

2013 - Nº 8

JUN. - DEZ.

# TECNOLOGIAS

revista digital de tecnologías cognitivas

## **diretoria científica**

Profª Drª Lucia Santaella PUC-SP

Prof. Dr. Winfried Nöth PUC-SP

## **edição científica deste número**

Profª Drª Cândida Almeida SENAC-SP / PUC-SP

## **diretoria executiva**

Profª Drª Cândida Almeida SENAC-SP

Prof Ms. Júlio César Martins da Silva UFES

## **conselho editorial**

Prof. Dr. Alex Primo UFRGS

Prof. Dr. André Lemos UFBA

Profª Drª Cláudia Giannetti

Profª Drª Diana Domingues LART UnB FGA GAMA

Profª Drª Geane Alzamora UFMG

Profª Drª Giselle Beiguelman USP

Prof. Dr. João Teixeira UFSCAR

Profª Drª Luiza Alonso UnB

Profª Drª Maria Eunice Quilici Gonzalez UNESP-Marília

## **projeto web**

Prof. Ms. Roger Pascoal

## **projeto gráfico**

Cândida Almeida

## **revisão de texto**

Isabel Victória Galleguillos Jungk

M. Carmo Cardoso Sampaio

Gustavo Rick Amaral

## **revisão de normalização**

Júlio César Martins da Silva

Patrícia Kunst Canetti

## **diagramação**

Cândida Almeida

## **publicação online**

Roger Pascoal

## **divulgação digital**

Natália Aly Menezes

## **supervisão**

Cândida Almeida

# SUMÁRIO

## EDITORIAL

mídias sociais: repensando os paradigmas estéticos, éticos e cognitivos - cândida almeida..... 04

## ARTIGOS

O ativismo digital: reflexões e apontamentos semióticos - patricia margarida farias coelho e marcos rogerio martins costa..... 07

O uso de tecnologias digitais nas produções de documentários de divulgação científica em tempos de redes sociais e cibercultura - sebastião da silva vieira e marcelo sabbatini..... 22

“Twiitando” literatura: um quanto de microconto nas mídias sociais - tércio de abreu paparoto..... 37

Ser ou pertencer: o grande dilema do torcedor organizado de futebol nas redes sociais - ary josé rocco jr e carlos affonso sartore salles..... 50

Interfaces e protocolos da circulação do “religioso” em rede: o caso católico - moisés sbardelotto..... 70

## DOSSIÊ

Os sistemas das mídias sociais: emergência, circunstância e movimento - cândida almeida..... 88

A dinâmica associativa das mídias sociais: semiose e convergência - geane alzamora e joana ziller..... 114

Sites de redes sociais sob a perspectiva da cognição distribuída: um diálogo com a teoria ator-rede? - patricia g. c. rossini..... 131

Proposta metodológica para parametrização das redes nas mídias sociais quanto à constituição relacional - monica f. carnello..... 146

## RESENHA

Web 2.0 e redes sociais na educação (de João Mattar) - bruno dos santos joaquim..... 161

## ENTREVISTA

Profª Drª Raquel Recuero (UCPel)..... 166

## mídias sociais: repensando os paradigmas estéticos, éticos e cognitivos.

 **cândida almeida**

Mídia. Redes. Linguagens. Estética. Ética. Cognição. Comunicação. Ativismo. Religião. Política. Imagem. Literatura. Esporte. Cinema. Pertencimento. Conversação. Grupos. Conteúdo. Individualidade. Coletividade. Comportamento. Cultura.

Diversas são as questões que pautam as novas discussões sobre tecnologias e mídias digitais no contexto da expansão das redes, das interações mediadas por computador e do uso de dispositivos que expandem e povoam de questionamentos as nossas capacidades cognitivas. Para muito além do discurso maniqueísta entre o fazer bem ou o fazer mal do uso maciço

e exponencial desses novos recursos e possibilidades, a revista TECCOGS traz em seu 8º número uma seleção de publicações que vem estender essas discussões. Divida em três partes, a edição trata do impacto das redes e mídias sociais nas diversas áreas do conhecimento e da sociedade, mostrando como precisamos pensar e repensar criticamente cada novo formato de inter-relacionamento e interfaceamento da comunicação e cognição humana.

A sessão “Artigos” está dedicada aos impactos que fazem ressignificar diversas práticas socioculturais no atual contexto. Abrindo o debate, Patrícia Margarida Farias

Coelho e Marcos Rodério Martins Costa apontam os novos caminhos dos discursos ativistas propiciados e reverberados pelas redes sociais digitais da internet. Sebastião da Silva Vieira e Marcelo Sabbatini, a partir de análise de caso, pontuam as novas relações que a sociedade vem estabelecendo com a familiarização em massa dos recursos e discursos visuais e audiovisuais na produção cinematográfica, especialmente na produção de documentários. Pontuando os novos rumos da literatura, Tércio de Abreu Paparoto aponta para as novas práticas interativas e colaborativas da produção de contos nas

redes sociais, com especial destaque às produções que se desenvolvem na plataforma do Twitter. Ary José Rocco Jr e Carlos Affonso Sartore Salles trazem ao debate, o comportamento social dos torcedores de futebol nas redes digitais sociais, demonstrando como as ferramentas potencializam a formação de comunidades e espelham a vida social em seus diversos aspectos. Por fim, Moisés Sbardelotto traz à tona a discussão sobre os novos paradigmas instaurados nas - e pelas - redes sociais digitais que redefinem e recontextualizam as práticas religiosas.

O dossiê temático trata das mudanças de paradigmas estéticos, éticos e cognitivos que vem se instaurando a partir das transformações impulsionadas pelas trocas interacionais nas mídias sociais. Cândida Almeida realiza uma leitura fenomenológico-sistêmica

para o entendimento da linguagem e dos processos inter-relacionais decorridos dos processos midiáticos das redes sociais digitais interativas. Geane Alzamora e Joana Ziller desenvolvem fundamentais reflexões epistemológicas para a discussão e consideração conceitual dos termos mídia e social para questionar o entendimento da mídia social no seio da cultura convergente das redes digitais. Patrícia Rossini aponta para consolidação dos nichos cognitivos que se viabilizam nas redes estendidas de interação entre humanos e não humanos, por meio das redes sociais. Monica Franchi Carniello fecha a sessão dossiê apresentando uma proposta de parametrização dos grupos sociais que se formam no espaço das mídias sociais, a partir da discussão de como se constituem as relações mediadas.

A resenha publicada neste número é de autoria de Bruno

dos Santos Joaquim e aborda o livro “Web 2.0 e redes sociais na Educação” de João Mattar (2013).

A entrevista desta edição é com a professora e pesquisadora Raquel Recuero e pode ser conferida [aqui](#). Raquel responde a perguntas sobre os novos rumos dos dispositivos móveis associados às mídias sociais e os usos delas pelos adolescentes. Também discorre sobre o humor e as violências simbólicas que ocorrem nas redes sociais, sobre os processos de conversação, sobre a utilização de *graphos* na interpretação de dados para pesquisas e sobre os principais desafios das pesquisas nessa área.

Esta edição foi preparada para estendermos os diálogos, inquietações, experiências e pesquisas sobre as redes e mídias sociais digitais interativas que acontecem nos fluxos da internet. Leiam. Ouçam. Reflitam. Experimentem. Boa interação.





ARTIGOS

# ○ ativismo digital

## reflexões e apontamentos semióticos

**patricia margarida farias coelho**

TIDD - PUC-SP

Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade de São Paulo (PUC-SP), São Paulo-SP, Brasil. Bolsista FAPESP.

contato: [patriciafariascoelho@gmail.com](mailto:patriciafariascoelho@gmail.com)

**marcos rogerio martins costa**

(FFLCH-USP)

Mestrando do Programa de Pós-Graduação Semiótica e Linguística Geral da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP), São Paulo-SP, Brasil. Bolsista CNPq.

contato: [marcosrmcosta15@gmail.com](mailto:marcosrmcosta15@gmail.com)



## RESUMO

Nos anos de 1990, a internet começou a ser comercializada e a se expandir para novas comunidades. Nesse mesmo período, o ativismo digital também se propagava a novos grupos sociais, possibilitando a difusão de informações a um maior número de pessoas (Sebastião, 2012). Assim sendo, houve uma globalização das informações, o que acarretou distintas transformações nas relações comunicacionais, por exemplo, o uso do e-mail em relação à carta, a inserção da mobilidade digital por meio de dispositivos portáteis, etc. Observando esses fenômenos, esta investigação propõe realizar um estudo de caso de uma página digital de um evento em que se interagia sobre a temática do ativismo; essa página pertence ao site brasileiro Conexões globais 2.0. Destacamos que esse evento fomentou um grande número de participantes em um curto lapso temporal, o que evidencia a potencialidade do espaço digital para o desenvolvimento do ativismo. Para realizar este estudo, utilizamos o arcabouço teórico da semiótica de linha francesa (Greimas; Courtés, 2008) pois esta nos possibilita investigar as estratégias discursivas que subjazem à superfície do texto. A partir dessa base teórica foi possível compreender que a internet, como espaço de interação, fornece as condições necessárias para que o ativismo se relacione com o contexto sociocultural e histórico de nossa contemporaneidade.

## PALAVRAS-CHAVE

Ativismo digital. Linguagem. Movimento social. Semiótica discursiva. Internet. Comunicação.

