual é o mundo em que, como no filme, os conflitos ideológicos escapam aos limites do razoável e se transformam em disputas de narrativa que podem ter consequências graves.

Onde assistir: Netflix

Box musical:

Rise - P.I.L

Tolices - Ira!

Tabloid Magazine - The Living End

9

INFLUENCIADOR VIRTUAL: UM NOVO AGENTE NA COMUNICAÇÃO DISRUPTIVA DO NOSSO SÉCULO

Margareth Boarini¹

Os influenciadores virtuais têm ganhado cada vez mais espaço nas redes. Não escondem sua essência tecnológica, embora sejam concebidos para se parecerem com os humanos nas tarefas do dia a dia, nas amizades ou na defesa de causas.

A Lu (Magalu ou Magazine Luiza) se apresenta na rede social Instagram como influenciadora virtual 3D, especialista digital do Magalu e criadora de conteúdo. Hoje avatar, Lu nasceu em 2003 como uma simples personagem que visava contribuir para a humanização da empresa Magazine Luiza, que, assim como a sua principal executiva, Luiza Trajano, sempre gozou de ótima reputação. No Instagram, surge em ações rotineiras, como limpeza da casa, ida à academia, ao mesmo tempo em que promove produtos encontrados no *marketplace* da empresa, interage com os usuários e, claro, gera reputação. Possui mais de 5,5 milhões de seguidores (20.out.2021) e ocupou o primeiro lugar no *ranking Top Instagram Virtual Influencers 2020*, realizado pelo *HypeAuditor*, com a ajuda do *VirtualHumans.org* (BAKLANOV, 2020).

Não é a única da espécie virtual a interagir com as pessoas nas redes sociais digitais. Somam-se a ela, Lil Miquela, Shudu Gram, Liam

¹ Doutora em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Pesquisadora dos impactos das novas tecnologias na comunicação, atua como consultora na área da Comunicação Corporativa e é membro dos grupos de pesquisa Comunidata e InfluCom. E-mail: magaboarini@gmail.com

Nikuro, entre tantos outros nomes, ainda pouco conhecidos por grande parte do público, mas que já têm sintetizado a era em que o não humano se caracteriza como um importante agente comunicacional (BOARINI, 2021).

Antes de apresentar o universo dos agentes virtuais, consideramos relevante percorrer brevemente como a figura do influenciador em si tem ganhado destaque nos últimos anos dentro da dinâmica peculiar da vida de uma sociedade em rede (CASTELLS, 2003).

A proposta deste artigo é trazer uma reflexão inicial sobre a expansão de um agente comunicacional não humano nas redes, com a projeto de contribuir para que o profissional da área avalie se o perfil de influenciador se apresenta como tendência de mercado, se pode ser usado para gerar reputação de marcas e organizações e como apoio ao trabalho da comunicação organizacional e não da essencialmente mercadológica.

A IMPORTÂNCIA DA INFLUÊNCIA

O fenômeno do influenciador digital tomou força a partir do momento em que as pessoas passaram a dar menos importância para as opiniões divulgadas por instituições tradicionais. A informação vinda de cima para baixo passou a ser questionada e rechaçada. O eixo da confiança mudou ao longo dos tempos e os “agentes de confiança” que passaram a ser valorizados se caracterizam como os pares, a gente como a gente, pessoas que, mesmo desconhecidas no plano físico, participam do ambiente de horizontalidade da informação e da comunicação proporcionados pela ambiência das redes (BROGAN, SMITH, 2020).

O influenciador digital é aquele que, por conta da própria reputação conquistada junto aos seus públicos, atrai a atenção e a parceria com marcas e organizações (KARHAWI, 2021, p. 142). Conforme Recuero (apud KARHAWI, 2021), qualquer papel que uma pessoa exerça na rede, seja o de internauta, de usuário ou de público, faz com que ela leve em consideração valores como a visibilidade, a reputação, a popularidade e a autoridade. Visibilidade é um valor intrínseco a qualquer relação que envolve influenciador; reputação refere-se às impressões emitidas e dadas; popularidade traduz a quantidade e qualidade das conexões estabelecidas, enquanto a autoridade expressa uma medida efetiva que afere a real influência que um influenciador exerce sobre a sua rede (RECUERO, apud KARHAWI, 2021, p. 145).

Influência, vale ressaltar, é uma ação poderosa pelo fato de expressar um movimento de produzir efeito ou modificação sobre alguém ou algo (Houaiss, 2009, p. 1081). No entanto, para que alguém se deixe influenciar é preciso haver um reconhecimento, por quem está recebendo a recomendação, de que, aquele que está emitindo a recomendação, seja alguém genuíno, merecedor de confiança, que transmita personalidade, emoção.

Valer-se da imagem de alguém para agregar reputação a marcas, pessoas ou organizações, ou para estimular um processo mercadológico é uma estratégia antiga, que sempre existiu, mas que foi ganhando atualização com o tempo.

A área de marketing tem se valido muito da figura do influenciador. Na avaliação de Gabriel e Kiso (2020, p. 459), porém, o marketing de influência depende da escolha de bons influenciadores para alcançar os resultados desejados e uma forma de avaliar o potencial de sucesso é analisar as características qualitativas e

quantitativas deste agente. Das qualitativas, fazem parte a habilidade do influenciador em criar conteúdo constantemente, sua representatividade, a especialidade e seu caráter transformador. Como quantitativas, os autores apresentam a média de engajamento, a média de visualizações por *post*, e a qualidade da audiência.

Também chama a atenção da indústria do marketing o comportamento e as preferências da Geração Z (1995-2010), que cresceu tendo a internet presente em 100% da vida e que rejeita as propagandas na forma como eram concebidas no passado. Trata-se de uma geração genuinamente de nativos digitais, que toma decisões de forma analítica e pragmática e se mobiliza por propósitos que julga importante (WIELKI, 2020).

Segundo Lanzoni (2020), toda essa experiência de viver o mundo digital, de maneira fluida e de naturalmente ter a dinâmica de interação com várias comunidades contribuiu para que a geração abrigasse muitos produtores de conteúdo e se tornasse a cada dia mais uma importante fonte de opinião para o seu público.

O autor se embasa ainda em uma pesquisa produzida pela consultoria norte-americana *Morning Consult* em 2019, que revelou que os influenciadores digitais são vistos pelos representantes da Geração Z como as pessoas mais indicadas para dar bons conselhos sobre marcas e produtos promovidos por eles. As redes sociais são a ambiência preferida para este mesmo público para realizar a compra de produtos e serviços.

A mesma consultoria realizou no ano de 2020 uma pesquisa sobre o mercado de turismo. Os sites TripAdvisor e Expedia se mantêm como fontes preferidas para adultos que estão planejando as suas férias. Já, viajantes considerados da Geração Z responderam que preferem usar as

informações coletadas nas redes sociais para traçar o seu planejamento, embora não descartem realizar a pesquisa nos sites, caso necessário. Os *Millenials* que participaram da pesquisa afirmaram ter preferência maior pelas redes. No geral, 49% da Geração Z e 50% dos *Millenials* disseram que seguem ao menos um influenciador especializado em turismo para se informar sobre o setor e se planejar.

O influenciador é reconhecidamente o dono da melhor recomendação para este público, conforme dados da pesquisa: 84% dos respondentes afirmaram que preferem pesquisar suas recomendações sobre viagens, enquanto 63% disseram que já voltaram a pesquisar ainda mais nas postagens dos influenciadores de turismo, após o abrandamento das barreiras sanitárias que tinham sido estabelecidas por conta dos vários *lockdowns* ocorridos desde o início da pandemia de COVID-19 em 2020. Estes resultados demonstram todo o potencial mercadológico que os influenciadores de turismo podem exercer junto à indústria (MEYERS, 2021).

Uma pesquisa empreendida pela consultoria *Insider Intelligence* e divulgada em julho de 2021 mostrou que a pandemia contribuiu para uma disrupção no que diz respeito à produção de conteúdo do marketing de influência. O apoio ao conteúdo sem filtro passou a ser uma estratégia mais observada nos últimos tempos, estimulado pelo estilo da rede social TikTok e pela popularidade dos chamados influenciadores do dia a dia, que demonstraram uma forma mais fluida de interagir com os públicos durante o cenário pandêmico.

NOVAS EXPERIÊNCIAS

O influenciador virtual surgiu pelo desenvolvimento da tecnologia (*CGI, Computer-Generated Imagery*, ou imagem gerada por computador) e pela intenção de se criar novas experiências de interação com os públicos. Escorado no sucesso da figura do influenciador digital, é possível observar como este mercado tem ganhado investimentos e representantes nas redes sociais digitais durante os últimos anos. Apesar de a indústria da moda ser uma grande exploradora deste mercado, marcas de telefones celulares e de automóvel também aderiram a ele.

Observemos alguns exemplos presentes na rede social Instagram no dia 20 de outubro de 2021:

Lil Miquela, que se identifica como uma robô de dezenove anos de idade vivendo em Los Angeles (EUA), tem três milhões de seguidores e já trabalhou para marcas como Calvin Klein e Samsung. Considerada a primeira influenciadora virtual, surgiu em 2016 pela empresa Brud e sempre se destacou pelo gosto de roupas modernas e aparelhos eletrônicos. Em seu perfil no Instagram, demonstra claramente ser apoiadora da organização *Black Lives Matter*. Em 2018, a revista *Time* elegeu Lil Miquela como uma das 25 personalidades mais influentes do planeta (ROBINSON, 2020).

Noonouri, com quase 400 mil seguidores, está auto-identificada como *digital character*, ativista e vegana, é seguida por Shudu.gram, e tem em seu portfólio marcas como Dior e Gucci. Surgiu em 2018 como criação de Cameron James-Wilson (Tiffany, 2019). Shudu.gram apresenta-se como a primeira supermodelo digital (pouco mais de 200 mil seguidores). Knox Frost, seguido por Shudu.gram, um robô jovem de

21 anos de idade, vivendo em Atlanta (EUA), com pouco mais de 700 mil seguidores, e que já foi parceiro da Organização Mundial da Saúde em campanhas.

Para quem pretende conhecer um pouco mais deste universo, o site da *VirtualHumans.org* agrupa muito conteúdo. Nele, é possível observar como este mercado de influenciadores virtuais já está formado por um grande portfólio, com perfis de diferentes tipos, dos que se aproximam da imagem humana até aqueles bem caracterizados como avatares. Lil Miquela, por exemplo, tem um aspecto que lembra muito o de uma garota humana. Noonouri, por sua vez, é apresentada como uma personagem de desenho. Ambas, porém, chamam a atenção pelo gosto por moda.

Em uma breve navegação pelo site, observamos que o conteúdo oferecido é extenso e se divide pelas seções: *Influencer*, *Interviews*, *News*, *Research*, além de apresentar o campo *Create an Influence* (Crie um influenciador, em português), a partir dos serviços de consultoria da própria equipe do *VirtualHumans.org*.

Na seção *Influencer*, destaca-se o portfólio dos influenciadores virtuais, divididos pelas categorias *Branded* (de marcas, em português), *On TikTok* (na rede TikTok), e *Feminine* (femininos). Em *Interviews*, estão entrevistas do site com os influenciadores. Em *News*, notícias e novidades e, em *Research*, matérias e estudos a respeito deste universo. Na seção, podem ser acessados textos sobre *How avatars transformed the internet* (RASMUSSEN, 2021), *Touring the musical Metaverse: virtual concerts are here to stay* (RASMUSSEN, 2021) ou *Intelligent virtual personas and digital immortality* (BURDEN, 2020), entre tantos outros.

POLÊMICAS E OPORTUNIDADES

O mundo dos influenciadores digitais já mostrou que não se constitui apenas por informações positivas, pautadas pelas oportunidades de negócios, pelo crescimento vertiginoso no número de seguidores e ela boa reputação.

Tem sido comum a ocorrência de crises de imagem envolvendo marcas e influenciadores a partir da pressão da opinião pública. Durante o auge da pandemia da COVID-19, em 2020, pudemos observar a crise de imagem envolvendo a influenciadora Gabriela Pugliese, que perdeu patrocinadores por ter sido criticada por dar uma festa na sua casa, quando grande parte das pessoas estava sendo obrigada a ficar em suas casas por conta do distanciamento social (PRADO, 2020).

No universo dos influenciadores virtuais, isso igualmente pode acontecer.

A grife francesa de moda Balmain vivenciou uma crise em 2018 ao lançar uma campanha que pretendia mostrar a beleza da diversidade, protagonizada pelo que a empresa chamou na época de “Balmain Army” (Exército Balmain, em português), formado por um trio de modelos virtuais, os avatares Shudu.gram, Margot e Zhi.