## ABSTRACT

In the 1990's, Internet began to be marketed and to expand into new communities. In the same period, digital activism also propagated to new social groups, allowing the dissemination of information to a greater number of people (Sebastião, 2012). Thus, there was a globalization of information, leading to distinct changes in communicational relations, for example, the use of e-mail in relation to the letter, the insertion of digital mobility by means of portable devices, etc. Observing these phenomena, this research proposes to conduct a case study of a digital page of an event in which participants interacted on the theme of activism; this page belongs to the Brazilian site Conexões Globais 2.0. We emphasize that this event has promoted a large number of participants in a short time span, which shows the potential of the digital space for the development of activism. To conduct this study, we used the theoretical framework of French semiotics (Greimas; Courtes, 2008), because that enables us to investigate the discursive strategies underlying the surface of the text. From this theoretical basis it was possible to understand that internet as a space for interaction, which provides the necessary conditions for that activism, relates to the socio-cultural and history context of our times.

## KEYWORDS

Digital Activism. Language. Social movement. Discursive Semiotics. Internet. Communication.



## Introdução

“Estou conectado, logo existo.”

*Kenneth Gergen*

Como no universo das ciências o aparato conceptual atua como suporte da informação veiculada, ressaltamos que o conceito de *ativismo digital* não se encontra ainda definido como um conceito único para todas as áreas das tecnologias de informação e da comunicação. Dessa forma, neste estudo compreendemos *ativismo digital* como um fenômeno que surgiu a partir das transformações tecnológicas de informação e comunicação, as quais possibilitam o diálogo entre os cidadãos e os auxiliam na organização de eventos e fóruns em prol de causas determinadas, de acordo com Moraes (2012). Portanto, durante toda a nossa discussão, será a essa concepção de ativismo digital que estaremos nos referindo.

Ancorados em Castells (2003, p.7), pontuamos ainda que “a internet é o tecido das nossas vidas”, porque estamos, a todo instante, imersos em uma virtualidade não presencial, isto é, estamos em rede por diversos e distintos aparatos tecnológicos graças à evolução da web 2.0

O ativismo digital é uma proposta que surgiu como desdobramento desse contexto cibernético. Com a internet e os novos meios digitais, houve uma maior amplitude dos processos linguísticos e das estratégias discursivas, conforme Santaella (2010; 2007; 2004) e Coelho (2012). Temos, portanto, um respaldo teórico e prático que valida o interesse temático de nossa pesquisa. Sendo assim, neste estudo, faremos algumas reflexões e observações semióticas acerca do cenário do ativismo brasileiro relacionado às novas mídias digitais e ao desenvolvimento da linguagem nos meios sociais, em especial nas redes sociais digitais.

Sobre a historicidade que permeia a nossa temática, destacamos que, de acordo com Scholz (2010), embora o ativismo digital já existisse em meados de 1990 – quando a internet começava a ser comercializada –, ele não era amplamente divulgado. Entretanto, com a chegada do século XXI, paulatinamente as ações coletivas começaram a serem compartilhadas no universo digital.

Segundo Rheingold (1996), atividades pioneiras como a de David Hughes, que divulgava a evolução dos computadores e da web de modo itinerante, foram fundamentais para o desenvolvimento digital, uma vez que tal esforço individual gerava um número cada vez maior de interações entre comunidades diversas – apesar do ceticismo que envolvia essa prática.

Na atualidade, se evidencia um panorama completamente diferente posto que há:

[...] uma rede cerrada de relações, em que nenhuma delas é ‘causa’ das demais, mas todas se configuram como ‘adjacências históricas’ fortemente articuladas, que expressam e simultaneamente produzem mutações nos modos de se perceber, conceber e habitar o tempo. (Ferraz, 2005, p.52)

Evidencia-se, assim, que as relações comunicacionais mudaram. Houve a criação de veículos midiáticos mais interativos, sua difusão e também a recepção dessas plataformas por um maior número de pessoas, graças ao crescimento da renda devido ao desenvolvimento da classe média, principalmente na sociedade brasileira, contexto privilegiado neste estudo.

O surgimento de novas possibilidades comunicacionais permitiu a proliferação do ativismo através da internet. *Indymedia* é um exemplo disso; ela é uma rede internacional formada por produtores de informação de caráter social. Além dela, há outras que foram criadas para serem um espaço para o debate digital, como a *RiseUp*.

Ressaltamos que o ativismo da era digital ganhou maior visibilidade, adesão e participação de um público que, a princípio, não se envolvia com o ideário do ativismo. Notamos esse crescimento com o número de *tweets*, *retweets*, *likes*, *posts* nas mais variadas redes sociais. Aparecem, a todo instante, agentes multiplicadores que com um clique podem informar, responder, reclamar, denunciar, etc. as ideias dos diversos movimentos sociais em desenvolvimento.

Assim sendo, o que mudou em nosso cotidiano digital foi a ampliação do conceito de interação. Hoje, vivemos a todo instante interagindo *entre* e *com* diversas mídias. Por exemplo, um jovem no *shopping* pode estar sentado com um celular e com este simples dispositivo móvel estar acessando a internet (e-mail, redes sociais, visita a sites, etc.), ouvindo música, jogando, mandando ou recebendo um SMS, realizando uma ligação telefônica, buscando um endereço no GPS, etc. No entanto,

ressaltamos que essas ações podem ser realizadas sequencialmente ou simultaneamente.

Portanto, como afirma Santaella (2010; 2007), no universo das mídias, temos o poder da ubiquidade, uma vez que estamos presentes em distintas plataformas ao mesmo tempo. A autora (2010: 17) explica que “a ubiqüidade destaca a coincidência entre deslocamento e comunicação, pois o usuário comunica-se durante o seu deslocamento” (SANTAEILLA, 2010: 17). Dessa forma, a interação entre as mídias concretizou esse dom da ubiquidade para os usuários das redes móveis, principalmente da Web 2.0.

Constatamos, assim, que as transformações digitais permitiram que aparecessem outras formas de interação, reflexão e debate a partir do espaço virtual. Dessa forma, o ativismo teve condições de sair de uma *rede de bairro* (como no caso de David Hughes) para uma *geração das mídias sociais* (como estamos vivenciando), na qual a tecnologia e a interação permitem que os movimentos sociais alcancem maior visibilidade e participação. Isso porque o ciberespaço atribui voz a um número maior de internautas-cidadãos que colaboram e interagem entre si.

Apresentado esse panorama, temos como objetivo neste artigo discutir a transformação das relações comunicacionais a partir do estudo de uma página digital

de um evento no qual se propunha discutir e refletir sobre o desenvolvimento do ativismo no Brasil. Assim, para a realização de uma análise semiótica, utilizamos como *corpus* a *homepage* do *website* Conexões globais 2.0 (<<http://conexoesglobais.com.br/>>) acessada no dia 27/09/2013.

A escolha desse material ocorreu porque ele constitui um exemplo factual da potencialidade do universo digital para a difusão e participação de um evento sobre o ativismo a partir das redes sociais. Além disso, ressaltamos que esse *site* incentiva inúmeras ações coletivas a partir da interação internauta-cidadão. Especificamos que, embora todo o *site* seja um rico campo de estudo, este artigo se restringe a reflexões e apontamentos semióticos sobre a página principal do evento divulgada na data supracitada. Assim sendo, não será realizado um estudo comparativo com outros fóruns sobre ativismo digital, pesquisa essa que deixaremos para futuras publicações.

Como arcabouço teórico para este estudo, apoiamo-nos nos pressupostos teóricos da semiótica de linha francesa, principalmente nos postulados de Greimas e Courtés (2008), visto que perscrutamos o percurso gerativo do sentido, que concebe o plano do conteúdo tripartido em nível profundo, narrativo e discursivo.

Buscamos, assim, compreender como as relações comunicacionais se estabelecem para afirmar e propagar os valores do ativismo na *homepage* citada por meio do estudo de suas estratégias discursivas subjacentes à superfície do texto.

Salientamos ainda que, para a semiótica discursiva, uma imagem é também um texto. Logo, um material constituído por linguagens verbais e não-verbais (e.g. linguagem sonora, linguagem visual, etc.) compõem um único enunciado de sentido – embora possa ter diversos efeitos de sentido – , ao qual os semioticistas nomeiam *texto sincrético* – termo que acolhemos neste estudo. Explicada a nossa orientação teórica, avancemos para o próximo tópico.

## **O ativismo na Era das novas mídias**

Com a tomada de consciência sobre a importância da internet para a propagação das reivindicações comunitárias, os ativistas compreenderam o potencial das novas mídias, por isso, acolheram-nas, uma vez que o não uso desses recursos retardaria o progresso de suas atividades reivindicatórias e acarretaria seu isolamento digital (SEBASTIÃO, 2012). Portanto, eles foram buscar novos modelos de trocas comunicacionais e de produção

de informação a fim de conscientizar o homem de sua cidadania.

O ciberespaço possui grandes potencialidades para o ativismo, uma vez que pode acolher em seu seio inúmeras vozes e grupos identificados com causas e comprometimentos diversos (SEBASTIÃO, 2012). Isso porque, no universo digital, temos um conceito quase pleno de democracia, pois as vozes se somam e se misturam. Ressaltamos que, embora haja o mau uso e a subversão de valores em alguns casos, a internet se mostra até hoje a ferramenta interativa mais acolhedora que a humanidade já criou, visto que no ciberespaço podemos manifestar nossas aspirações, opiniões, *achismos*, doutrinas, etc. Tem-se um espaço de reflexão e informação que interage e acolhe o homem moderno.

Como se observa, o universo digital, por meio de suas ferramentas integrativas e interativas, constitui uma plataforma indispensável para o ativismo no século XXI. A internet contribui para dinamizar as lutas das entidades civis, uma vez que expande o escopo do debate, possibilitando o maior número de debatedores, bem como melhorando a qualidade da discussão, que ganha uma nova personalidade através do tratamento verbo-visual construído pelos meios digitais, como por exemplo, na constituição personalizada das redes sociais do Facebook, do Twitter, do Instagram, etc.

As discussões que o ativismo divulga são de extrema importância para a manutenção e consolidação dos direitos e deveres do cidadão. Devido a essa importância, quanto maior o contingente de debatedores, maior será a diversidade de opiniões, o que nos salvaguarda do monologismo de um discurso autoritário (FIORIN, 2004). Por isso, as mídias digitais são suportes indispensáveis para a difusão dos debates e das interações sociais, de acordo com Santaella (2010) e Coelho (2012).

Assim sendo, o ativismo digital permite congrega interesses e necessidades concretas ou simbólicas, promovendo ações em favor da cidadania para um maior número de indivíduos. Daí a sua relevância para o desenvolvimento social de forma consciente e organizada, na maioria dos casos, visto que quando informamos estamos ampliando a percepção de nossos interlocutores e, quando isso se realiza em um meio digital, torna-se formatado em uma estrutura orgânica e integrativa, de forma geral.

Além disso, atualmente, problemas como conflitos, negociações e encaminhamentos podem ganhar proporções inesperadas - até mundiais -, solicitando, assim, respostas de igual amplitude. Por exemplo, como aconteceu, no segundo semestre de 2013, com o uso das redes sociais para a divulgação e adesão dos participantes das redes às manifestações contrárias ao aumento da

tarifa do transporte público nas grandes capitais do Brasil. Desse modo, devem-se articular ações e propostas em uma velocidade e dimensão compatíveis com as sucessivas demandas de nossa contemporaneidade. Para isso (e por isso também), os meios digitais são ferramentas imprescindíveis para o ativismo.

### Explorando as mídias digitais

Como visto, as atividades sociais devem ser discutidas incorporando em suas diretrizes as outras possibilidades de mobilização social trazidas pela internet. Compreendendo os ganhos nas relações comunicacionais advindos com a era das mídias digitais, o evento selecionado foi criado para promover diálogos sobre temas como mobilização social na era da internet, comunicação, democracia 2.0, direitos civis na rede, cultura digital, etc. O evento foi realizado de 23 a 25 de maio de 2013, na Casa de Cultura Mario Quintana, em Porto Alegre-RS, pelo Governo do Rio Grande do Sul, e reuniu ativistas, gestores públicos, artistas e comunicadores de diversas partes do Brasil e do mundo, com participação presencial e *online*.

A amplitude do evento alcançou números impressionantes se levarmos em conta o curto período de

realização do mesmo. Durante sua concretização, todas as participações foram veiculadas ao vivo e via internet, tendo com isso mais de 100 mil acessos *online*, enquanto que pessoalmente mais de 10 mil pessoas visitaram o local do evento. Portanto, por meio do uso das redes sociais, a audiência do evento aumentou em mais de 900%.

Esses dados evidenciam a grande participação do público através da plataforma midiática, o que constata a eficácia de outra forma de participação: o acesso *online*. Nessa outra forma de presença, as pessoas participam ativamente de distintas atividades sociais, criadas por meio das ferramentas e das plataformas que surgiram a partir da evolução da internet. Por conseguinte, observa-se que os avanços tecnológicos potencializam a forma de presença de seus usuários permitindo que eles interajam mais, o que pode levar a uma maior reflexão sobre a cidadania.

Tendo isso em mente, o evento, - *Conexões globais 2.0*, apresentou uma estrutura organizacional que explora as potencialidades dessas novas mídias digitais. Adentrando ao *corpus* selecionado, na *homepage* oficial do evento ([www.conexoesglobais.com.br](http://www.conexoesglobais.com.br)), há, no lado esquerdo da tela, os *links* de outras plataformas, com as quais o evento dialoga, dentre as

quais se ressalta: Facebook, Twitter, Youtube, Flickr e RSS. Como se pode observar na Figura 1:



FIGURA 1 - *Homepage* do evento *Conexões Globais 2.0*. Disponível em: [www.conexoesglobais.com.br](http://www.conexoesglobais.com.br). Acesso: 27 de setembro de 2013

Além de a transmissão ser ao vivo pela internet, o evento contou com uma produção de vídeos peculiar: toda a comunicação de *Conexões Globais 2.0* foi colaborativa, isto é, foi produzida pelos próprios participantes. Isso mostra que a mesma interatividade em ato presente na plataforma digital foi transportada para a captação e produção dos vídeos. Tal ação do evento foi decisiva para

o grande contingente de acessos *online* que, como já evidenciamos, foi maior que o presencial físico.

Assim sendo, o formato inovador de *Conexões Globais 2.0* conquistou o público tanto nas redes sociais quanto fora delas, pois houve uma interação entre os usuários das mídias e os participantes do evento, o que foi fundamental para o sucesso deste e para a divulgação de seu temário ativista.

O fórum de discussões alcançou grande visibilidade midiática, porque rompeu com a estrutura física do evento; em lugar de se restringir às tradicionais mesas de debate com hierarquia e distanciamento entre conferencista e ouvinte, o evento criou um ambiente mais democrático e descentralizado ao dialogar por meio das mídias digitais. Isso porque o ciberespaço se destaca como o lugar onde a liberdade de expressão pode e obtém seu apogeu (SANTAELLA, 2004).

Essa integração entre comunidade e mídia tem, em seu cerne, um comprometimento social que endossa a proposta da Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948) que, em seu artigo XIX, diz que:

Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Como observamos, esse é um direito universal que se manifesta mais concretamente no universo digital, posto que a necessidade da comunicação humana induz o homem a difundir ideias e opiniões: primeiro, de modo direto, mediante a utilização de recursos primários, depois, com o advento gradativo da técnica, por meio de todos os instrumentos postos a seu dispor – aí se incluem os meios digitais.

Com efeito, o que se nota com o caso do evento *Conexões Globais 2.0* é que as redes sociais permitiram que um maior número de participantes e debatedores pudessem se expressar e se envolver com os temas e as discussões do fórum, fato que confirma nossas afirmações anteriores. Portanto, como verificamos, as novas possibilidades de interação e de diálogo desenvolvidas a partir da evolução das tecnologias digitais criaram novas competências no homem moderno (SANTAELLA, 2010; 2007). O homem, como cidadão, não foge desse contexto – nem deve fazê-lo –, por isso o caso em estudo confirma a necessidade e a potencialidade desse encontro entre o cidadão e o internauta.

## Uma leitura semiótica da *homepage* de *Conexões Globais 2.0*

Explicitamos que utilizamos os pressupostos teóricos da semiótica de linha francesa, principalmente os postulados de Greimas e Courtés (2008). Realizamos, assim, uma leitura semiótica da *homepage* do evento Conexões Globais 2.0. Este estudo semiótico pretende compreender o percurso gerativo de sentido arquitetado pelo destinador do site para manipular o destinatário-internauta-cidadão a *fazer-fazer*: participar ativamente das ações sociais divulgadas pelo evento.

A semiótica greimasiana nos interessa nesta pesquisa porque ela busca compreender as estruturas significantes que modelam as estratégias discursivas que subjazem à superfície do texto, aplicando-se aos mais diversos *corpus* como: literatura, artes, mídia, publicidade, arquitetura, urbanismo, música, *games* entre outras possíveis expressões (SANTAELLA, 1983). Portanto, a semiótica é uma teoria da relação sob os signos e entre os signos, que está preocupada em analisar os mecanismos de produção de sentido (COELHO, 2010). Ela foi desenvolvida a partir das bases teóricas de Saussure (2007), Hjelmslev (1961), Benveniste (1974; 1966) e Greimas e Courtés (2008).

Assim sendo, conforme nos explica Coelho (2010), por ser a semiótica uma teoria que se preocupa com a natureza de cada tipo de texto e as suas características, esta analisa diferentes planos da expressão, sejam eles verbais, não-verbais ou sincréticos - isto é, mais de um tipo de linguagem, formando assim uma única enunciação (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 218), sendo portanto pertinente em nosso estudo.

Para que nesta análise da página em destaque encontrássemos elementos que pudessem alicerçar uma esquematização discursiva que aspirasse à generalidade, optamos por um recorte do *corpus* que apontasse para seus diálogos e interações – o que define o nosso estudo como reflexões e apontamentos sobre o material e não uma análise exaustiva. Nessa etapa de nossa análise, ponderamos, de um lado, as exigências da teoria e da metalinguagem semiótica que nos levam à generalidade e, de outro, os fatos linguísticos e estilísticos que tencionam em favor da particularidade do texto, no caso um texto midiático e sincrético.

O projeto semiótico prevê que a enunciação carrega em si uma semiose, ou seja, é a partir dessa semiose que a semiótica do discurso deve trata-lo (HJELSMLEV, 1961). Sendo assim, nossa análise detém-se na égide do percurso gerativo do sentido, como proposto por Greimas

e Courtés (2008), buscando com isso perscrutar os três níveis desse percurso: o fundamental, o narrativo e o discursivo – indo do mais simples e abstrato até o mais complexo e concreto.