Conforme reportagem assinada por Sangeeta Singh-Kurtz, *Don’t call Balmain’s new CGI model campaign “diversity”*, e publicada em 03 de setembro de 2018 no QZ.com, a marca enfrentou a ferocidade de críticas por ter utilizado modelos virtuais no lugar de modelos humanas e, por este motivo, não praticar, de fato, a diversidade. A matéria ressalta ainda que, embora algumas pessoas tenham avaliado a campanha como criativa, ela, na verdade, se mostrou preconceituosa. Outras marcas da indústria da moda também chegaram a se valer de modelos virtuais,

mas o fato de a Balmain ter explorado o apelo de diversidade com modelos não reais demonstrou descompasso entre discurso e prática, ocasionando a onda de críticas.

A participação e inserção dos influenciadores virtuais no mercado publicitários não encontra consenso. Há quem os considere uma boa opção, uma ferramenta mercadológica com risco zero de ferir a reputação das marcas que representa pelo fato de terem seu comportamento, falas, amizades e causas controladas por empresa e pessoas nos bastidores, (TIETJEN, 2018). Por outro lado, há pessoas no mercado que suscitam questões relativas a preconceitos e éticas, por uma série de fatores, entre os quais: a substituição de modelos humanas por estes avatares, o risco da perpetuação e da valorização de um padrão de beleza que foge completamente da realidade, além, principalmente, a falta de transparência sobre quem “controla e cria” a vida desses influenciadores (GRAHAM, 2019).

O caso protagonizado pela Balmain ilustra o quanto o argumento sobre a inexistência de riscos é frágil e passível de desconstrução. As críticas da opinião pública relativas à campanha atingiram diretamente a grife francesa de moda e indiretamente a própria influenciadora virtual Shudu-gram, uma vez que trouxe à tona questionamentos sobre o contrato feito com ela em detrimento daqueles feitos com modelos humanas. Conforme Graham (2019), o dilema ético é um desafio a ser enfrentado por marcas parceiras deste tipo de agente comunicacional.

Não há organização, marca ou agente comunicacional que seja isento a riscos de imagem e reputação. “Apesar de as empresas claramente deterem a promessa da marca, agora sabemos que são os stakeholders internos e externos que detêm seu ativo mais precioso: a reputação” (RIEL, 2014, p. 2). Markus (apud YANAZE, MARKUS, 2016, p.

302) alerta que muitas empresas lançam mensagens que nem sempre refletem o que praticam. Por esta razão, o autor defende o alinhamento comunicacional entre as áreas institucional, administrativa e mercadológica de forma adequada, contemplando todos os públicos, interno e externo. “Se deslocarmos nossos olhares para a marca organizacional, imediatamente receberemos um fluxo de informações que advém do trinômio missão, visão e valores (MARKUS apud YANAZE, MARKUS, 2016, p. 302).

A adoção do influenciador virtual como agente comunicacional pode se configurar uma grande oportunidade para traçar relacionamento entre organizações e seus públicos, gerar engajamento, promover negócios, defender causas relevantes para a sociedade e até apoiar a gestão da reputação. No entanto, após a pesquisa empreendida, observamos a necessidade de estudar todos os riscos e questionamentos relativos a este agente e, conseqüentemente, às empresas que os controlam.

A indústria do marketing de influência tem se tornado cada vez mais poderosa. Dados da pesquisa *Influencer Marketing Benchmark Report 2021* sinalizam um faturamento de US\$ 13,8 bilhões em 2021 e mostram que em 2019 foram criadas mais de 240 agências especializadas na área (GEYSER, 2021). Trata-se de um mercado atraente.

O tema apresentado aqui não foi totalmente explorado e merece acompanhamento, uma vez que a presença de influenciadores, digitais e virtuais, humanos e não humanos, nas redes tem amadurecido e sinalizado mudanças importantes no relacionamento entre organizações e públicos.

REFERÊNCIAS

- A QUARTA GERAÇÃO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS. *Estado de Minas*. 29.set.2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/mf-press/2020/09/28/mf_press_economia_economia,1189682/a-quarta-geracao-dos-influenciadores-digitais.shtml. Acesso em: 18.out.2021.
- BACKLANOV, N. *The top virtual influencers in 2020*. Disponível em: <https://hypeauditor.com/blog/the-top-instagram-virtual-influencers-in-2020/>. Acesso em: 18.out.2021.
- BOARINI, M. A audiência revelada: o big data acentua os desafios profissionais. In: TERRA, C., DREYER, B.M., RAPOSO, J.F. *Comunicação Organizacional: práticas, desafios e perspectivas digitais*. São Paulo: Ed. Summus, 2021, p.126-137.
- BROGAN, C., SMITH, J. *Trust Agents*. Nova Jersey: Wiley, 2020. Kindle.
- BURDEN, D. *Intelligente virtual personas and digital immortality*. *Virtual Humans*. 19.jun.2020. Disponível em: <https://www.virtualhumans.org/article/intelligent-virtual-personas-and-digital-immortality>. Acesso em: 18.out.2021.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 2003.
- CREASEY, M.C.; ANIDO, A.V. Virtual influency: Uncharted frontier in the uncanny valley. Master's Programme in International Marketing and Brand Management. May 2020. *School of Economics and Management*. Lund University. Disponível em: <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=9015731&fileId=9015749>. Acesso em: 18.out.2021.
- GABRIEL, M.; KISO, R. *Marketing na era digital*. São Paulo: Ed. Atlas, 2020. Kindle.
- GEYSER, W. *The state of influencer marketing 2021: Benchmark report*. *Influencer Marketing Hub*. 18.agosto.2021. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report-2021/>. Acesso em: 18.out.2021.
- GRAHAM, L. *Virtual influencers pose ethical dilemmas for the ad industry*. *CITY A.M.* 28.out.2019. Disponível em: <https://www.cityam.com/virtual-influencers-and-ethics/>. Acesso em: 18.out.2021.

INFLUENCER marketing: social media influencer marketing stats and researcher for 2021. 27.jul. 2021. *Insider Intelligence*. Disponível em: <https://www.insiderintelligence.com/insights/influencer-marketing-report/> Acesso em: 18.out.2021.

KARHAWI, I. Comunicação organizacional e influenciadores digitais: aproximações e conflitos. In: TERRA, C., DREYER, B.M., RAPOSO, J.F. *Comunicação Organizacional: práticas, desafios e perspectivas digitais*. São Paulo: Ed. Summus, 2021, p. 141-153.

LANZONI, L. O poder e a influência da geração Z. *Proxima*, 07.ju.2020. Disponível em: <https://www.proxima.com.br/home/proxima/how-to/2020/07/03/o-poder-e-a-influencia-da-geracao-z.html>. Acesso em: 18.out.2021.

MEYERS, A. *Influencers are the new travel agents for millenials, Generation Z*. *Morning Consult*, 24.maio.2021. Disponível em: <https://morningconsult.com/2021/05/24/social-media-travel-influencers/>. Acesso em: 18.out.2021.

PRADO, C. Caso Pugliesi escancara crise dos influenciadores, que forma do fascínio à rejeição na pandemia. *G1*. 05.maio.2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/05/05/caso-pugliesi-escancara-crise-dos-influenciadores-que-foram-do-fascinio-a-rejeicao-na-pandemia.ghtml>. Acesso em: 18.out.2021.

RASMUSSEN, M. *How avatars transformed the internet*. *Virtual Humans*. 23.ago.2021. Disponível em: <https://www.virtualhumans.org/article/how-avatars-transformed-the-internet>. Acesso em: 18.out.2021.

RASMUSSEN, M. *Touring the musical Metaverse: virtual concerts are here to stay*. *Virtual Humans*. 07.set.2021. Disponível em: <https://www.virtualhumans.org/article/touring-the-musical-metaverse-virtual-concerts-are-here-to-stay>. Acesso em: 18.out.2021.

RIEL, C.B.M. van. *Reputação*. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2014.

TIETJEN, A. *Influencer ex-Machina*. *BeautyINC*. *WWD*. 11.jul.2018. Disponível em: <https://wwd.com/beauty-industry-news/beauty-features/influencer-ex-machina-shudu-lil-miquela-virtual-celebrities-instagram-1202755789/>. Acesso TORRES, R. *The future of influencer is virtual*. *NowFashion*. Disponível em: <https://nowfashion.com/the-future-of-influence-is-virtual-29761> Acesso em: 18.out.2021.

WIELKI, J. *Analysys of the role of digital influencers and their impact on the functioning of the contemporarity*. *Sustainability*. 12, 7138; doi:10.3390/su12177138. 01.set.2020.

Disponível em: <file:///D:/Users/Downloads/sustainability-12-07138-v2.pdf>. Acesso em: 18.out.2020.

A Série: The Altered Carbon (EUA, 2018)

Ficção científica baseada nos livros de Richard K. Morgan que se passa em uma época em que a mente humana pode ser digitalizada e transferida para outro corpo. Densa, a série (principalmente, a primeira temporada) não deve agradar quem gosta de ação, mas traz uma realidade diferente em que nem sempre há a conjunção de mente e corpo. Não reflete a questão do assistente influenciador, mas serve para trazer um bom retrato do convívio entre as duas espécies, a dos assistentes virtuais e a humana.

Onde assistir: Netflix

Box musical:

Feel Good - Gorillaz ²

Dirty Harry - Gorillaz

Demon Days - Gorillaz

² Surgida em 1998 na Inglaterra, foi a primeira banda com integrantes virtuais da história.

10

AS INTERAÇÕES ENTRE MARKETING, GAMES E AS REDES

Missila Loures Cardozo¹

O mercado de games vem chamando a atenção dentro da indústria do entretenimento já há algum tempo. Tanto pela importância das cifras movimentadas pelo segmento, quanto pela cadeia produtiva envolvida. Projeções feitas pela Newzoo, principal instituto de pesquisa focado no mercado gamer, consideram que o faturamento do segmento gamer pode movimentar globalmente US\$ 196,0 bilhões até 2022, com uma taxa de crescimento de cerca de 9% ao ano, atingindo mais de 2,5 bilhões de jogadores pelo mundo.

Quando um mercado movimenta cifras importantes, tende a chamar a atenção do marketing e da publicidade e é o que também vem ocorrendo. E não é que esta vertente nunca tenha chamado atenção antes, mas com a evolução deste mercado, que congrega sobretudo jogadores pertencentes às gerações Y e Z, o marketing viu nisso uma possibilidade de falar mais adequadamente com esta parcela do público, em um momento de lazer e diversão, quando os escudos psicológicos contra a publicidade tradicional estão mais atenuados.

Em um cenário onde as estratégias de marketing e publicidades convencionais vão perdendo tração junto ao público, reduzindo a

1 Missila Cardozo é Doutora em Tecnologias e Inteligências do Design Digital pela PUC-SP. Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, docente da Escola da Indústria Criativa da USCS – Universidade Municipal de São Caetano e dos cursos de Publicidade e Propaganda e Design da PUC-SP. Assessora da Pró-Reitoria de Graduação da PUC-SP. E-mail: missilacardozo@gmail.com

atenção e a confiança da audiência, é preciso encontrar novas formas de estar próximo ao público, de maneira menos invasiva e mais imersiva.

Muitos jogos digitais recorrem ainda a publicidade tradicional, com a inserção de anúncios e vídeos promocionais no ambiente de jogo. Tais iniciativas são chamadas de *advergame*, mistura entre as palavras inglesas *advertising* (publicidade) e *videogame* (jogo eletrônico).

De maneira geral, pode-se dividir os *advergames* em 2 categorias: Os jogos onde as marcas podem ser inseridas como uma mensagem comercial (tradicionais, explícitas ou integradas) e aqueles produzidos especificamente para a marca, onde a *gameplay* envolve a marca.

Um dos primeiros *advergames* foi criado para a plataforma Atari, conhecido como *Pepsi Invaders*, lançado em 1983. De lá para cá foram diversas as experiências de interação entre marcas e jogos. Recentemente vale observar os movimentos inovadores, que buscam novas formas de inserir marcas no ambiente de jogo que não apenas como publicidade, mas como forma de extensão do universo do game ou mesmo como forma de transportar formas de entretenimento para dentro dos jogos.

Os eventos direcionados para o segmento também receberam atenção. No Brasil, a CCXP, evento de cultura pop nos moldes da San Diego Comic-Con, teve sua versão totalmente online em dezembro de 2020, mesclando atividades pagas e gratuitas. O balanço é de que o evento não deixou a data passar em branco, mas acabou por frustrar os usuários devido à lentidão, às falhas técnicas e de transmissão (CAMILLO, 2020). Ainda assim, a edição brasileira do evento reuniu cerca de 1,5 milhões de pessoas, de 113 países (TERRA, 2020). Vale ressaltar que números assim jamais seriam obtidos em versões presenciais do evento.