Explicando cada nível: o nível fundamental é o ponto de partida da geração do discurso e nele determinam-se a oposição mínima de sentido do qual o discurso se constrói (BARROS, 2002). Essa categoria semântica mínima converte-se em estruturas narrativas e essas em estruturas discursivas. Desse modo, ao observar a Figura 1, verifica-se que a oposição mínima formada pelos termos contrários é coletivo vs. particular, posto que os objetivos do evento, de forma geral, são: integrar, fazer interagir e debater distintas comunidades (de todo o Brasil). Assim, manifesta-se o coletivo; já, o seu revés, o particular é camuflado pelos mecanismos de manipulação do destinador-manipulador, organizadores do evento e participantes deste, que almejam unir forças, ideais e ações para que haja um movimento coletivo em detrimento de um particular, ou seja, para que haja uma ação feita por todos e para todos. Isso pode ser constatado pela posição estratégica da foto de um grupo de pessoas dispostas em semicírculo no centro da tela, local privilegiado pela direção de nosso olhar. Logo, o termo coletivo está euforizado (positivo) e o termo particular encontra-se disfóricado (negativo).

Partindo para a estrutura narrativa, segundo Greimas e Courtés (2008), este nível trata das oposições semânticas do nível fundamental como valores que são assumidos e que circulam entre os sujeitos. Nele simula-se o fazer do homem que age e transforma o mundo, e as relações contratuais que se estabelecem entre o homem e seus objetos de valor. O nível narrativo estuda as transformações de estados, operadas, por um sujeito em busca de valores e as relações contratuais. A sintaxe narrativa se organiza em três percursos: manipulação, ação e sanção. Já a semântica narrativa aponta para os valores inscritos nos objetos e a modalização desses valores e dos sujeitos que com eles se relacionam.

Dessa forma, nesse nível, observamos que o destinatário-internauta-cidadão é manipulado pelo destinador-manipulador-coletivo (organizadores do evento e líderes do ativismo) para entrar em conjunção com um objeto de valor (Ov): *fazer parte de um grupo*. Esse é compatível com o eixo do coletivo, que, como observamos no nível fundamental, encontra-se euforizado. Assim sendo, quando o sujeito-internauta-cidadão passa a participar ativamente do evento e das discussões deste, sua ação é sancionada positivamente pelo destinatário-julgador-coletivo (organizadores do evento e líderes do ativismo), que lhe concede o Ov. Por conseguinte, tem-se uma narrativa de busca, no qual o destinatário-sujeito

é impelido a conquistar o Ov e, para isso, ele tem que participar das atividades promovidas pelo evento.

O próximo nível é o discursivo, que está mais próximo da manifestação textual. Nele a narrativa transforma-se em discurso, e podemos analisar as relações entre enunciação e discurso, e a tematização e figurativização dos valores (FIORIN, 2009). De acordo com Barros, “a tematização é o procedimento semântico do discurso que consiste na formulação abstrata dos valores narrativos e na sua disseminação em percursos, por meio da recorrência de traços semânticos” (Barros, 2002, p. 90), enquanto que a figurativização ainda segundo a autora, “é o procedimento semântico pelo qual conteúdos mais ‘concretos’ (que remetem ao mundo natural) recobrem os percursos temáticos abstratos” (Barros, 2002, p. 87).

Como podemos constatar na Figura 1, há a exploração de diversos temas, dentre eles se destacam: a conscientização ambiental, social, econômica e cultural. Para difundir esses temas, o evento utilizou-se das plataformas digitais (Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, RSS, etc.), divulgando nesses meios digitais as figuras dos próprios participantes do evento, o que concretizou visualmente a interatividade entre os destinatários-sujeitos desse evento. Portanto, o que se evidencia nesse nível é o uso de figuras dos próprios participantes como

uma estratégia visual que dá veracidade ao temário do ativismo e, ao mesmo tempo, manipula os destinatários-leitores dessa *homepage* a se tornarem participantes desse movimento, isto é, induzindo-os a querer o Ov, que é um *fazer cognitivo-passional* (fazer parte de um grupo), mas que pressupõe um *fazer pragmático*: transformar sua comunidade.

Por meio da discussão desses três níveis do percurso gerativo de sentido, podemos depreender uma esquematização discursiva subjacente à superfície do texto que retoma como tema central o agrupamento de sujeitos em prol de um coletivo situado em diferentes instâncias: social, cultural, histórico, econômico, etc.

## Considerações finais

Observamos, neste estudo, a partir da compreensão da página de um evento divulgado no website de Conexões globais 2.0, que a população brasileira tem atentado sobre o ativismo digital e que o número de participantes é impressionante nesta edição de 2013: 100 mil acessos online, 10 mil visitas no espaço físico, as diversas horas de transmissão, as numerosas menções em distintas

plataformas digitais, etc. Ressaltamos que tamanha adesão ao evento se deve a sua interação com as mídias digitais.

Isso se comprova pela nossa análise, uma vez que nosso estudo evidenciou as estratégias verbos-visuais arquitetadas na *homepage* do *site* oficial do evento. Nós demonstramos através do percurso gerativo de sentido de que forma foram estabelecidas as relações entre internauta-cidadão e o ambiente virtual. Assim, no nível profundo, destacamos da oposição mínima de sentido: coletivo (termo eufórico) vs. particular (termo disfórico). No nível narrativo, o objeto de valor propagado pelo destinador-manipulador-coletivo (Ov = *fazer parte de um grupo*) é compatível com o termo euforizado no nível fundamental. No nível discursivo, os temas foram concretizados pelas figuras físicas dos próprios participantes do evento, o que evidencia uma estratégia visual, na qual a interatividade das mídias digitais se emparelha com as possibilidades de trocas socioculturais entre diferentes grupos, como se pode apreender a partir da imagem no centro da Figura 1.

Assim sendo, nota-se a importância de se inserir o ativismo nas mídias digitais, expandindo, dessa maneira,

o próprio ativismo e seus valores. Os avanços da *web* possibilitaram uma maior participação de pessoas interessadas (ou não) no tema, e que anteriormente não poderiam participar de eventos como o ocorrido em Porto Alegre – RS e nem ter conhecimento sobre este. Por isso, o ativismo inserido nas plataformas digitais trouxe a possibilidade de um maior número de interessados em participar da discussão, posto que coloca em pauta temas relevantes para nossa sociedade em um ambiente interativo, no qual, ao toque de um clique, podemos concordar, discordar, reclamar, denunciar dentre outras inúmeras ações.

Enfim, o ativismo digital dá voz às nossas reivindicações, das mais ínfimas às mais virtuosas, o que fomenta a língua(gem), contribuindo para a concretização de um processo social – e, a princípio democrático – das redes sociais.

## Referências:

- ASSEMBLÉIA GERAL DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos do Homem**. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: <[http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis\\_intern/ddh\\_bib\\_inter\\_universal.htm](http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm)> Acesso em: 27 set. 2013.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do Texto**. São Paulo: Ática, 2002.
- BENVENISTE, Emile. **Problèmes de linguistique générale I**. Paris: Gallimard, 1966.
- \_\_\_\_\_. **Problèmes de linguistique générale II**. Paris: Gallimard, 1974.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- COELHO, Patrícia Margarida Farias. **O Fetichismo na Publicidade**: Um estudo Semiótica da Campanha “Demoníaca” da *lingerie* da marca Duloren. Tese de doutorado submetida ao Programa de Estudos Pós-Graduados da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Os games femininos nos celulares**: uma reflexão necessária. In: GÜERE, H. N. (Coord.). *Mobile communication 2012: Experiències i recerques sobre comunicació mòbil*. Vic: GRID Publicacions, 2012. p. 120-134
- FERRAZ, Maria Cristina Franco. Tecnologias, memórias e esquecimento: da modernidade à contemporaneidade. **Revista Famosos**. Porto Alegre, n. 27. Agosto/2005. p. 49-56.
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. 14. ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.
- \_\_\_\_\_. **Linguagem e Ideologia**. 8. ed. São Paulo: Editora Ática, 2004.
- GREIMAS, Algirdas Julian; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. Trad. Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Contexto, 2008.
- HARRISON, Steven; DOURISH, Paul. **Re-place-ing space**: the roles of place and space in collaborative systems. 1996. Disponível em: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/publications/place-paper.html>> Acesso em: 27 set. 2013.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. Trad. J. Teixeira Coelho Netto. São Paulo: Perspectiva, 1961.
- MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>> Acesso em: 27 set. 2013.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Tradução Luciano Matzusaki. Lisboa: Gradiva, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **Navegar no ciberespaço**: perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. Trad. Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. 27. ed. São Paulo: Cultrix, 2007.

SCHOLZ, Thebor. Infranstruture: Its Transformations and Effect on Digital Activism. In: JOYCE, Mary. **Digital activism decoded**: the mechanics of change. New York; Amsterdan: IDEBATE Press, 2010. p.17-32.

SEBASTIÃO, Sônia Pedro. O ativismo like: as redes sociais e a mobilização de causas. **Revista Sociedade e Cultura**. v. 15, n. 1 (2012) Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/20673>. Acesso em: 27. Set. 2013.

## Lista de figuras

### Figura 1

Homepage do evento Conexões Globais 2.0. Disponível em <https://www.conexoesglobais.com.br>. Acesso em 27 set. 2013.



**sebastião da silva vieira**

UFPE

Especialista em Pedagogia Empresarial,  
Professor tutor da UAB/UFRPE.

*contato: sebastianfacig@gmail.com*



O uso de  
tecnologias digitais  
nas produções de  
documentários  
de divulgação  
científica em  
tempos de  
redes sociais e  
cibercultura

**marcelo sabbatini**

UFPE

Professor do programa de mestrado Edumatec –  
UFPE, Doutor em teoria e História da Educação.

*contato: marcelo.sabbatini@gmail.com*

## RESUMO

Vivemos, atualmente, a Sociedade da Informação (SI), também denominada como digital, do conhecimento, onde o cerne social se materializa em uma nova lógica mediante a emergência das tecnologias digitais de informação e comunicação. Internet, tablets, celulares androids, comunidades virtuais, redes sociais, realidade virtual, são alguns dos termos que caracterizam este novo momento social que vivenciamos, a Cibercultura, que é definida por Lemos (2003) como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica. Toda essa evolução da microinformática e os impactos socioculturais, concretizam um novo modo de ser e estar na sociedade onde as tecnologias digitais imbuídas de participação social configuram a cultura contemporânea. Sendo assim, a cibercultura efetivou grandes mudanças na vida dos cidadãos desta nova sociedade. Com isso, os discentes utilizam esse novo paradigma como fonte de pesquisa e produção de conhecimento. Câmera na mão, longos planos-sequências, ausência de narração over, sujeitos que não se enquadram em tipificações, são elementos que marcam essa produção. Alunos, realizadores, aprendizes e coautores na elaboração do vídeo, planejando a produção, o “roteiro”, acompanhando a montagem, divulgando e participando de debates junto à comunidade.

## PALAVRAS-CHAVE

Documentário. Cibercultura. Escola.

## ABSTRACT

Currently we live in the Information Society (IS), also known as digital and knowledge society, where social core materializes itself in a new logic by the emergence of digital technologies for information and communication. Internet, tablets, android phones, virtual communities, social networks, virtual reality, are some of the terms that characterize this new social moment we experience, Cyberculture, which is defined by Lemos (2003) as the sociocultural order that emerges from the symbiotic relationship between society, culture and microelectronic technologies. All this emergence of micro and sociocultural impacts, embodies a new way of being and living in society where digital technology imbued with social participation shape the contemporary culture. Thus cyberculture effected great changes in the lives of the citizens of this new society. Learners use this new paradigm as a source of research and knowledge production. Camera in hand, long shots, sequences, no narration over, subjects who do not fit into typifications are elements that mark this production. Students directors, apprentices and co-authors in the preparation of the video, planning production, “script”, following the assembly, disseminating and participating in discussions with the community.

## KEYWORDS

Documentary. Cyberculture. School.

---

## Introdução

O presente trabalho tem como objetivo compreender os vídeos desenvolvidos por discentes à luz das tecnologias digitais, entendidos como documentários de divulgação científica. Em 2012, os alunos do 9º ano da Escola Municipal João Bento de Paiva, localizada em Itapissuma, Pernambuco, criaram através de tecnologias digitais o documentário “A Vida no Lixão”, com o propósito de investigar a vida dos moradores que vivem no local, discutindo a realidade de quem trabalha e vive perto da localidade. Segundo resultados preliminares da análise de caráter qualitativo, a atividade permitiu não apenas registrar, mas exibir e difundir e, por isso mesmo, discutir com muitos outros grupos, questões que lhes afetam diretamente como cidadãos.

Além disso, este processo de construção também pode ser entendido como registro ou documento de uma situação, constituindo uma “prova de verdade”, como a literatura científica atribui ao cinema documentário. Os recursos visuais e a criação de documentários estão cada vez mais presentes no cotidiano das crianças e dos adolescentes. Dessa maneira, oportunizou-se aos alunos

um contato inicial com as técnicas de produção de vídeos. De acordo com Couto (2010), em recente investigação qualitativa, ouvimos de jovens estudantes de nível médio, que a internet e os documentários científicos divulgados na TV, especialmente os provenientes dos canais Discovery, são suas principais fontes de pesquisa.

Não apenas os jovens, mas o público em geral, sob certos aspectos, “confia” no documentário. Na acepção de alguns, ele se “parece” tanto com os dados, ou vestígios coletados, que se não constitui a verdade, pelo menos contribui para uma nova maneira de pensar sobre o tema ou assunto tratado (ROSENSTONE, 2010). Desse modo, emergem para nós alguns questionamentos: Podemos considerar a produção de documentário com o uso das tecnologias digitais como divulgação científica em tempos de rede sociais e cibercultura? Buscando responder a essas questões, tratamos inicialmente de entender o quê é o gênero de cinema documentário, suas formas de representação e sua configuração para a divulgação científica, à luz de um discurso sobre as ciências, proferido por Boaventura de Souza Santos.

## Cinema documentário

A atividade cinematográfica tem pouco mais de cem anos e é decorrente de um longo processo de que tem origem na Antiguidade, passa pela câmera escura, cresce a partir do século XVII, com o uso da lanterna mágica e com o desenvolvimento de pesquisas ópticas, visando o registro e a reprodução do movimento. No mesmo ano em que os irmãos Lumière lançavam o cinematógrafo, a Liga de Ensino distribuía por toda a França, como instrumento pedagógico, 477 lanternas, com oito mil diferentes vistas. O cinema foi experimentado então como uma nova articulação de técnicas já conhecidas e não representou uma ruptura radical (DA-RIN, 2005).

O documentário, que nos seus primórdios, documentou as cenas de ruas em várias partes do mundo, sempre fez mais do que espelhar o mundo real. Robert Flaherty, em seu primeiro trabalho, *Nanook*, o esquimó, teve, por exemplo, que ensinar a pesca com arpão, uma habilidade que se perdeu com o tempo. Para divulgar um quadro preciso da cultura dos esquimós ele precisou, em alguns momentos, encenar a realidade, criar uma ficção em nome da verdade.

*Tratamento criativo da realidade* foi como o documentarista John Grierson denominou essa característica do documentário. Grierson foi o idealizador e principal organizador do movimento do filme documentário, que se desenvolveu na Inglaterra a partir de 1927. Se o cinema documentário esteve, desde sua origem, comprometido com a função de representar o real, e não de reprodução da realidade, sua tradição é transmitir uma impressão de autenticidade. Se o que vemos é testemunho do que o mundo é, podemos basear nossa ação nele, o que é notório na ciência, quando emprega o diagnóstico por imagem (NICHOLS, 2005). No entanto, os documentários não adotam um conjunto fixo de regras e de técnicas, não apresentam um conjunto de estilos, não tratam de apenas determinadas questões, mas constituem categorias que produzem e mantêm essa forma de fazer cinema desde os anos 1920.

Para Bill Nichols (2005) o objeto do cinema documentário configura-se como resultado de um conjunto de práticas e discursos, e segue uma evolução em direção a um acréscimo de real. Há uma construção contínua e não uma essência na definição desse objeto. A partir das próprias obras e da experimentação de técnicas e práticas, dos movimentos instituídos, e de seus avanços técnicos (câmera leve, vídeo, som direto, entre outros), é que observamos as várias maneiras de

produzir documentários. Para ele, definir documentário significa também conhecer a estrutura institucional que o patrocina, o conjunto de profissionais que o produz, os filmes e vídeos e o público que tem o desejo de aprender através de um documentário.

Não se define um filme como de divulgação científica apenas por apresentar conteúdos científicos, mas também por seu formato e abordagem, que contribuem para que haja envolvimento, reflexão, estímulo à busca de conexões com outros conteúdos, com outras situações e, principalmente motivação para querer aprender mais. A divulgação científica através de um discurso audiovisual tem suas próprias especificidades.

Nos últimos anos o cinema documentário tem atraído um interesse crescente e parece que, em um mundo marcado pela tecnologia e pela técnica, cada vez é mais importante a divulgação científica. Durante séculos os conhecimentos científicos foram patrimônio de uma elite intelectual. No entanto, a partir do século XVII, contrapondo-se ao desenvolvimento da ciência moderna, surgem razões político-sociais para a disseminação desses conhecimentos e a Ciência começa a interessar a muitos. Conforme progride a influência estratégica da ciência e da tecnologia nas estruturas políticas, econômicas e culturais

vai crescendo a necessidade de revisão das relações entre ciência e sociedade.

A primeira obra de divulgação significativa é designada *Entretiens sur la pluralité des mondes*, de 1686, quando Bernard de Fontenelle explica a cosmologia a uma marquesa imaginária (LÉON, 2001). A partir de 1825, a imprensa francesa começa a publicar folhetos científicos, que fornecem informações semanais sobre questões da atualidade relacionadas às diferentes especialidades científicas (LEÓN, 2001).

Desde o início, a produção audiovisual não apenas contribuiu com a divulgação de conhecimentos, mas se tornou relevante para as pesquisas científicas, especialmente às relacionadas à área da saúde, já que se constituiu uma nova ferramenta de investigação, ao permitir a observação de fenômenos imperceptíveis ao olho humano. Foucault (2004) descreve, em *Nascimento da Clínica*, como os novos dispositivos de produção visual derivados da fotografia se articulam com as novas ciências que regulam o corpo, como a fisiologia e a patogenia. Aliás, ele demarca como a medicina moderna nasce da soberania do olhar.

De maneira geral, os documentários de divulgação científica podem ser correlacionados ao modo expositivo, proposto na classificação de Nichols. O modo expositivo

ênfatisa a impressão de objetividade e facilita a generalização e a argumentação abrangente. Para isso, dirige-se ao espectador diretamente, expondo um argumento com legendas ou vozes. São documentários que dependem muito de uma lógica informativa transmitida verbalmente.