E como é grande a movimentação dos jogadores em plataformas de conteúdo como redes sociais, youtube e twitch, não se pode deixar de falar que marcas e desenvolvedores utilizam estes canais para se comunicação com o público gamer.

Uma vez que os jogos são importante fonte de renda e configuram um importante mercado dentro da indústria do entretenimento, é esperado que isso também se reflita na produção de conteúdo. Pode-se dizer que a produção de conteúdo é a organização de informações, em forma de narrativas escritas, audiovisuais e outros, com o objetivo de abastecer com informação um determinado grupo.

Durante muito tempo, por questões de escala e abrangência, esta produção de conteúdo estava associada à própria produção jornalística, visto que a principal característica do jornalismo é entregar conteúdo de relevância à sua audiência. Nesse contexto, a produção de conteúdo esteve, por muito tempo, associada a interesses econômicos dentro da indústria do entretenimento. A escolha de quais produtos culturais iriam pautar a mídia especializada passavam por critérios mercadológicos e de interesse das publicações. Não havia espaço (físico) para tudo, então o critério era mesmo mercantil. Com o advento da Internet e da popularização dos meios de produção e divulgação de informação, cada vez mais o público passou a tomar para si a possibilidade de produzir conteúdo de seu interesse, em maior escala e abrangência. Grupos de fãs, organizados ou não, passaram a municiar a rede com blogs dos mais variados assuntos, e isso também ocorreu posteriormente com as plataformas de vídeo.

Quando se olha mais detidamente para o mercado de games, que movimenta cifras impressionantes, ativar a paixão dos seus usuários é a fórmula perfeita para a demanda da produção de conteúdo nas redes,

agora em larga escala. Por esse motivo, os blogs e hoje os canais do Youtube e Twitch atendem de maneira mais adequada aos anseios dos fãs e dos interessados pelos jogos. E é neste espaço que não vem sendo ocupado ou não completamente ocupado pelas produtoras de jogos que a produção fã ganha espaço:

O conceito de propagabilidade proposto no livro *Cultura da Conexão*, de Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford, também confere a esses grupos novas maneiras de mobilizar e reagir diante de decisões tomadas por empresas e governos, por meios que desafiem as decisões que os afetem de maneira adversa e com a possibilidade de explorar lacunas no sistema, permitindo-lhes atender às suas próprias necessidades.

Além das questões de propagabilidade apresentadas, vale também apresentar outro potencial desta produção de conteúdo, conforme o conceito cunhado por Jason Mittel, que é professor de estudos americanos e cultura cinematográfica e de mídia no Middlebury College, sobre a “perfurabilidade (drillability), quando convidado por Jenkins, Green e Ford para discutir a complexidade do espalhamento de obras e sua complexidade. O conceito se refere à maneira como as narrativas complexas têm o potencial de apronfundá-las e é exatamente isso que a produção de conteúdo gerada por gamers acaba por fazer.

A participação dos fãs na produção de conteúdo gamer sempre foi muito ativa. Além disso, trouxe ao segmento maior variedade e qualidade de informação.

De maneira geral, o que se pode afirmar sobre essas plataformas é a forma com que conteúdos produzidos por amadores, de modo doméstico ou semi-profissional e conteúdos produzidos por

profissionais com estilo despretensioso ou ares de superprodução, convivem de maneira pacífica e integrada.

Algumas iniciativas chamam a atenção é a junção das *lives* de música dentro de grandes jogos. O modelo não é novidade dentro do segmento, que já vinha crescendo, mas foi na pandemia que o formato ganhou mais força. Em fevereiro de 2019, a performance do DJ Marshmello foi acompanhada por 10,7 milhões de jogadores logados na plataforma do jogo Fortnite.



Figura 1 – Performance do DJ Marshmello no Fortnite.

Fonte: Alexandro (2019).

Já em novembro de 2019 foi a vez do DJ Alok fazer sua estreia em palcos virtuais na final do campeonato mundial de Free Fire, o ‘Free Fire World Series 2019’, realizado no Brasil pela primeira vez (PACETE, 2020). Após o evento ingame o avatar do DJ passou a ficar disponível no jogo.



Figura 2 - Avatar do DJ Alok no Free Fire.

Fonte: Pacete (2020).

Durante a pandemia, foi a vez do rapper Travis Scott fazer história. Sua apresentação no dia 23 de abril no jogo Fortnite reuniu mais de quatorze milhões de jogadores em tempo real, representando um novo recorde da plataforma.

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



Figura 3 - Performance do grupo de par brasileiro Haikaiss no game Avakin Life.

Fonte: Pacete (2020).

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

Já no ano de 2021 eventos tradicionais de rua, que não puderam acontecer presencialmente devido as restrições sanitárias impostas pela pandemia de Covid-19, ganharam espaço dentro de jogos digitais. Foi o caso do Carnaval 2021 que aconteceu no maior servidor de GTA do Brasil, o Cidade Alta. O evento contou com show do grupo Monobloco e teve o patrocínio de marcas como Trident, Tinder e Engov, além de reunir mais de 100 influenciadores que transmitiram o evento em mais de 300 horas de conteúdo, acumulando uma audiência de quase vinte

milhões de views. O evento teve a participação de mais de três milhões de foliões virtuais (CLUBE DE CRIAÇÃO, 2021).



Figura 4 – Carnaval Cidade Alta 2021 – GTA.

Fonte: CLUBE DE CRIAÇÃO (2021).

Já no Fortnite foi a vez da marca Doritos investir na recriação da Avenida Paulista e para a Parada LGBTQIA+. A marca criou todo um mapa com reproduções do MASP, estações de metrô, parque e trilhos elétricos.



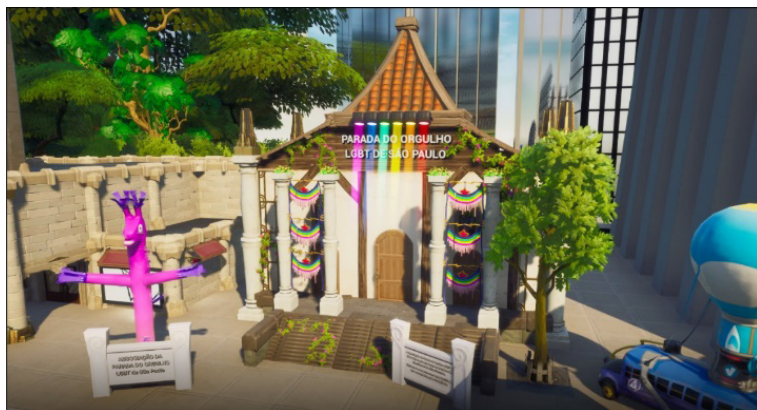


Figura 5 – Parada LGBTQIA+ 2021 – Fortnite.

Fonte: FERREIRA (2021)

Outro evento promovido dentro do Fortnite foi o festival de curtas animados, o Curta Nite, que aconteceu dentro da Party Royale. O festival apresentou curtas de diversos países e foi exclusivo para os jogadores da plataforma.





Figura 6 – Festival Curta Nite – Fortnite.

Fonte: ALEXANDRO (2021).

O Boticário escolheu o jogo Avakin Life para criar a sua primeira loja dentro de um jogo digital. Em menos de um mês a loja hub in-game registrou mais de nove milhões de visitas. Para o fechamento da iniciativa, foi promovida uma pool party (festa na piscina), personalizada pela marca e aberta a todos os usuários do game.





Figura 7 – Loja Hub In game O Boticário – Avakin Life.

Fonte: PROPMARK (2021).

A ação da marca Fusion Energy Drink em 2019 tomou um inovador rumo ao criar uma coleção especial de latas chamada Fusion DNA Siege, como uma forma de homenagear os fãs da franquia de jogos “Rainbow Six Siege”. Mas este lançamento não é apenas mais uma lata colecionável. A marca buscou através de tecnologia de ponta, uma forma de armazenar em suas latas os melhores movimentos do jogo em uma edição histórica, codificada em microscópicas moléculas de DNA inseridas na bebida. A edição limitada contou com 1500 latas que foram distribuídas aos fãs.



Figura 8 – Lata Promocional Fusion DNA Siege – Rainbow Six.

Fonte: Alves (2021).

Já a Pringles em 2021, numa parceria com a franquia Halo, lançou quatro latas de edição limitada colecionáveis, com sabores exclusivos Cheese Burger e Cheddar & Bacon e também nas tradicionais Original e Creme e Cebola. As latas estampam o personagem Master Chief. A diretora de Marketing da Kellogg no Brasil, Cristina Monteiro afirma:

A autenticidade é um elemento central para Pringles e uma característica que enxergamos em nossos consumidores, que são apaixonados por games e usam o mundo virtual para se expressarem de forma única [...]. A franquia Halo é um fenômeno global com forte presença na comunidade digital. Não poderíamos deixar de acompanhar este público tão fiel (LIDA, 2021).





Figura 9 – Latas Edição Limitada Pringles – Halo Infinite.

Fonte: Lida (2021).

Estes são apenas alguns exemplos de iniciativas que vem acontecendo dentro de grandes plataformas de jogos digitais online. Vale ressaltar que tais iniciativas são possíveis pois estes tipos de jogos têm plataformas que permitem a inclusão e atualização dos seus mapas. Jogos fechados, como os grandes Triple AAA teriam que negociar precocemente a inclusão de marcas em sua criação, o que torna suas presenças mais aos moldes das publicidades tradicionais in game. Eventos abertos, como lives ou mesmo os que acompanham datas comemorativas, só podem acontecer em ambientes de jogos online como os apresentados aqui.

Criar novos espaços para a apresentação e interação de marcas nos jogos digitais parece ser um caminho dentro do segmento. Todas essas iniciativas, algumas surgidas em meio a uma situação crítica e nunca vivenciada pelas gerações atuais, demonstram o potencial que o segmento dos games pode ter. A pandemia não criou um novo cenário ou necessariamente novas demandas, mas evidenciou as potencialidades do segmento e a necessidade de novas formas de exploração. Trouxe à tona que para se aproximar os usuários de jogos digitais de marcas precisa necessariamente passar por novos formatos,

que não apenas as já tradicionais publicidades oferecidas dentro dos jogos.

O potencial do mercado gamer chama cada vez mais a atenção das marcas e busca, através de iniciativas diferenciadas, uma maior aproximação com este público crescente. Potencial este que extrapola o próprio ambiente de jogo, uma vez que ganha espaço em publicações de influenciadores em diversas redes, assim como, na mídia tradicional.

O ano de 2020 foi marcado por este evento atípico. Com a longa duração da pandemia (que ainda não terminou) o mundo assistiu a episódios muito diversos. Desde os primeiros momentos, onde ainda não se tinha noção da magnitude que a pandemia poderia atingir, até o seu desenrolar, pode-se ver várias ondas diferentes, em momentos díspares mundo a fora. Isso provocou atitudes diferentes nas populações. Como dito anteriormente, o mundo passou 2020 em graus diferentes de isolamento e afastamento social. As fontes de lazer e distração ainda estão afetadas e a dita normalidade ainda não voltou. Com isso, formas de lazer mais domésticos permanecem como uma alternativa mais segura. Os jogos digitais sempre foram consumidos nestas bases. Então é fácil compreender como se tornaram uma saída lógica nestes tempos difíceis.

A busca das marcas por estar presentes nestes ambientes é o fluxo natural pela conquista de novos espaços de interação, com jovens que cada vez menos consomem mídias tradicionais e mesmo com um público já cansado das estratégias de interrupção comuns na publicidade tradicional.

Aqui foram apontadas algumas iniciativas, ocorridas dentro dos jogos. Muitas outras também tem acontecido de maneira cruzada, com a criação de edições especiais de produtos inspirados em jogos. A

observação agora deve ser constante, com o objetivo de captar estes movimentos e entender a novas relações que a publicidade começa a estabelecer com o mercado gamer.

REFERÊNCIAS

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

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

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

CAMILLO, Livia. *A experiência da CCXP Worlds pelo olhar de uma fã*. 07 de dez. de 2020. Disponível em: <https://bityli.com/G4oNl>. Acesso em: 10 dez 2020.

CLUBE DE CRIAÇÃO. *Festa junina gamer: São João vai rolar em plataforma para GTA RP*. Disponível em: <https://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/festa-junina-gamer/>. Acesso em: 10 mai. 2021.

COMSCORE. *Consumo de mídia durante a pandemia de coronavirus no Brasil*. Disponível em: <https://bityli.com/gaS1a>. Acesso em: 20 abr. 2020.

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

GARATTONI, Bruno; SZKLARZ, Eduardo. *Smartphone: O novo cigarro*. Revista Super Interessante. Disponível em: <https://bityli.com/conaM>. Acesso em: 01 fev. 2020.