### **Documentário para divulgação científica contemporânea à luz de um discurso sobre as ciências**

Olhar um documentário de divulgação científica contemporâneo, a partir da leitura de Boaventura, implicou entender que mais do que aproximar jovens da ciência, deve ser propósito da divulgação científica promover uma reflexão sobre os impactos políticos, técnico-econômicos e culturais das descobertas e avanços da ciência, de forma que possa contribuir para a ampliação de possibilidades e da qualidade de participação da sociedade na escolha de opções tecnológicas (por exemplo, referentes ao esgotamento de recursos naturais) e no estabelecimento de políticas públicas. No caso de uma produção

audiovisual, entendemos que há especificidades que podem facilitar ou dificultar essa reflexão.

A maioria dos documentários científicos ainda se situa dentro do modo expositivo, e são construídos de maneira a apresentar os conteúdos científicos como único conhecimento válido, alicerçado em uma visão conformada no paradigma hegemônico. O documentário, como um campo específico de práticas audiovisuais, não tem uma essência realista. Ele se constituiu a partir dessa crença, que é na verdade uma convenção produzida por práticas e discursos (DA-RIN, 2005). Entendemos, portanto, que o documentário de divulgação científica é um meio não de representar e ilustrar a ciência, mas uma forma de pensá-la visualmente (VAN DJICK, 2006).

As atividades de divulgação científica tanto podem servir como instrumentos para maior consciência social, como para transmitir uma visão exagerada das possibilidades da ciência, ou seja, podem tanto estar fundadas no paradigma da ciência moderna, como no paradigma emergente. As novas tecnologias de informação e comunicação podem desempenhar um significativo papel no debate crítico entre a ciência e a sociedade (COUTO, 2010).

## O papel da divulgação científica na construção de uma nova ordem social

Durante o século XX, a busca e as implicações dos avanços técnico-científicos ficaram a cargo de uma elite, uma comunidade de *experts* a quem se delegou o poder de gestão do futuro. Os excluídos foram essencialmente os cidadãos leigos. Contudo, há um notável crescimento dos mecanismos destinados a envolver ativamente o público, tendo como pano de fundo o ceticismo em relação ao desempenho científico e tecnológico (EINSIEDEL, 2003).

Segundo Sabbatini (2003), a divulgação científica, ao lado da disseminação, também possui múltiplos objetivos e significados além de informar o cidadão comum sobre a evolução da ciência e da tecnologia. Entre eles podemos citar a criação de uma consciência científica coletiva frente aos riscos da subordinação da ciência ao poder ou vice-versa, a complementação da educação formal e a atuação como “cão de guarda”, vigiando o desenvolvimento da ciência e da técnica.

As pessoas, ao se conceberem como integrantes de uma sociedade e se tornarem cientes de que progridem conjuntamente com o desenvolvimento desta, entenderão melhor que, mesmo em parte submetidas e condicionadas pela crescente utilização da C&T em seu meio, suas

vidas não estão irrevogavelmente determinadas pela lógica inevitável, às vezes perversa, do desenvolvimento tecnológico (ANGOTTI & AUTH, 2001).

Outros autores como Argüello (2002), têm sido enfáticos em afirmar que as escolas não educam em ciências e muito pobremente divulgam seus resultados. Considerando assim a precariedade do ensino formal em ciências, somada à diminuta parcela do tempo de vida que um cidadão dedica a sua formação através de instituições oficiais de ensino, sobretudo no Brasil, percebe-se a urgência de que haja políticas e estratégias pedagógicas que efetivamente contribuam para a educação pública em ciências por meio de experiências fora do ambiente escolar.

Tais argumentos têm apontado para a urgência de que a divulgação científica assuma seu papel como ferramenta fundamental na formação dos cidadãos. Como sinalizado anteriormente, seu potencial formativo e a inserção social de seus veículos colocam-na em posição destacada na construção de uma nova ordem de relações entre ciência, tecnologia e sociedade. Uma possibilidade que se abre, e que se faz indispensável, é a da aproximação entre a educação científica e tecnológica formal e os espaços de divulgação científica, tornando possível uma complementaridade de ambos em prol da

formação de cidadãos conscientes e atuantes no novo modelo de sociedade que se deseja. Sabe-se, entretanto, que ainda estamos longe de manter uma divulgação científica de qualidade e que atinja amplos setores da população, sobretudo no Brasil (MASSARANI *et al*, 2002).

Reconhecidos os entraves, consolidar e melhorar a divulgação científica como instrumento de reflexão sobre ciência e tecnologia e, além disso, ampliar seu alcance para torná-la verdadeiramente democrática tornou-se um dos maiores desafios da atualidade. Mas esta é uma tarefa que só será viável se transformada num processo coletivo suficientemente amplo, que envolva instituições de pesquisa, universidades, comunicadores, cientistas, educadores, estudantes e o próprio público em geral (MASSARANI *et al*, 2002).

De acordo com Sabbatini (2003), a educação para a leitura crítica dos meios de comunicação vem sendo defendida há tempos pelos pesquisadores da educomunicação. Já uma atividade de meta-divulgação científica, isto é, de divulgar a própria atividade de divulgação, surge como uma proposta inovadora.

## **Cibercultura e rede social: um novo paradigma cultural**

A cibercultura, por sua vez, é definida como um conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento da internet como um meio de comunicação, que surge com a interconexão mundial de computadores. Ela constitui, para Lévy (1999) o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade. Trata-se de um novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização, acesso e transporte de informação e conhecimento. A cibercultura surgiu da relação entre a tecnologia e a modernidade.

O princípio da inteligência coletiva é para Lévy (1999) a finalidade última da cibercultura, constituindo mais um campo de problemas do que uma solução. Seria o modo de realização da humanidade, favorecido pela rede digital universal, sem que saibamos *a priori* que resultados podem ser provenientes da conexão das pessoas em rede, uma vez que as organizações colocam em sinergia seus recursos intelectuais.

Um mundo virtual, no sentido amplo, é um universo de possíveis, calculáveis a partir de um modelo digital. Ao interagir com o mundo virtual, os usuários o exploram e o

atualizam simultaneamente. Quando as interações podem enriquecer ou modificar o modelo, o mundo virtual torna-se um vetor de inteligência e criação coletivas (LÉVY, 1999).

Como lembra Sabbatini (2011), o uso de *tablets, wifi, ebooks, gadgets, notes e nets, Facebook, blogs, tubes, wikis, tweets*, como acesso imediato de interatividade e informação total, vem modificando culturalmente as relações, formas de trabalhos, socialização, comunicação e aprendizagem.

A cibercultura tem criado o que está sendo chamado de “mídia do cidadão”, onde todos são estimulados a produzir, distribuir e reciclar conteúdos. A sociedade está vivendo em “redes”, grande parte dos jovens trocam músicas, comunicam-se via mensagens de texto, utilizam e vivem nas redes sociais, surgindo então um novo perfil cultural de jovens. As crianças, em sua grande maioria, procuram assuntos de seu interesse na internet, assistem TV, tudo ao mesmo tempo. Esse é o perfil do que é chamado por alguns profissionais de “crianças multitarefa” que, cada vez mais cedo, têm contato com as novas tecnologias.

## Metodologia

Este trabalho foi elaborado a partir da revisão bibliográfica de obras que tratam sobre documentário de divulgação científica. Para o embasamento desse estudo foram considerados estudos e pesquisas de Heloísa Couto (2010), e estudos do jornalista e doutor em ciência da informação Bienvenido León, que discute a produção deste gênero audiovisual baseando-se em estudo de documentarismo mundial.

O estudo constitui-se como uma pesquisa qualitativa através de um estudo de caso, onde o pesquisador não intervém na situação a ser analisada, apenas busca conhecê-la em sua realidade de forma “natural”. O estudo de caso é “próprio para a construção de uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de um contexto real, com pouco controle do investigador sobre eventos e manifestações do fenômeno” (MARTINS 2008). O desenho e planejamento do método da pesquisa se desenvolvem numa pesquisa de cunho etnográfico. Fazer etnografia é “como tentar ler (no sentido de construir uma leitura de) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos” (GEERTZ, 2008). A etnografia é, por princípio, reflexiva e adaptativa, e à medida que

surgem outras espacialidades e outras temporalidades, além do aqui e agora, o método precisa buscar formas de redimensionar o seu fazer-compreender o “novo” campo de experiência social.

## Documentário “A Vida no Lixão”

A comunidade Nova Itapissuma, localizada na região periférica da cidade de Itapissuma, é um dos locais em que as dificuldades econômicas e sociais contribuem para a falta de perspectiva dos moradores. Nessa comunidade existe um lixão, que é uma forma inadequada de disposição final de resíduos sólidos, que se caracteriza pela simples descarga do lixo sobre o solo, sem medidas de proteção ao meio ambiente ou à saúde pública. O mesmo que descarga de resíduos a céu aberto. Na década de 90, na área não havia moradias, era um local específico para depósito do lixo da cidade. A partir de 2001, a área começou a ser povoada, casas e barracos começaram a surgir, criando moradias perto do lixão. Atualmente o local encontra-se pavimentado, com saneamento básico, porém a questão ambiental e a qualidade de vida das pessoas que moram na área são afetadas pelo lixão.