GINAK, Letícia. *Mercado de games é superaquecido com isolamento social. O Estado de S. Paulo*. 9 de maio de 2020. Disponível em: <https://bityli.com/NnVGF>. Acesso em: 9 maio 2020.

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

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

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

MITTEL, Jason. *Forensic Fandom and The Drillable Text*. In: Blog Spreadable Media, 2009. Disponível em: <http://spreadablemedia.org/essays/mittell/#.WldSk28rIpt>. Acesso em: 01 out. 2021.

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

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

NEWZOO. *Newzoo*. Disponível em: <https://newzoo.com/>. Acesso em: 01 ago 2021.

OFICINA DA NET. *Riot distribui chaves de acesso ao beta de Valorant a partir de hoje na Twitch*. 14 de abr de 2020. Disponível em: <https://bityli.com/xVxjj>. Acesso em: 20 maio 2021.

OLHAR DIGITAL. *Steam e Epic Games oferecem jogos gratuitos durante quarentena*. 20 de mar. de 2020. Disponível: <https://bityli.com/zuWiv>. Acesso em: 29 mar. 2021.

OROFINO, I. *Recepção e respostas: as webséries como índice para se pensar a emergência do “prossumidor”*. In; CARRASCOZA, J. A., R. M. (orgs). *Consumo midiático e culturas de convergência*. São Paulo: Miró Editorial, 2011.

PACETE, Luiz Gustavo. *Games e música revivem combinação histórica. Meio e Mensagem*. 18 de maio de 2020. Disponível: <https://bityli.com/AzIJW>. Acesso em: 20 maio 2021.

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

REIS, Gabriel. *Valorant: como conseguir key para o beta fechado do FPS da Riot Games*. E-Sportv. 04 de maio. de 2020. Disponível: <https://bityli.com/kUADC>. Acesso em: 20 maio 2020.

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

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

TECNOLOGIA IG. *Consumo de games "explode" na pandemia; mercado deve lucrar R\$ 851 bi em 2020*. Disponível em: <https://bityli.com/aTBG4>. Acesso em: 23 ago. 2020.

TERRA. *Edição virtual da CCXP é vista por 1,5 milhão de pessoas*. Disponível em: <https://bityli.com/TzFDi>. Acesso em: 10 dez. 2020.

VELOSO, Ana Clara. *Com mais gente em casa, faturamento do varejo mais que dobra com venda de games*. 17 de abr. de 2020. Disponível: <https://bityli.com/qaLGQ>. Acesso em: 20 maio 2020.

WOLFE, Daniel. *Twitch users have streamed 2 billion hours of video-game play during the pandemic*. 19 de abr. de 2020. Disponível em: <https://bityli.com/Ss7YK>. Acesso em: 20 maio 2020.

A Série: Mad Men (EUA, 2007)

Mad Men é uma série sobre o mundo da publicidade americana nos anos 1960. Ela mostra como a área foi se consolidando e como o mercado foi se alterando em função disso. Focada na figura de Don Draper, um criativo que faz de seu trabalho o foco de sua vida e mostra como isso influencia sua família e sua vida. A série teve sete temporadas e foi exibida originalmente pela AMC entre 2007 e 2015. É um retrato da publicidade e do mercado americano em uma década repleta de transformações.

Onde assistir: Amazon Prime Video

Box musical:

Believer – Imagine Dragons

Ordinary Love – U2

Underpresion – Queen

Everybody wants to rule the world – Tears for Fears

11

LONGE É UM LUGAR QUE NÃO EXISTE

Pollyana Ferrari¹

“Os afetos atravessam o corpo como flechas, são armas de guerra.”

Deleuze e Guattari

Em 05 de maio de 1987, uma terça-feira, a única coisa que registrei na agenda, em letras enormes, foi “longe é um lugar que não existe”. Durante este processo de luto, pois perdi minha mãe em 08 de fevereiro de 2021 para a Covid-19, acho essa agenda amarelada em uma caixa no quarto de depósito. Entre tantas fotos, cartas, revistas, patins, *walkman*, roupas para doação etc., essa página do dia 05 me fez sentar no chão e fitá-la. Fez-me perceber que sempre acreditei que estamos conectados por uma energia sutil, a mesma que está presente nas plantas, rios, cidades, planetas e ar. Como diz o fundador da neurobiologia vegetal, o italiano Stefano Mancuso, citando o professor de Botânica no University College, de Dundee, de 1888 a 1920, Patrick Geddes, “no cerne da teoria do planejamento urbano de Geddes reside a ideia poderosa de que a cidade deve ser tomada, para todos os efeitos, como um ser vivo, fruto de sua história, da interação com o meio ambiente, dos edifícios e das redes sociais, econômicas e ecológicas que a compõem. Cada função que

¹ Coordenadora da Rede PUC Check. Pós doutora em comunicação pela Universidade Beira Interior (UBI) – Portugal, Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo (USP), jornalista, professora do Departamento de Comunicação e do programa Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), ambos pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É autora de 9 livros sobre comunicação digital, dentre eles: *Como sair das bolhas* (2021, 2 ed.), *Jornalismo Digital* (2010), *No tempo das telas* (2014) e *A força da mídia social* (2014). E-mail: pollyana@pucsp.br

ela apresenta, por mais particular que seja, pode ser assimilada às funções vitais eternas de um organismo vivo”.

Um filme passou rapidamente na memória: consegui ver num telão mental esses 34 anos que separam a frase, do presente. Percebi cada conquista, quedas, medos, passos e recuos. Esse fluxo constante de ir e voltar, de sintonizar com o sagrado que existe em nós ou deixar que a velocidade –, seja da rede, das cidades grandes ou da nossa ansiedade – nos façam esquecer que longe é um lugar que não existe. “Sempre estivemos conectados – de maneira desigual, ilógica, alguns mais do que outros, mas de modo total e inevitável. O que muda na rede é que essa conexão fica visível e é inegável”, vai nos dizer o jornalista e artista inglês James Bridle (2019), no livro *A nova idade das trevas: a tecnologia e o fim do futuro*.

Não achei na casa dos meus pais o livro que dá título à minha anotação na agenda, do escritor Richard Bach, mesmo autor de *Fernão Capelo Gaivota*, outro livro que li na adolescência. Faz seis graus numa manhã gelada de julho de 2021, no interior de São Paulo. Estou lendo *Cura Vibracional*, de Jaya Jaya Myra, pela editora Pensamento, coberta com quatro cobertores e sem coragem para encarar o banho e a meditação logo mais às 7h, em jejum, durante o retiro de silêncio no campo [faço isso regularmente quando sinto que estou perdendo meu aterramento, minha capacidade de centrar e não deixar a mente me dominar], saio das redes sociais, dos grandes centros, por um tempo, pois até podemos desconectar de vez, mas acredito que não seja esse o caminho, acredito no caminho do meio, nem 8, nem 80. Cada retiro é de um jeito, neste ano foi mais difícil silenciar a mente, imagens velozes passavam rapidamente durante a prática da meditação, como se eu tivesse acelerado o áudio do WhatsApp em 1,5x, como os jovens estão

gostando de ouvir mensagens e ver os vídeos nesta segunda década do século XXI.

Para Lemos, o ciberespaço inaugurou um fluxo novo de informação (2007, p.280). Não há como imaginar a sociedade tendo que enfrentar um retrocesso neste amplo cenário de conectividade sem que seja um caos. Já na visão de Kelly (1998, p. 19), o entrelaçamento da vida das pessoas, de artefatos e mentes em âmbito global é o maior impacto nesse cenário distópico das relações, das cidades e do meio ambiente. A partir da disseminação de outra tecnologia – a inteligência artificial (IA) – aprofundará ainda mais esse processo de entrelaçamento, forçando ondas de desconstrução e construção de novos paradigmas. Um processo em curso que não estamos tendo tempo de assimilar, ou como diz Han (2017), em *Sociedade do Cansaço*, “estamos despidos de toda a transcendência, pois a vida foi reduzida a imanência da mera vida”, ou seja, sobrevivemos cansados.

Como afirma Baudrillard (1997, p. 129), “entramos na vida como numa tela. Vestimos a própria vida como num conjunto digital”, mas isso custa caro ao corpo, ao sono, à alimentação. Precisamos cuidar com carinho e dedicação do corpo e da mente, ao mesmo tempo, pois somos um espírito que habita um corpo. Este livro, do grupo de pesquisa Comunidata, traz reflexões sobre as redes e nós e, no meu capítulo, resolvi me debruçar sobre nossos embates pessoais com a velocidade neste tempo-fluxo. Como diz a nova letra “Intuir”, de Tulipa Ruiz, que aliás foi minha aluna na PUC-SP, na primeira classe que ministrei na vida, e melodia de João Donato, cantada pela primeira vez nos 87 anos de Donatão, como o músico é chamado pelos amigos, diz:

“Hora de despertar, hora de sentir, uma inspiração, um palpito, uma ideia, uma sensação. Tá no que você vê, tá no que você come, tá no que você compra, tá no que você consome, tá dentro de você; dentro de você tem você! Você vai respirar, hiperventilar, peito cheio de ar (...)”

O CORPO

Meu corpo dói muito enquanto tento ficar sentada imóvel, mas penso que é a persistência que faz um padrão mudar, seja ele muscular ou emocional. Percebo como a pandemia, o medo, os fantasmas do passado e as perdas enrijeceram minha musculatura da cervical, lombar, braços. Ando dispersa e cansada fisicamente. Mas lembro desta frase da Myra que diz que é “a constância que torna qualquer prática mais fácil (...) Não existem atalhos nesta vida, e a meditação é uma prática que ensina essa difícil lição”, explica a agente de cura e orientadora espiritual com formação em Biologia Molecular, autora de Cura vibracional.

Realmente, atalhos são promessas voláteis, bobas, pois o caminhar requer coragem e persistência. Aprender a cozinhar, por exemplo, exige persistência, autocompaixão com os erros, com o sal em excesso, ou com o bolo que não cresceu, mas está uma delícia, apesar da “cara” feia.

Quando queremos parar de fumar, por exemplo? Qual a fórmula? Não existe, é a persistência, um dia de cada vez. O problema é que a sociedade do consumo nos ilude com promessas rápidas, com filtros que emagrecem a cintura para postar no Instagram, com promessas de viveram felizes para sempre, o que nunca existiu, já que o amor romântico é uma criação do consumo. O que existe é o amor e a vontade de estar junto. Fórmula de felicidade? Isso não existe, cada um descobre a sua.

Quem você quer enganar, meu querido leitor? Por que não achar belo suas rugas, gorduras e cicatrizes? Por que somos escravos do consumo? Da juventude eterna? Da magreza? Onde está esse manual da vida “gourmetizada” para eu jogar fora? Cada um pode ser o que quiser. Simples assim.

Releio essa frase várias vezes no silêncio do retiro. Em outro momento, sentada, apenas respirando, percebo que meu luto se juntou à indignação, pelos mais de 660.000 mortos no Brasil e a raiva por tantos interesses escusos, subornos, racismo, homofobia, desgoverno – todas anomalias de uma sociedade doente, mergulhada em dor, uma dor coletiva. Que já estava no seu ápice e com a pandemia de Covid-19 transbordou.

Trouxe comigo – para reler – o livro *Nós: tecnoconsequências sobre o humano* (2020), que tanto me orgulha de ter organizado. Resolvo transcrever um trecho do Prefácio do professor e amigo André Lemos (UFBA) que diz: “tempos de crise são bons para revelar as tensões escondidas em coletivos estabilizados. Enquanto está tudo bem, essas tensões ficam fechadas em suas caixinhas, encapsuladas nos fazendo ver cada coisa no seu lugar”. Mas basta uma pequena perturbação para que tudo saia da ordem. Coisas aparentemente isoladas em seus domínios (Economia, Direito, Ciência, Cultura...) começam a afetar outras, revelando a força das suas associações”. Concordo com ele.

Somos um planeta com aura cinza, pedindo luz. Essa exposição diária ao número de mortos, vidas que poderiam ter sido salvas, enxurrada de fake news; tudo estava me intoxicando, pois não conseguia manter a capacidade de atenção e de estabelecer prioridades em meio ao luto e à pandemia. Dispersão me definia. Dispersão que vejo

em meus alunos, mergulhados em vídeos rápidos, anestesiados no TikTok ou no Reels. Anestesiados para não sofrer mais.

Precisava silenciar.

“Há muitas vozes, sons artificiais, timbres monótonos, ruídos irritantes. Há barulhos e alertas. Também há o estrondo das redes sociais. Estamos imersos no caos sonoro. E mesmo quando procuramos lugares “silenciosos”, levamos o barulho conosco. Aliás, quem hoje sai de casa sem celular? Quem caminha no parque sem fones de ouvido?”, pergunta Margot Cardoso, jornalista e pós-graduada em filosofia, colunista da revista *Vida Simples*. Percebo que a natureza, o silêncio e o sol sempre me recarregam. Desde pequena quando subia no telhado para ver a rua de cima, desacelerava. Era um jeito de fugir da televisão sempre ligada em casa (nunca gostei de televisão) e do excesso de ruídos que ela traz. Minha mãe não parava de falar, ela precisava de ruído para o dia passar, precisava falar, comentar, sobre o assunto que fosse – da telenovela ao aumento do preço do pão, ela sempre tinha algo a dizer. Eu me sentia exausta e hoje, 34 anos depois, percebo que ficava mesmo. Intuitivamente passava tardes nadando cinco quilômetros ou mais [só vendo azulejos e desacelerando], um processo terapêutico que fazia sem perceber e fui me dar conta já adulta em sessões de terapia.

Eu mesma me curava na água, indo e vindo na piscina de 50 metros do clube do interior, água gelada, sem aquecimento ou marolas. A tarde terminava com misto quente na lanchonete do clube e a volta para casa trazia uma quantidade suficiente de endorfina para esperar o jantar e o Jornal Nacional (TV Globo) que todos viam juntos em silêncio, de segunda a sexta-feira. Final de semana era liberado [risos].

Escrevendo à mão [em cadernos nas noites silenciosas do retiro] lembrei desta frase de Roland Barthes “lo que me separa de mamá (el

duelo que era mi identificación com ella)”, escrito na década de 1970, no livro *Diario de duelo*. Esse duelo, que tanto mostrou diferenças entre mãe e filha, nos últimos anos virou compaixão, amor sem pedir nada em troca. Minha mãe tinha Alzheimer e aprendi a entender nas entrelinhas, perceber o toque da sua mão na minha e todo diálogo travado a cada gesto, mesmo em silêncio mútuo. Fez-me perceber o tanto que pode ser dito num pedaço de bolo quente de milho com café, num abraço, num ruído da novela que embalava o silêncio do seu olhar distante. Minha mãe enfrentou muitas lutas e para sobreviver se tornou severa comigo, com todos e, principalmente, com ela. Não sabia demonstrar amor e era na comida – que preparava com mãos de fada, como se dizia nos anos 1980 – que ela demonstrava afeto: bolos, feijoada, frango à milanesa, estrogonofe, bolachinhas de nata. Saudade dos potinhos de congelados que eu trazia para abastecer a geladeira em São Paulo! Acho que nunca te agradei devidamente mãe, mas fiz isso hoje cedo numa conversa que tivemos, pois andamos mais próximas do que nunca, afinal de contas não morremos, só mudamos de plano.

O CORPO SOCIAL

A nossa pressa não nos faz perceber nem o gosto da comida que chega rápido pelo entregador do aplicativo. Há quanto tempo você não cozinha seu alimento? Descasca sua batata ou faz uma sopa que não seja pronta? Por que precisamos ser tão velozes? Estamos economizando tempo para quê? Esse processo de desacelerar funciona também como uma autocompaixão, uma abertura da sensibilidade ao sofrimento, de nós mesmos e dos outros, e o desejo genuíno de aliviar o sofrimento e suas causas.

A sociedade do consumo, do empreendedorismo, do sucesso, excluiu o sofrimento, tão necessário para nos mostrar que somos humanos. Já percebeu que até o tempo do café coado substituímos pela rapidez das cápsulas? Basta colocá-las, e em menos de dez segundos temos um expresso saindo na xícara. Mas, fazer um café coado, como também selecionar o vinil que colocaremos na vitrola pode ser terapêutico e ajudar a desacelerar. O corpo social, bem como o corpo físico andam doentes. Ou como diz Han, “a sociedade do desempenho e a sociedade ativa geram um cansaço e esgotamento excessivos” (HAN, 2017:, p. 70).

O geógrafo Milton Santos dizia que o exército de consumidores globalizados fez com que a competitividade excluísse a compaixão. Esse corpo social onde você acredita que se encaixa, na sua bolha, é incapaz de olhar o outro, perceber que o entregador do APP passou o dia com um pacote de bolacha maisena no estômago, não almoçou ou jantou; trabalha por conta e risco entregando comidas para outros seres humanos, que estão correndo, “empreendendo” e não podem descascar a própria batata.

No podcast O que o Milton Santos diria do iFood?,² percebemos um trabalho primoroso de edição onde os produtores de Prato Cheio intercalam o pensamento de Milton Santos, que nos deixou em junho de 2001, com declarações atuais do diretor financeiro do iFood, além de entrevistas com entregadores do aplicativo. A precarização da vida fica evidente nos 36 minutos do áudio, fazendo com que a compaixão pela vida, nossa e dos outros, passe longe dos discursos de produtividade e

² Disponível em: https://open.spotify.com/episode/6psjMj9RJ6lEkwdxwmCsxS?si=wq2pgj9eSA2tET_OPBZpUg&dl_branch=1

liderança do gestor do iFood. Como chegamos nesta desumanização? Tenho mais perguntas do que respostas para o leitor deste livro.

As redes sociais sugam nossa energia sutil, pois a cada notificação, curtida ou comentário, desviamos o foco do que estamos fazendo para absorver algo recomendado por um algoritmo que visa o lucro, o consumo. Lucia Santaella vai nos dizer no prefácio da 2ª edição de *Como sair das bolhas* (2021) que “esse mal-estar foi perfeitamente retratado no documentário acessível na Netflix sob o nome de *Privacidade Hackeada* (2019). O filme versa sobre os escândalos em que se envolveu o Facebook ao permitir a coleta, em 2016, pela *Cambridge Analytica*, de dados pessoais de 87 milhões de usuários sem que isso tenha sido permitido”.

Em outro trecho ela fala: “Mesmo aqueles que são conscientes de que estão alimentando mecanismos perversos não deixam de postar e compartilhar muito mais dados pessoais do que deveriam nas redes sociais. E nem mesmo a leitura dos termos de uso consegue estancar esse impulso. Fornecemos nossos dados em troca do uso que as plataformas nos oferecem. No entanto, por baixo dessa troca aparentemente gratuita, empresas, anunciantes e campanhas políticas têm acesso à mineração desses dados para os seus propósitos”.

O professor de Harvard, Lawrence Lessig, um dos fundadores do sistema de licenças abertas *Creative Commons* (que este livro adota), já chamava a atenção para um certo futuro sombrio, à medida que o consumo virava a grande pedra filosofal das marcas na rede. No livro *Code and Other Laws of Cyberspace* (LESSIG, 1999), o pesquisador discorre que são falsas e perigosas as afirmações de que o ciberespaço deve ser um lugar livre, sem intervenção regulatória. Lessig já chamava há vinte

anos a nossa atenção para nova arquitetura da internet sendo traçada pelas bigtechs: Google, Facebook, Amazon, Twitter e Microsoft.

Esse ruído constante das redes é um estado muito similar ao modelo de negócio das *startups* atuais de tecnologia. O CETIC.br³, por exemplo, realizou em 2020, a pesquisa, TIC Cultura 2020, com o objetivo de entender as práticas culturais da população brasileira. Em 2020 houve um aumento do consumo de vídeos, programas, filmes ou séries pela internet, já que em 2018, tínhamos 76% dos entrevistados consumindo cultura pela internet, dois anos depois, temos um salto de 10% e vamos para 86% dos entrevistados, assim como o consumo de música vai de 76% em 2018 para 85% em 2020.

A pandemia de Covid-19 aumentou, devido ao isolamento social, o consumo de conteúdos pelas telas, mas também aumentaram os casos de ansiedade, depressão e burnout, síndrome do esgotamento físico e mental. A síndrome, que foi definida pelo psiquiatra alemão Herbert Freudenthal, em 1974, pode ser desenvolvida em resposta ao estresse excessivo e prolongado de atividades relacionadas ao trabalho. A palavra *burnout*, de origem inglesa, é resultante de duas outras: *burn*, que significa "queimar" e *out*, que quer dizer "fora". Queimar fora nos faz literalmente "ferver a mente". E percebemos com práticas de meditação e silêncio que precisamos exatamente do contrário, ou seja, de esfriar e desacelerar a mente, algo que os algoritmos não querem. Os mecanismos de notificações funcionam como alertas cerebrais que dizem, "dá uma olhada", e daí clicando já entramos no fluxo incessante de novo.

3 <https://www.cetic.br/pt/pesquisa/cultura/microdados/>

O quase centenário Morin (2005) vai nos ensinar que é preciso religar os saberes humanos para que sejam vistos como um sistema complexo que age sobre o meio e sobre o indivíduo. Segundo o autor, os sistemas vivos organizacionais/informacionais são sistemas abertos capazes de auto-organização através de “uma teoria da evolução que só pode provir das interações entre sistema e ecossistema [meio-ambiente]” (p. 22).

Esse ruído incessante das redes ignora o meio-ambiente, ele não tem estações do ano, manhã, tarde e/ou noite. Esse tempo 24x7 [24 horas, sete dias por semana] das redes sabota nossas necessidades mais básicas como dormir, comer, descansar. Um exemplo fácil de perceber esse tempo fluxo que engole tudo é ver quando entramos numa rede social só para espiar algo e quando percebemos já se passaram 50 minutos. Mesma coisa acontece com os jogos sociais, a priori desprezíveis, até com grupos no “Zap” para criar lastro entre equipes e quando percebemos são três horas por dia ou mais dedicadas ao jogo.

Não sou contra a tecnologia, mas quando ela desconecta da busca do humano, dessa capacidade de amar, citada pelo filósofo polonês Zygmunt Bauman, que é o que nos torna humanos, perdemos o pé de vez. Michaela Coel, vencedora do Emmy 2021, na categoria de melhor roteiro, pelo texto da série *I May Destroy You*, que foi escrita, codirigida, produzida e protagonizada por ela, além de ter sido inspirada em um episódio de assédio que ela sofreu, disse no discurso da premiação: “Em um mundo que nos seduz a navegar pela vida de outras pessoas para que possamos determinar melhor como nos sentimos sobre nós mesmos, e a sentir a necessidade de estarmos constantemente visíveis, pois hoje em dia visibilidade parece ser sinônimo de sucesso, não tenha

medo de desaparecer – do mundo e de nós, por um tempo, e ver o que vem até você no silêncio”. O silêncio nos diz muito, sobre nós, nossa respiração, e sobre o mundo.

Veja a pandemia vigente, o vírus sozinho, em laboratório, não causa nada. “A tecnologia sozinha, sem o humano, é só uma plataforma. Os bots e a inteligência artificial não existem sozinhos. Precisa de algum humano programando para ser compartilhado depois, mesmo que automaticamente. Precisa do lastro social. Os grupos, o Facebook, os compartilhamentos não acontecem sozinhos. É o engajamento do humano que propaga essa inteligência. As empresas podem criar as ferramentas de engajamento, mas as pessoas precisam abastecê-la e compartilhar” (trecho extraído de entrevista ao TAB UOL⁴). Acredito que o único jeito seja reduzindo o uso/hora dessas plataformas, elegendo prioridades e só compartilhando depois de checado. Já ficou uma semana sem Instagram? Facebook? Fez alguma falta? Talvez nos primeiros dias, mas depois, vai por mim, nenhuma.

AS BOLHAS

No início do século atual a rede crescia e se transformava, e “com a chegada das redes sociais, nos primeiros anos do século XXI, o receptor ganhou voz e tornou-se também produtor de conteúdo, o que fez aumentar a polifonia de vozes no espaço público das timelines” (Ferrari, 2020). Ter uma polifonia de vozes é o que faz a rede plural e bacana, mas depois de vinte anos percebemos que as redes sociais são lugares cercados com muros altos e donos, como alerta Pierre Lévy, em recente

4 <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/30/pandemia-mostra-que-estava-tudo-errado-diz-pesquisadora-de-midia-digital.htm>

entrevista ao El País. Escritor, filósofo e doutor em Sociologia e em História da Ciência, nascido na Tunísia e formado na França, é professor-emérito da Universidade de Ottawa, professor-associado na Universidade de Montreal e membro da Academia de Ciências do Canadá e autor de vários livros que mudaram a forma como víamos a rede, entre eles *A inteligência coletiva*, *Cibercultura*, e *O que é o virtual?*

Na entrevista em 1º de julho de 2021, Lévy nos diz que vê “cada vez mais gente praticando meditação. Não é uma coisa qualquer, é preciso permanecer muito atento à respiração, não é algo simples. Sim, é preciso trabalhar a atenção das pessoas, e isso começa por ensinar a atenção na escola. Sem ela, não há nada a fazer. Você pode receber uma avalanche de dados e informações, mas se não tiver cultivado sua capacidade de atenção. (...) Em suma a chave é: ter capacidade de atenção, estabelecer prioridades e fixar objetivos”, ensina Lévy, que acredita que o foco e a capacidade de atenção são peças-chave para o uso sadio das redes, envolvidas por bolhas na pós-verdade vigente.