A realização prática de um vídeo documentário, evidenciando os problemas na área, mostrando também a desigualdade social observada no local estudado, terá o objetivo de contribuir para a constituição de novos sujeitos sociais, e ajudá-los na busca por melhor qualidade de vida, ou ainda, dar condições para o surgimento de líderes que lutem a favor daquela população. A produção pode ser considerada um conhecimento para divulgação científica, além de criar uma mobilização social do documentário, mostrando a realidade do local para os moradores da cidade e, conseqüentemente, divulgando-a para o mundo através das mídias e redes sociais, criando assim, possíveis soluções por parte dos governantes em melhorar a vida das pessoas que vivem no local.

Diante dessa problemática o documentário “A vida no Lixão”, vídeo analisado e produzido pelos alunos através das tecnologias digitais, teve como propósito investigar a vida dos moradores da área, mostrar a realidade de quem trabalha e vive perto da localidade, abordando a questão ambiental e o desenvolvimento sustentável. Além de compreender a importância do lixão para os moradores, já que ao mesmo tempo em que o lixão prejudicava-os causando doenças e afetando as moradias por conta do mau cheiro, ele também gerava renda, pois muitos trabalhavam e tiravam do lixão o seu sustento.

Diante desse problema social que afeta os moradores da comunidade Nova Itapissuma, os alunos resolveram produzir um documentário que segundo Sampaio (1971), “se caracteriza por apresentar determinado acontecimento ou fato, mostrando a realidade de maneira mais ampla e pela sua extensão interpretativa”. No desenvolvimento desse trabalho, será reforçada a importância do documentário na construção e divulgação do conhecimento, além da possibilidade de desenvolvimento de uma participação ativa de uma determinada comunidade a partir da utilização do gênero, em especial, no âmbito jornalístico.

## Resultados

No vídeo que analisamos houve: espaço para a elaboração de auto-representações pelos próprios sujeitos que participaram da experiência, para evidenciar a construção da filmagem, esforço para problematizar as condições do ambiente em que viviam; o diálogo deve ter sido de extrema importância entre os alunos realizadores, os alunos coletivos e a comunidade. Vivemos, atualmente, a Sociedade da Informação (SI),

também denominada como digital, do conhecimento, onde o cerne social se materializa em uma nova lógica mediante a emergência das tecnologias digitais de informação e comunicação. Internet, tablets, celulares androids, comunidades virtuais, redes sociais, realidade virtual, são alguns dos termos que caracterizam este novo momento social que vivenciamos, a Cibercultura, que é definida por Lemos (2003) como “a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica”. Todo esse surgimento da microinformática e os impactos socioculturais, concretizam um novo modo de ser e estar na sociedade onde as tecnologias digitais imbuídas de participação social configuram a cultura contemporânea. Sendo assim, a cibercultura efetivou grandes mudanças na vida dos cidadãos desta nova sociedade.

Com isso, os discentes utilizam esse novo paradigma como fonte de pesquisa e produção de conhecimento. Câmera na mão, longos planos-sequências, ausência de narração *over*, sujeitos que não se enquadram em tipificações, são elementos que marcam essa produção. Alunos realizadores, aprendizes e coautores na elaboração do vídeo, planejando a produção, o “roteiro”, acompanhando a montagem, divulgando e participando de debates junto à comunidade. Estamos vivendo em um novo modelo cultural chamado de redes sociais

que, segundo Rabello e Haguenaer (2011), são sites na internet que permitem o relacionamento e comunicação entre pessoas de diferentes grupos sociais. O mundo está conectado; as diferentes classes sociais, culturas diversas, países distantes, diferentes religiões, enfim, o planeta pode ser aproximado através da rede mundial de computadores. As redes sociais não se limitam ao ciberespaço, sendo este apenas um dos espaços em que as redes sociais podem se manifestar. As redes sociais apresentam um grande potencial, possibilitando aos alunos a realização de trabalhos em grupo, permitindo o compartilhar interativo sobre as aulas ministradas, favorecendo o aumento da curiosidade e da motivação sobre os temas abordados e disponibilizando links para textos, vídeos e outros sites de interesse coletivo. Além de servir como ambiente para divulgação científica e trabalhos desenvolvidos. Ou seja, é um ambiente que favorece a construção colaborativa do conhecimento, o compartilhamento de informações e a cocriação. A única forma de manter viva a ciência é compartilhando conhecimento, construindo-o em

conjunto e tornando possível a contribuição de outras pessoas. Para essa proposta, então, nada melhor do que usar as redes sociais para dividir e multiplicar a ciência. Com o avanço da tecnologia das comunicações, hoje já é possível chegar ao público com muito mais facilidade, atualizando com comprometimento e com rapidez as informações disponibilizadas.

Lévy (1993) aponta novas funções para a formação da rede digital, que ele chama de pólos funcionais: produção ou composição de dados, de programas ou de representações visuais (técnicas digitais); seleção, recepção e tratamento dos dados, dos sons ou das imagens (terminais de recepção inteligentes); transmissão (a rede digital de serviços integrados) e armazenamento (banco de dados, de imagens). Nesse sentido, o trabalho que professores e alunos desenvolveram, buscando não apenas compreender as questões de natureza técnico-científica, mas a forma como a comunidade documenta e divulga ciência, é oportuno e coerente.

## Considerações finais

A divulgação científica, ao longo dos séculos, respondeu a motivações e interesses diversos. Um dos objetivos foi cooperar com a escola na transmissão de informações e de conhecimentos práticos acerca do processo científico e de sua lógica, com a finalidade de promover a permanente atualização.

Daí a relevância das atividades de divulgação científica, que tanto podem servir como instrumentos para maior consciência social, como para transmitir uma visão exagerada das possibilidades da ciência, ou seja, podem tanto estar fundadas no paradigma da ciência moderna, como no paradigma emergente.

As novas tecnologias de informação e comunicação podem desempenhar um significativo papel no debate crítico entre a ciência e a sociedade. A articulação entre escola, divulgação científica e tecnologias de informação

e comunicação pode configurar estratégias cuja intenção seja edificar mais espaços de discussão sobre resultados científicos efetivamente relevantes para a realidade brasileira.

É notória a excelente performance que os jovens de hoje demonstram no contato e utilização dos mais diversos equipamentos eletrônicos e dispositivos digitais. Saber aproveitar essas facilidades como aliadas do professor é fundamental para propor atividades significativas, ousadas e inovadoras no processo de ensino e aprendizagem. Neste sentido, o aluno além de consumidor passa a ser produtor de conhecimento.

Assim, pôde-se perceber nos resultados alcançados que os alunos construíram conhecimentos científicos e que poderão aplicá-los no futuro em muitas situações, tanto acadêmicas quanto pessoais e profissionais.

## Referências

- ANGOTTI, José André Peres & AUTH, Milton Antonio (2001). **Ciência e tecnologia: implicações sociais e o papel da educação.** Ciência & Educação. vol. 7, p. 15-27.
- ARGÜELLO, Carlos. A. (2002). *A ciência popular.* In: MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro & BRITO, Fátima (orgs.) (2002). **Ciência e público – caminhos da divulgação científica no Brasil.** Série Terra Incógnita. Rio de Janeiro: Casa da Ciência/UFRJ.
- COUTO, H. H. O. de Magalhães. **Juventude e Divulgação Científica: um estudo de recepção audiovisual na Internet.** Trabalho Final do curso Estudos de Recepção Audiovisual na Pesquisa em Educação em Ciências e Saúde. PPG/UFRJ, RJ, 2010.
- DA-RIN, Silvio. **Espelho partido: tradição e transformação do documentário.** Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.
- EINSIEDEL, Edna (2003). **Vozes dos cidadãos: participação pública na área de biotecnologia.** Ciência & Ambiente. vol. 26, p. 115-128.
- FOUCAULT, M. **O Nascimento da Clínica.** 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- GEERTZ, C. **Nova luz sobre a antropologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.** Porto Alegre, Sulina, 2002.
- LEÓN, Bienvenido. **O Documentário de divulgação científica.** Avanca, Portugal: Edições Cine-Clube de Avanca, 2001.
- LÉVY, P. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.
- \_\_\_\_\_. **As tecnologias da inteligência.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro & BRITO, Fátima (orgs.) (2002). **Ciência e Público: caminhos da divulgação científica no Brasil.** Série Terra Incógnita. Rio de Janeiro: Casa da Ciência.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de Caso: Uma estratégia de pesquisa.** Sao Paulo:Atlas, 2006.
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário.** Campinas, SP: Papirus, 2005.
- ROSENSTONE, R. A. **A História nos Filmes.** Os Filmes na História. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

SANTOS, B. de S. **Um discurso sobre as Ciências**. 12. ed. Porto, Portugal: Edições Afrontamento, 2001.

SABBATINI, M. **Sob o signo da convergência: reflexões sobre o papel das mídias digitais interativas na educação** Artigo apresentado na 34 a reunião da ANPED – associação nacional de pesquisa e pós-graduação em educação, natal, rio grande do norte, outubro de 2011.

\_\_\_\_\_. **Do plágio à publicidade disfarçada: brechas da fraude e do antiético na comunicação científica**. Artigo: Revista eletrônica de jornalismo científico, disponível em <http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=87&id=1071> acesso em 12 de abril de 2013.

SAMPAIO, Walter. **O documentário**. In: **Jornalismo audiovisual, rádio, TV e cinema**. 2 ed. São Paulo: Vozes/Edusp, 1971. p.100

VAN DIJCK, J. Picturizing science: The science documentary as multimedia spectacle. **International Journal of Cultural Studies**, vol. 9, n. 5, 2006.