Acontece que “as bolhas e, respectivamente, seus membros, têm suas preferências e conexões facilmente escaneadas”, estabelecem-se como uma forma de controle exercido pelas informações que concedemos pelo Facebook, pelo celular, pelos sites que acessamos, causando uma completa falta de privacidade do indivíduo que, dessa maneira, fica exposto a todo o tipo de manipulação. Essa polifonia de desinformação ganhou a ONU, no discurso do presidente Bolsonaro⁵, em 26 de setembro de 2021, e comentários na coluna de Zuenir Ventura no jornal O Globo, onde diz o escritor: “Imagina se chega à ONU a

5 Íntegra do discurso do presidente Jair Bolsonaro na ONU Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/09/21/veja-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-na-assembly-geral-da-onu.ghtml>

informação de que o serviço de checagem Aos Fatos atualizou seus números em relação a Bolsonaro e chegou a este resultado: em 990 dias como presidente, ele deu 3.886 declarações falsas ou distorcidas. Ele não esconde sua simpatia: “Fake news faz parte de nossa vida. Quem nunca contou uma mentirinha para a namorada?” Estava numa solenidade no Planalto e, ao perceber a gafe, acrescentou, mentindo mais uma vez: “Eu nunca menti para a dona Michelle”.

No estudo *The impact of COVID-19 on journalism in Emerging Economies and the Global South* (2021), assinado por Damian Radcliffe e produzido pela *Thomson Reuters Foundation*, o jornalismo praticado ao longo da época desta pandemia trouxe desafios semelhantes aos enfrentados durante os períodos das guerras. Da mesma forma que prevaleceu a urgência em reinventar a forma de exercer a profissão e de rever práticas repetidas por séculos do dia para a noite, também estiveram em pauta tanto a segurança e a saúde do profissional em si como o acesso e a qualidade da informação verdadeira (STORM apud RADCLIFFE, 2021, p. 32). “Forças malignas estavam dispostas a romper, sabotar e prejudicar o fluxo da informação confiável e independente” (ZAPPULLA apud RADCLIFFE, 2021, p. 4).

A pandemia veio agravar essa situação, pois evidenciou a “crise de confiança vivida por instituições como a imprensa e a ciência, entre outras”, comentam as autoras Ferrari e Boarini ao *Jornal da USP*⁶ em 23 de março de 2021. A pandemia de covid-19 acentuou diferenças ao servir como instrumento de polarização política, de disseminação de mentiras e de ideias negacionistas, entre outros pontos.

6 <https://jornal.usp.br/ciencias/pesquisa-mostra-como-a-desinformacao-se-tornou-o-virus-deste-seculo/>

A MEMÓRIA

Num trecho de *Cartas para minha avó* (2021), Djamila Ribeiro diz: “em geral, as pessoas não se interessam em nos perguntar onde e como dói, pois acreditam que já conhecem o antídoto para a dor, ou que simplesmente não há necessidade de senti-la. Numa das poucas vezes que me abri e falei da minha dor, ouvi de uma vizinha que “a vida é dura para quem é mole”. Eu era muito jovem, mas sempre soube identificar a indiferença”. Indiferença, que hoje está presente na vida em fluxo.

Já sabemos que os stories e postagens no feed são uma parcela feliz de nós, já colocamos o que editamos de nós; mas quando podemos nos abrir e contar nossas dores? A casa, a cidade, nossas fotos, tudo são memórias que podemos acessar como portais que nos levam para o passado ou para o esgarçamento do tempo presente, aquele tempo estendido que comentei quando escolhemos um vinil na estante, miramos a capa, tiramos o plástico que protege o disco, colocamos na vitrola, ajustamos a agulha e aí sim nos deleitamos com o som. Muito diferente e mais lento do que escolher a trilha no Spotify ou em outra plataforma de música. Giorgio Agamben vai nos dizer no livro “Quando a casa queima” que

É possível então, pensar a porta nem como um acesso, que conduz a um outro lugar, nem apenas como um âmbito, cujo contorno se pode percorrer. Pelo contrário, ela é o evento de um fora, que não é um outro lugar, mas como na definição kantiana de coisa em si, um espaço que deve permanecer absolutamente vazio, uma pura exterioridade. (2021: 37).

Essa exterioridade, esse esvaziar da mente, que tanto nos ensina a ioga e a meditação, não é algo dado, precisamos buscar diariamente, pois o fluxo da sociedade informacional nos rouba o ar, o silêncio e a

quietude da mente 24 horas, sete dias por semana. Algoritmo não dorme, não descansa, não escolhe o vinil, nem mesmo os assistentes de voz, tão queridinhos ultimamente. Não se engane, o tempo que vai economizar pedindo a música para Alexa, vai te custar muito caro lá na frente. Talvez a receita, se é que temos alguma, seja perceber que o corpo, o corpo social, as bolhas e as memórias estão entrelaçados como rizomas. “Assim como ocorre na floresta, onde cada árvore está ligada a todas as outras por uma rede subterrânea de raízes que as une formando um superorganismo, as plantas constituem a nervura, o fundamento, o mapa (ou planta) com base nos quais se constrói o mundo em que vivemos”, nos ensina Mancuso, que sonha em cidades repletas de plantas por todos os telhados, ruas, avenidas, varandas, muros, calçadas.

Para ter algoritmos que “sabem” o que queremos consumir e nos ofertam tudo sob medida, APPs que resolvem a mobilidade urbana até a nossa fome à smartphones cada vez mais autossuficientes [com baterias que não descarregam nunca], aumentamos nossa pegada ecológica, descrita por Mathis Wackernagel e William Rees, os criadores do termo. “A pegada ecológica mede todos os recursos (combustível, eletricidade, água etc) usados pelas pessoas na cidade, assim como todos os resíduos produzidos, e relaciona a soma total à quantidade de terra requerida para gerar os recursos e eliminar o lixo” (2021: 53-54). Ou seja, gastamos muito mais recursos naturais para manter a “vida inteligente”, propagada pelo marketing e influenciadores digitais.

Vamos combinar que não melhoramos o sono, nem os relacionamentos, com as mídias sociais, nem a saúde, com o *fastfood* entregue rapidamente pelo APP de comida. Isso, só para citar três

exemplos. Nem entrei na mais-valia de Marx e na “uberização” dos empregos.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. *Quando a casa queima*. Belo Horizonte: Âyiné, 2021.
- BRIDLE, James. *A nova idade das trevas: a tecnologia e o fim do futuro*. São Paulo: Todavia, 2019.
- FERRARI, Pollyana. *Como sair das bolhas* (2 ed). São Paulo: Educ, 2020.
- FERRARI, Pollyana; BOARINI, Margareth. Desinformação e comunicação na sociedade contemporânea. *Organicom*, São Paulo, v. 18, n. 34, p. 37-47, 2021. ISSN: 2238-2593. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.170549>. Acesso em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170549>
- FERRARI, Pollyana. Panorama da educação midiática em tempos de fake news: os Recursos Educacionais Abertos como boas práticas de literacia. *Questões Transversais*. São Leopoldo, Brasil, v. 8, n. 16, 2021. Disponível em: <http://revistas.unisinis.br/index.php/questoes/article/view/18583>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- HAN, Byung-Chul. *Sociedade do cansaço*. Petrópolis: Vozes, 2017.
- LESSIG, Lawrence. *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic Books, 1999.
- MANCUSO, Stefano. *A planta do mundo*. São Paulo: Ubu, 2021.
- MYRA, Jaya Jaya. *Cura vibracional*. São Paulo: Pensamento, 2018.
- MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- MORIN, Edgar. *O Método 2: a vida da vida*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- RADCLIFFE, Damian. The impact of COVID-19 on journalism in emerging economies and the global south. *Thomson Reuters Foundation*. Disponível em: <https://www.trust.org/documents/covid-report.pdf>
- RIBEIRO, Djamila. *Cartas para minha avó*. São Paulo: Cia das Letras, 2021.

A Série: Maid (EUA, 2021)

Maid nos deixa um aprendizado urgente para todas as mulheres. A série conta a história da protagonista Alex (Margaret Qualley), uma jovem com uma filha de três anos, presa num relacionamento abusivo. O cientista político e professor da FGV, Guilherme Casarões, disse muito do que eu gostaria de dizer sobre a série original Netflix (2021), dirigida por Molly Smith: “Ótima, mas perturbadora e angustiante, ilumina a importância de falarmos sobre a violência doméstica e abuso sexual”. Em outro trecho Casarões diz: “a série também escancara a precária situação econômica dos EUA. Uma pobreza diferente da nossa, estranhamente materialista, em que pessoas não tem onde morar, podem até passar fome, mas vivem no/do próprio carro e tem acesso a certos bens de consumo”. Nos 50 minutos de diversos episódios, Alex realiza sozinha uma verdadeira peregrinação em busca de seguro-desemprego, abrigo para vítimas de violência doméstica, creche para filha, entre outros processos burocráticos e lentos.

Onde assistir: Netflix**Box musical:**

Portas - Marisa Monte.

Emerald Mist - Tomas Walker, Ashtar Ron Allen.

Change - Rita Lee, Roberto De Carvalho, Gui Boratto.

Dois Cafés - Tulipa Ruiz.

Happier - Marshmello.

Simbiosis - Ruth de las Plantas.

12

A ONDA DAS LIVES: PROGRAMAÇÃO CULTURAL POR MEIO DAS TELAS

Tamara Demuner¹

INTRODUÇÃO

No mundo de hoje, por motivo de uma pandemia, percebemos o surgimento de expressões que representam um tipo de qualificação de tempo. Termos como “antes da pandemia”, “durante a pandemia”, “pós-pandemia” ou “o novo normal” fazem parte das conversas sociais dos indivíduos de todo o globo.

Byung-Chul Han, em *Sociedade do Cansaço* (2017), inicia a sua obra falando sobre as enfermidades de cada época vivida. Ele inicia com a “época bacteriológica” – resolvida com a descoberta dos antibióticos – e termina afirmando que “apesar do medo imenso que temos hoje de uma pandemia gripal, não vivemos uma época viral” – combatida com o desenvolvimento da defesa imunológica.

De início, a impressão que temos é de que Han não previu que existiria uma pandemia causada por um vírus – nós, como sociedade do cansaço, muito menos – porém, Han aprofunda seu argumento de que “a sociedade está entrando cada vez mais numa constelação que se

1 Mestre pelo programa de pós-graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da PUC-SP, linha de pesquisa em Design Digital e Inteligência Coletiva (2019). É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Rádio e TV pela FAESA – Faculdades Integradas São Pedro (2005). Pesquisadora na área da comunicação, é integrante do grupo de pesquisa Comunidata desde 2017. Integra a equipe da Gerência de Difusão e Promoção na sede do Sesc São Paulo, tendo como carro-chefe a atuação em festivais nacionais e internacionais, projetos institucionais e em rede. E-mail: tamarademuner@gmail.com

afasta totalmente do esquema de organização” e continua na afirmação de que a alteridade e a estranheza são características que estão em pleno desaparecimento. Esses fatores influenciam no discernimento de como identificar e resolver certos dilemas contemporâneos.

O conceito de alteridade e estranheza explanado por Han é reforçado pelo autor Roberto Esposito (2004) que complementa que temos um problema na diferenciação de alguns fenômenos que deveriam, por si só, serem distinguidos um do outro.

Temas como “a luta contra o surto de uma nova pandemia”, ou “o reforço das barreiras contra a imigração ilegal”, ou até mesmo “as estratégias para neutralizar o ataque dos vírus de computador” são questões muito distintas entre si e que pedem diferentes estratégias de ação para resolução. Porém, sem alteridade e estranheza como base analítica, suas resoluções acabam partindo de um mesmo horizonte de sentido: o reducionismo de uma reação de proteção contra um risco e, assim, a vulnerabilidade.

Mesmo com a experiência de outras pandemias como a gripe espanhola de 1918 vividas por gerações de um passado recente, e mesmo com o desenvolvimento da tecnologia, tanto na área da saúde quanto no quesito da disseminação de informações que em outras pandemias não contavam, o fator da vulnerabilidade no plano de ação de questões a nível global tem como consequência o fato de que somos surpreendidos, em pleno século XXI, por uma pandemia viral com consequências fatais.

Resta-nos um questionamento: o que a experiência das pandemias nos ensina ou deveria ensinar? Ao olhar para o presente, já podemos verificar o início de um novo funcionamento na sociedade global. Dois fatores a respeito da tecnologia estão atrelados a esse ponto: o avanço

tecnológico na área da saúde e o avanço na comunicação e na disseminação de informações provenientes da tecnologia digital.

No primeiro fator, tivemos uma ampla organização global e coletiva para a criação de vacinas em tempo recorde. Na pandemia da Covid-19, a vacina foi criada em dez meses desde o registro do primeiro caso de infecção. Já na pandemia da gripe espanhola, a vacina foi criada após 26 anos do primeiro relato.

No segundo fator, a importância da comunicação na disseminação de informações potencializa a distribuição e a democratização do conhecimento científico. Desta maneira, a sociedade adquire um nível maior de acesso à educação, por meio da propagação de notícias verdadeiras, como forma de combater o vírus – seja com a assimilação das medidas de segurança ou da necessidade da vacinação em massa.

A importância da distribuição de informações verdadeiras torna-se ainda mais relevante no contexto do isolamento social. Reuniões sociais presenciais passam a ser mediadas por telas, assim como toda forma de acesso às notícias – sejam econômicas, sanitárias, culturais, entre outras.

Nos três casos citados, um interfere diretamente no outro: a crise sanitária prejudica o funcionamento econômico do país, que interfere na produção cultural com o fechamento dos centros de cultura e lazer, o que agrava a economia da cultura. E é esse o ponto central deste capítulo.

CONSUMO CULTURAL E COVID-19

No tempo pré-pandêmico ao falar de centros culturais, uma série de imagens norteiam o imaginário das pessoas. Dentre esses símbolos,

temos o espaço arquitetônico destinado às apresentações culturais das mais diversas modalidades.

Para Milanesi (1997), o que caracteriza um centro cultural é a possibilidade de reunir produtos culturais em um espaço que possibilite a discussão e a prática para a criação de novas atividades, tendências e produtos.

O consumo desses produtos culturais conta com a reunião e com a troca de experiências entre indivíduos neste espaço físico sendo assim um aglomerador de pessoas. Se levarmos em consideração as várias frentes artísticas, como o cinema, temos um fator de aglomeração que envolve a união de pessoas em um espaço fechado, numa “caixa preta”. No caso de um show musical, mesmo que seja em um formato *pocket* – apresentação musical de curta duração, produzida para um público pequeno – o fator aglomerador permanece.

Em outras linguagens artísticas, como na literatura – seja em uma roda de conversa, um sarau ou uma narração de histórias – temos pessoas aglomeradas em um espaço. E o fator se repete também nas artes cênicas – com apresentações de teatro e de dança em salas fechadas; nas artes visuais com visitas guiadas em museus e nas galerias de artes; e o próprio artista de rua que, mesmo em um espaço aberto, conta com o público ao seu redor.

No tempo pandêmico, o fator cultural gerou um paradoxo: ao mesmo tempo temos o conceito da cultura como aglomeradora de pessoas, o que torna inviável sua prática no formato presencial; e temos também um aumento no consumo cultural dado que o contexto de isolamento social fez com que a sociedade recorresse a outros métodos de entretenimento e lazer não presenciais.

O consumo de filmes e séries no streaming cresceu exponencialmente. Com mais de um ano após o início da pandemia, o aumento na assinatura de plataformas chegou a 26% – o que corresponde a 232 milhões de novas contas, de acordo com o relatório da MPA (Motion Pictures Association).

A Netflix, por exemplo, atingiu 37 milhões de novos usuários em 2020, atingindo 200 milhões de assinaturas até o fim do ano passado. O aumento registrado também se dá na quantidade de plataformas disponíveis com o serviço de streaming no Brasil, entre elas: Netflix, Amazon Prime Video, GloboPlay, HBO Max, Paramount+, Disney+, Star+, Telecine, Apple TV+, Claro TV Now, Belas Artes à la Carte, Reserva Imovision, Supo Mungam Plus e Starzplay.

No streaming de música, o cenário de crescimento continua em alta. O Spotify teve, no primeiro trimestre de 2020, um aumento de 31% de novas assinaturas totalizando 130 milhões de usuários assinantes – entre assinantes e não assinantes, o número chegou a 286 milhões. Em 2021, a plataforma anunciou seu resultado trimestral que alcançou alta de 21% ante o mesmo trimestre do ano passado, com total de 158 milhões de assinantes – o número de pessoas que usam a plataforma chega a 356 milhões de usuários ativos mensais.

Em suma, com o isolamento social e com o fechamento dos espaços de cultura, lazer e entretenimento, o consumo artístico on-line representou um respiro, um abraço apertado e uma forma de “segurar a onda” em meio a tanta insegurança que a pandemia trouxe para a sociedade.

No Brasil, os profissionais da classe artística não contam com salário fixo e nem carteira assinada. Quase metade da porcentagem atua de maneira autônoma. Em condições normais é difícil para a classe ter

uma renda fixa, em um contexto de crise o cenário passa a ser devastador financeiramente, além de comprometer a produção artística tão importante para a manutenção da cultura no país.

Uma das soluções encontradas pelos artistas e por instituições que apoiam e exercem o fomento à arte e cultura para melhorar esse cenário e movimentar a economia da cultura foram as ofertas de programações on-line. Desta forma, a sociedade entrou na era da explosão das *lives*.

A ONDA DAS LIVES

Live é um serviço de transmissão ao vivo que acontece em tempo real. Sua origem partiu da televisão que transmitia programas ao vivo por meio da tecnologia das ondas de rádio. Com o surgimento da *world wide web* – *www* – as transmissões passaram a acontecer por meio da tecnologia de dados na internet.

Além do fator tecnológico, outros tópicos que as diferenciam são: 1) a diminuição do custo e da infraestrutura para uma transmissão ao vivo que, na televisão, precisava de uma grande equipe, equipamentos e concessões para a sua realização. Na internet, uma boa e estável conexão, uma conta em uma rede social e um smartphone são suficientes para a transmissão acontecer; 2) a interação em tempo real entre quem está assistindo e quem está transmitindo com reações e mensagens que torna o espectador ativo, como parte da transmissão, com a possibilidade de fazer perguntas, pedir músicas, tirar dúvidas, interagir com o seu público, entre outras possibilidades.

Dentre as atividades on-line de entretenimento artístico, as *lives* se destacaram pelo considerável aumento de oferta no período pandêmico. Sua facilidade de transmissão, aliada à crise econômica na

área cultural e ao fator do isolamento social que indica que a sociedade deve evitar aglomerações, as tornaram uma possível e propícia alternativa durante a pandemia e plataformas como o YouTube, Facebook, Instagram, Twitter e TikTok viraram o palco virtual para essas apresentações.

Instituições de cultura, que tiveram que fechar as portas temporariamente, aderiram às plataformas digitais como forma de propagação de suas ações. Antes desse período, muitas delas utilizavam as redes sociais apenas para divulgação e como forma de convidar os usuários para frequentar seus espaços de forma presencial.

Ao abarcar o contexto brasileiro, para melhor recorte e síntese, tivemos em todas as regiões do Brasil fortes movimentações na área da cultura em formato digital por motivo da pandemia. A importância de destacar algumas delas nos ajuda a visualizar o desenho desse quadro geral.

O Museu da Imigração – instituição da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do estado de São Paulo – oferece *lives*, seminários e oficinas culturais no YouTube, Facebook e Instagram. Sua justificativa para tal ação é fundamentada sob o texto de que essa é uma forma de manter-se próximo ao público, mesmo à distância.

A Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura de Uberlândia - Minas Gerais, por meio do *Programa Cultura na Comunidade*, ofereceu *lives* de música, teatro e dança, por meio das redes sociais de cada artista, como forma de atender aos agentes culturais regionais que tiveram suas atividades artísticas impactadas pela pandemia.

A Fundação Valter Alencar – instituição de Teresina, no Piauí – realizou *lives* em seu canal do YouTube com o *Projeto Cultura e Arte em Casa* que teve como proposta o incentivo à literatura e à cultura por

meio de um concurso de poesias, apresentações musicais e humorísticas.

O Centro Cultural Bom Jardim, instituição da Secretaria de Cultura do estado do Ceará, promove atividades culturais em suas redes sociais – YouTube, Facebook e Instagram) – por meio de *lives* artísticas e formativas. São diversas ações que têm como pauta uma programação aberta, diversa, democrática e gratuita.

O projeto *Som da Concha*, criado em 2008 pela Fundação de Cultura de Mato Grosso do Sul – instituição do Governo do estado de Mato Grosso do Sul, realizou a temporada de 2020 de forma on-line por meio de *lives* no YouTube e a temporada de 2021 no formato híbrido, mesclando *lives* com apresentações presenciais. Sua importância se destaca pela valorização da produção musical sul-mato-grossense com uma seleção de músicos instrumentistas ou cantores solos, bandas ou grupos musicais residentes em Mato Grosso do Sul.

Em Santa Maria, Rio Grande do Sul, o IFFar – Instituto Federal Farroupilha realizou *lives* em seu canal no YouTube para a campanha *Minuto de Arte e Cultura do IFFar* com apresentações artísticas de servidores e alunos da instituição. A proposta visava estimular e aproximar a comunidade acadêmica, afastada pelas medidas de isolamento social impostas pela pandemia da Covid-19, com atividades culturais.

Em Belém do Pará, a empresa de distribuição e geração de energia Equatorial Energia Pará promove, durante a pandemia, o *Festival Pará Live* em seu canal no YouTube e em sua página no Facebook. Com a primeira temporada em 2020 e a segunda em 2021, as atividades contemplam opções de música, exposições e cinema e forneceram um ambiente de show virtual para artistas paraenses.

A rede social TikTok entrou na maratona de *lives* culturais, com o projeto *#MomentoMuseu*, em parceria com 23 museus ao redor do mundo: Alemanha, Espanha, Estados Unidos, França, Grã-Bretanha, Holanda, Israel, Itália, Japão, México, Singapura, incluindo o Brasil com a participação do Instituto Ricardo Brennand (Recife-PE) e do Museu do Amanhã (Rio de Janeiro-RJ). O evento proporcionou visitas por esses espaços de forma gratuita e com o TikTok como guia virtual.

Inúmeras outras instituições de cultura do país passaram a oferecer mediação cultural por meio das telas, processo esse apressado por motivo da pandemia da Covid-19 e o fechamento dos espaços de uso público. Ainda que exista um saturamento da oferta de *lives* no período pandêmico, as iniciativas dessas instituições mantiveram os custos básicos de moradia e alimentação da classe artística que não contou com o apoio de políticas públicas para esse período.

AS LIVES DO SESC SÃO PAULO

Destaco que uma das instituições que trabalharam no período da pandemia e do isolamento social para o fomento e para a movimentação da economia da cultura, foi o Sesc – Serviço Social do Comércio.

O Sesc, entidade privada mantida pelos empresários do comércio de bens, turismo e serviços, tem como objetivo proporcionar o bem-estar e a qualidade de vida aos trabalhadores deste setor e suas famílias, bem como a comunidade em geral.

Sua ação tem como base um projeto cultural e educativo que, há 75 anos, apresenta como propósito uma atuação no campo da cultura e suas diferentes manifestações destinadas a todos os públicos, em

diversas faixas etárias e estratos sociais. Sua ação busca promover atividades socioeducativas para uma sociedade justa e democrática.

No estado de São Paulo, o Sesc dispõe de uma rede de 45 centros destinados à cultura, ao esporte, à saúde e à alimentação, ao desenvolvimento intergeracional (do infantojuvenil à terceira idade), ao turismo social e a demais áreas de atuação; e seu corpo técnico conta com quase 8.000 funcionários.

Dentre sua missão e valores publicados em documentos de transparência da instituição, alguns pontos se destacam. A criação de espaços dedicados ao convívio e à troca de experiências que "são ambientes planejados para receber atividades diversificadas que possibilitem o bem-estar e o aprimoramento pessoal e social, crítico e renovador". O desenvolvimento da cultura através de uma ação educativa transformadora, não formal e permanente que propõe a "contribuição para o desenvolvimento do ser humano, visando a melhor compreensão de si mesmo, das suas potencialidades, do contexto em que vive, de sua capacidade de realizar escolhas e de colaborar para a coletividade".

Nos dois pontos citados, sua relevância no período de crise sanitária da pandemia atua na esfera da manutenção – e não interrupção – do seu compromisso com a sociedade no processo contínuo da educação pela e para a cultura. A criação de ambientes dedicados ao convívio e à troca de experiências precisou ser ressignificada a partir da questão de que sua plataforma passa a ser virtual e não mais presencial, temporariamente em período de isolamento social.

Em *Conversa com Bial* – programa da TV Globo em formato *talk show* comandado pelo jornalista Pedro Bial – do dia 22 de junho de 2021,

o apresentador entrevista o diretor do Sesc São Paulo Danilo Santos de Miranda. A conversa ilustra a relevância da instituição para a manutenção da cultura no país e comenta sobre essa atuação ao longo da pandemia do novo coronavírus.

Ao longo do bate-papo, Bial questiona sobre a vocação e a missão do Sesc e sobre o que mais foi sofrido para a entidade na pandemia. Como resposta, Miranda comenta que a atuação das mais de 40 unidades, distribuídas entre capital, litoral e interior do estado de São Paulo, ocorre principalmente a partir do encontro entre pessoas. A vocação desses centros é juntar pessoas, aglomerar para fazer cultura, esporte, alimentação, entre outras oportunidades que o Sesc oferece. A frustração foi manter esses espaços fechados e o desafio foi buscar alternativas com a migração para o ambiente on-line por meio da criação de uma plataforma com o acervo de tudo o que foi construído e documentado ao longo da história da instituição e com uma programação em tempo real com as *lives*.

Em depoimento para o programa do Bial, a cantora Zélia Duncan ressalta que, na pandemia, o profissional da arte foi muito afetado e, ao mesmo tempo, muito procurado para consumo artístico de quem está em casa isolado: "se não fosse a arte, eu não sei como teríamos atravessado esse período". Em sua fala, a cantora salienta que as *lives* feitas por iniciativa pessoal do artista são prazerosas, mas não dão o recurso financeiro necessário, com a chegada do Sesc, esse recurso foi possível: "o Sesc começa também a estender a mão para nós, [...] é um olhar de quem sabe que essa é a nossa vida. A gente se sente cidadão dentro do Sesc, seja como artista ou como público".

Outros artistas, além do próprio Pedro Bial, também compartilham em seus depoimentos o que o Sesc, por meio da figura do diretor Danilo

Santos de Miranda, melhor representa para o projeto Brasil na arte. Nas palavras da atriz Fernanda Montenegro, "nós estamos vivendo, no campo da cultura e das artes, o fundo dos infernos e não é só por causa do vírus não [...] eu tenho no senhor o anjo que sempre nos socorreu. O Sesc de São Paulo, através de sua pessoa, atendeu a cultura e as artes deste país como eu nunca vi ninguém atender". O cantor e rapper Emicida complementa dizendo que "o Sesc é um monumento à manutenção da saúde mental no Brasil".

O Sesc desempenha um papel fundamental para o setor da economia da cultura, de modo que, com o fechamento de espaços de circulação cultural, o trabalho dos profissionais da cadeia produtiva da cultura, do lazer, dos esportes e entre outros, representou uma situação alarmante para toda a classe. Outra questão que ficou comprometida foram as conexões afetivas entre públicos, artistas, educadores e demais indivíduos ligados à instituição.

A iniciativa de oferecer aos seus públicos uma programação consistente, por meio das transmissões ao vivo pelas redes sociais do Sesc, na esfera da música, do teatro, da dança, do circo, do esporte, da literatura, do cinema, da alimentação, da valorização social, entre tantas outras linguagens abarcadas pela instituição, se fez necessária para o cumprimento de sua missão.

O #EmCasaComSesc, projeto criado no início da pandemia, levou o Sesc para a casa das pessoas e estabeleceu relações entre artistas, públicos e produtores, "mantendo vínculos, ativando a cadeia produtiva das artes e permitindo a continuidade das ações artísticas durante o período em que as Unidades estiveram fechadas". A programação das *lives* é transmitida no perfil do Instagram (@sescaovivo) – ferramenta criada especialmente para o período pandêmico – e no canal do

YouTube (/sescsp) – que já abrigava um acervo vasto de produção audiovisual.

O formato desenhado para essas transmissões teve início em abril de 2020 com *lives* que aconteciam dentro da casa dos artistas ou em Unidades do Sesc São Paulo sem público na plateia e com um rigoroso protocolo de segurança sanitária que seguia a orientação da OMS – Organização Mundial da Saúde.

A equipe debruçada nesse projeto conta com uma pesquisa curatorial que é pautada pela diversidade em suas várias manifestações – dentre os critérios considerados estão as obras e os artistas de relevância artística, histórica e social que trazem novos expoentes das artes e também nomes já consagrados.

Na música, a programação contou com artistas como Zeca Baleiro, Elza Soares, Flávio Renegado, Adriana Calcanhotto, Orquestra Mundana Refugi, Lucy Alves, Lenine e Arnaldo Antunes.

Na dança, as apresentações contemplaram artistas e bailarinos como Luis Arrieta, Ângelo Madureira, Ana Catarina Vieira, Rubens Oliveira, Cristian Duarte, Denise Stutz, Clássicos do Passinho e São Paulo Companhia de Dança.

No teatro, foi possível encontrar peças com atores e atrizes como Sérgio Mamberti, Grace Passô, Ailton Graça, Bete Coelho, Rodrigo França, Matheus Nachtergaele, Renata Sorrah e Gregório Duvivier.

Entre as atividades direcionadas para o público infantil, tiveram nomes como Palhaça Rubra, Cristiano Gouveia, Pequeno Teatro do Mundo, Cia LaMala, Pequeno Cidadão, Kiusam de Oliveira, Mestre Valdeck de Garanhuns e Barbatuques.

As práticas esportivas on-line tiveram aulas com atletas como Arthur Zanetti (ginástica artística), Leandrinho (basquete), Jaqueline

(vôlei), Fabíola da Silva (patinação inline), Lucas Xaparral (skate), Fernando Scherer (natação), Fernando Meligeni (tênis) e Alline Calandrini (futebol).

Ao longo do ano de 2020, o Sesc São Paulo realizou 434 apresentações artísticas. Dentre elas, 330 foram transmitidas das casas dos artistas em cidades localizadas no estado de São Paulo, além das capitais dos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia e Espírito Santo. A programação contabilizou durante o ano mais de 5,8 milhões de visualizações durante as transmissões ao vivo somados a mais de 2,4 milhões de visualizações entre as apresentações que ficaram disponíveis para o público no acervo totalizando cerca de 8,5 milhões de visualizações.

No quadro geral de ações artísticas de 2020 do #EmCasaComSesc os números totalizaram:

- 212 lives de música com 7.323.630 visualizações;
- 116 lives de teatro com 839.963 visualizações;
- 33 lives para crianças com 210.696 visualizações;
- 49 lives de dança com 121.630 visualizações;
- 24 lives de esporte com 78.149 visualizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em dezembro de 2020, o YouTube divulgou a lista das dez lives mais assistidas no mundo. No ranking, oito das dez eram brasileiras – inclusive o primeiro lugar de Marília Mendonça, que também ocupou o oitavo lugar em sua segunda transmissão. As duas lives de fora do Brasil foram do italiano Andrea Bocelli – em terceiro lugar, e do grupo de k-pop sul-coreano BTS – no sétimo lugar.

O portal ARTE!Brasileiros classificou as lives como “um tormento necessário”. No campo da cultura, as transmissões de shows, espetáculos, bate-papos, debates e palestras ocorrem de forma massiva: “em uma noite qualquer, um usuário do Instagram entraria em sua conta e encontraria dezenas de ofertas de transmissões ocorrendo simultaneamente, tornando difícil inclusive selecionar o que valeria ou não à pena ser assistido”.

A análise desse mar de *lives*, como qualquer moeda possui dois lados, sendo assim tem elementos positivos e negativos. Críticas surgiram sobre a forma atropelada e excessiva que as instituições de cultura adentraram às plataformas digitais com suas programações de arte. Muitas delas, sem conteúdo criado para o ambiente on-line, precisaram depender de ferramentas como as redes sociais ou, no caso das artes visuais, do Google Arts & Culture. Por outro lado, as *lives* foram uma solução emergencial para a crise na economia da cultura.

Uma pesquisa realizada pela FGV, em parceria com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa de São Paulo e o Sebrae, apontou os setores cultural e de economia criativa estiveram entre os mais prejudicados, em 2020, pela pandemia da Covid-19. Os efeitos estão a queda de faturamento, a impossibilidade de realizar atividades enquanto perdurarem as medidas que vetam o contato físico, a suspensão e o cancelamento de projetos que estavam em vigor e a perda de patrocínios obtidos antes do início da crise.

Nesse cenário, as *lives* tiveram três papéis fundamentais. Além de alimentar e pagar o aluguel da classe artística com a contratação desses profissionais ou por meio das *lives* independentes monetizadas, os artistas mais consagrados e menos afetados pela pandemia fizeram *lives*

com arrecadação de recursos para pessoas em situação de vulnerabilidade.

Números publicados pelo jornal Folha de São Paulo traz dados como a *live* da cantora Anitta que levantou R\$ 1 milhão para o programa social Mães da Favela. A dupla Sandy & Junior arrecadou mais de mil toneladas de alimentos para o programa Mesa Brasil Sesc. O rapper Emicida, que fez uma *live* com oito horas de duração, ultrapassando os R\$ 400 mil em doações.

Outro papel importante que as *lives* conquistaram foi o crescimento do número de visitantes das instituições culturais no ambiente digital. A Secretaria de Cultura e Economia Criativa do governo de São Paulo, divulgou que, em 2020, os museus do estado registraram treze milhões de visitantes virtuais. Outras instituições – Japan House São Paulo e Museu da Imagem e do Som (MIS) – também registraram aumento significativo de suas ações on-line.

Os dados demonstram que a criação de conteúdo para o público on-line é uma opção que veio para agregar. A experiência virtual não substitui ou anula a presença física, ela complementa e democratiza o acesso que extrapola as barreiras geográficas. A pandemia acelerou o processo de ampliação dos acervos e das ofertas de programações das instituições e proporcionou condições para que a população tenha acesso sem precisar se deslocar – muitas vezes de uma cidade para outra ou até mesmo de fora do país.

REFERÊNCIAS

ARTE!BRASILEIROS. *Lives, um tormento necessário*. Disponível em: <<https://artebrasileiros.com.br/arte/arte-na-pandemia/lives-artes-alfredo-jaar-krenak-rosana-paulino-mombaca>>. Acesso em: 14 out. 2021.

ESPOSITO, Roberto. *Immunitas: Schutz und Negation des Lebens*. Berlim: 2004.

GALLAGHER, James. *10 anos em 10 meses: como cientistas de Oxford criaram em tempo recorde um novo modelo de vacina contra o coronavírus*. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55049893>>. Acesso em: 01 out. 2021.

GLOBOPLAY. *Conversa com Bial: com Danilo Miranda*. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9627571/programa/?s=0s>>. Acesso em: 19 out. 2021.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do cansaço*. 2ª edição ampliada. Petrópolis: Vozes, 2017.

LAVADO, Thiago. *Spotify continua a crescer e aumenta número de assinantes em 21%*. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/spotify-continua-a-crescer-e-aumenta-numero-de-assinantes-em-21>>. Acesso em: 06 out. 2021.

MILANESI, Luis. *A casa da invenção: biblioteca centro de cultura*. São Caetano do Sul: Ateliê Editorial, 1997.

POLITIZE. *Gripe espanhola: a grande pandemia do século XX*. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/gripe-espanhola>>. Acesso em: 01 out. 2021.

SILVA, Rebecca. *Um ano depois do início da pandemia, plataformas de streaming contabilizam ganhos*. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-money/2021/03/um-ano-depois-do-inicio-da-pandemia-plataformas-de-streaming-contabilizam-ganhos>>. Acesso em: 06 out. 2021.

A Série: San Junipero - 4º episódio da 3ª temporada da série Black Mirror (EUA, Inglaterra, 2011).

A história se passa em uma cidade chamada San Junipero que faz parte de uma realidade simulada em um mundo virtual. As duas personagens, Yorkie e Kelly, se conhecem em espaços de entretenimento – clubes noturnos, casas de shows e de dança, espaços de jogos eletrônicos. Enquanto, no mundo real, as duas idosas estão em fase terminal de suas vidas.

O paralelo entre o episódio San Junipero e o texto "A onda das lives: programação cultural por meio das telas" se dá por motivo do paralelo entre a vida on-line e a vida presencial em que a pandemia da Covid-19 forçou a sociedade a viver por meio de uma

realidade de telas para o consumo cultural e de entretenimento, enquanto que na vida real as pessoas se encontravam "presas em seus ambientes".

Onde assistir: Netflix

Box musical:

Heaven Is a Place on Earth - Belinda Carlisle

Girlfriend in a Coma - The Smiths

Strangelove - Depeche Mode

Don't You (Forget About Me) - Simple Minds



A Editora Fi é especializada na editoração, publicação e divulgação de produção e pesquisa científica/acadêmica das ciências humanas, distribuída exclusivamente sob acesso aberto, com parceria das mais diversas instituições de ensino superior no Brasil e exterior, assim como monografias, dissertações, teses, tal como coletâneas de grupos de pesquisa e anais de eventos.

Conheça nosso catálogo e siga as nossas páginas nas principais redes sociais para acompanhar novos lançamentos e eventos.



www.editorafi.org
contato@editorafi.org