#

#

# “Twittando” literatura

Um quanto de microconto  
nas mídias sociais

**tércio de abreu paparoto**

USP/FACIG

Pós-Doutorando em Linguística (FFLCH-USP), membro pesquisador do NEAC/USP/CNPq (Núcleo de Estudos sobre Análise Crítica do Discurso), Doutor em Literaturas Africanas de Língua Portuguesa (USP) e Professor Doutor na Faculdade de Ciências e Saúde de Guarulhos (FACIG-SP).

*contato: [tpaparoto@usp.br](mailto:tpaparoto@usp.br)*

## RESUMO

O presente artigo apresenta um panorama acerca das produções textuais sobre diálogo criativo com as mídias sociais, notadamente de valor literário, qual os contos, tendo a ferramenta Twitter como instrumento de veiculação do produto criativo, de incentivo ao trabalho da escrita cujo sabor é a literatura e, sobretudo, de socialização de experiências que caracterizam o desafio da escrita sucinta, todavia com a possibilidade de multissignificação e de flexibilidade semântica. Para tanto, este texto alinhava aspectos teóricos básicos sobre o gênero conto - seus matizes estilísticos, conteudísticos e, principalmente, linguístico-estruturais- com aqueles concernentes aos parâmetros tipicamente técnicos da plataforma Twitter, estabelecendo-se o cerne deste paper, que é o de se verificar o quão desafiadora é a arte de escrever - sobre a grandeza do fazer literário- no perímetro restrito de cento e quarenta caracteres. Válido dizer ainda que muito tal tema tem despertado o interesse de pesquisadores em escrita criativa e produção textual de forma ampla.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Mídias Sociais. Twitter. Literatura.  
Criação Literária. Contos.

## ABSTRACT

This article presents an overview on the textual productions in creative dialogue with social media, especially of literary value, mainly tales, and Twitter as a tool for conveying the creative product, the incentive to the work of writing literature and especially socialization experiences that characterize the challenge of succinct writing, yet with the possibility of multissignification and semantic flexibility. Therefore, this basic text is on tales - stylistic nuances, conteudistics and mainly linguistic-structural features- typically those concerning the technical parameters of the Twitter platform theoretical aspects, establishing the core of this paper, which is to check how challenging is the art of writing - in the greatness of literary making in the limited area of one hundred and forty characters. Important to say how much this topic has aroused the interest of researchers in creative writing and text production broadly.

### **KEYWORDS**

Social Media. Twitter. Literature.  
Creative Writing. Tales.



## Introdução

Não é de hoje que ferramentas tecnológicas como o Twitter emolduram o moderno cenário do cotidiano como mais uma das diversas faces possibilitadoras da criação.

Muitas das denominadas “mídias sociais” extrapolaram determinados valores de usos, permitindo que muito dos seus visitantes estabelecessem relações para além da forma de uma simples página que se estrutura, comumente, em perfil pessoal, acompanhada de um punhado de mensagens e/ou imagens (neste caso, fotos e vídeos).

Com a chegada do Twitter, o conceito de escrita nas redes mudou muito. Sabe-se que, apesar do exíguo espaço que essa ferramenta oferece – o dos desafiadores 140 caracteres – muito se tem pensado no que diz respeito à criação, às diversas possibilidades de produção artística nesses limites.

E, com os novos horizontes para se estabelecer o processo de criação, surgiram também possibilidades novas no campo pedagógico. Educadores, professores e coordenadores pedagógicos viram na ferramenta um

instrumento mágico para estimular o aprendizado de nosso idioma bem como para articular esse aprendizado por meio de processos criativos, que não só atraia os estudantes, mas que dê a eles a oportunidade de exercitarem as habilidades linguísticas.

Além da construção de um novo perfil pedagógico para o aprendizado da Língua Portuguesa, pela via da produção textual que associa as bases curriculares com os caminhos da criatividade, é importante frisar o papel fundamental que o Twitter vem exercendo nos segmentos interessados em Literatura de qualidade. Grupos de interesse comum, assim como autores-produtores solitários, hospedam-se nessa plataforma entendendo-a como uma nova tendência do processo de comunicação, instigados pelo desafio da síntese da ideia.

Como se verá adiante, muitas experiências escolares, muitos concursos literários, festivais e eventos que façam uso da produção textual, já são uma realidade via Twitter, como é o caso da acadêmica Daniele Freitas, que foi finalista do evento “TOC 140 – Poesia no Twitter”, evento este que

integrou a Festa Literária de Pernambuco em 2011, para citar um entre vários exemplos.

Para que organizemos a leitura deste artigo, ressaltamos a necessidade de se apresentar, ainda que de forma breve, um panorama histórico dessa tão dinâmica mídia, bem como algumas de suas características mais comuns. Em seguida, apresentar-se-á uma reflexão bastante ampla sobre a natureza do gênero literário conhecido como “conto” e como ele pode se “hospedar” (e ser compreendido) numa realidade tão exígua que configura o espaço da postagem do Twitter. Sequenciaremos com as produções criadoras e criativas nas teclas de escritores “solitários” ou organizados em comunidades afins e, por último, os interessantes reflexos pedagógicos que essas manifestações têm gerado.

## Twitter: breve histórico e caracterização

Embora “entrando para o clube” das mídias sociais, o Twitter não pode ser considerado como mais uma ferramenta que surgiu no mundo virtual. Já completando cinco anos de história, ela surge com uma pergunta logo em sua primeira página: *What’s happening*, isto é, há de início um processo de interatividade (e instantaneidade)

com o usuário, perguntando-lhe o que ele está fazendo exatamente naquele momento. Mais: sua resposta tem que ser estruturada no famoso (reduzido) espaço de 140 caracteres.

Entretanto, enganam-se os que pensam que o Twitter tem somente a finalidade de registrar o que se passa com seu usuário “para que outros fiquem sabendo”. Configurar-se-ia muita fragilidade pensar que uma ferramenta como esta viria à luz só com a finalidade de se moldar a um “diário instantâneo” por meio do qual são registrados tão somente acontecimentos dispersos e sem profundidade. Ele surgiu com a ideia de ser um *blog* – ou melhor -, um *microblog*, pelo qual se apresenta uma quantidade inimaginável de textos configurados em vários gêneros. Bilhetes, recados, registros de ordem diversa, máximas, ditados populares, citações, pensamentos vários, textos de natureza poética e, sobretudo, contos – sim, contos! (ou micro-contos)-, são realidade no ínfimo espaço desafiador do pensamento. O interessante é que este *microblog* – por meio de suas várias utilidades – permite que seus usuários “sigam” outras “fontes” de informação e, em contrapartida, sejam também “seguidos”, ou seja, trata-se de uma nova forma de “compartilhamento fiel” às novidades que transitam de forma instantânea pela rede. Com as novas tecnologias, essa nova realidade de

“compartilhamento” torna-se ainda mais *standby* com a presença dos *smartphones*, soando como uma espécie de ode ao *realtime* das atualizações que essa mídia permite.

O Twitter veio à luz em 2006, criado por Jack Dorsey, Evan Willians e Biz Stone, após estes dois últimos saírem da gigante Google. A ideia inicial era a de que fosse uma espécie de veículo de troca de status. Inicialmente denominado de “Status”, a ferramenta nasceria com a intenção de troca de mensagens rápidas e instantâneas, como os *sms* dos telefones celulares, sendo o usuário avisado por uma espécie de *twitch* – um sinal vibrante. Embora esta palavra inglesa já se assemelhasse ao nome atual do *microblog*, ainda não agradaria seus idealizadores:

Entretanto, a palavra não agradou, pois não mostrava exatamente o que era o serviço. Ao buscar nomes parecidos no dicionário, Dorsey e os outros encontraram a palavra *twitter*, que em inglês tem dois significados: “uma pequena explosão de informações inconsequentes” e “pios de pássaros”. Ambos combinavam perfeitamente com o conceito (SMAAL, 2010)

Em 2007, essa ferramenta toma forma final. E sua consagração viria com o evento *South by Southwest* (SXSW), que reúne novos talentos no campo da imagem

e som. Nele, fora colocada uma tela de 60 polegadas no centro do evento que acompanhava as mensagens trocadas por meio da nova revelação – o Twitter. O interessante é que todos se comunicassem em tempo real por meio de mensagens curtas.

A ideia fortificou-se e a realidade das mensagens curtas, sucintas, agradou o gosto dos milhares de novos usuários. O que poderia parecer algo “incômodo” pela estrutura restrita para o registro de mensagem, tornou-se uma paixão. Paixão pela funcionalidade, paixão pela instantaneidade, paixão pela simultaneidade, paixão pelo desafio. Sim, desafio para uma nova feição do processo comunicacional. É importante ressaltar que seus criadores conseguiram manter a fidelidade às concepções iniciais – a de troca de mensagens curtas, como os SMS’s -, proporcionando uma maior agilidade e rapidez no compartilhamento de informação.

## O “conto”: um gênero para as mídias sociais?

Não se pretende neste artigo uma reflexão mais profunda sobre gêneros literários, sobretudo no que diz respeito à complexidade inerente ao conto. Tampouco se quer aqui pousar nas aras acadêmicas concernentes às

áreas das Letras. De todo o modo, entende-se prudente e reto esmiuçar, ainda que de maneira breve, um pouco da reflexão que se faz sobre a “forma” literária denominada “conto”. O intento deste artigo é pensar como se processam os mecanismos comunicacionais utilizando-se as mídias sociais. A criação/criatividade literária, sem dúvida, é pauta nessa discussão e, por isso, faz-se necessário tanger conceitos que se somam ao fulcro deste artigo.

Anteriormente se disse aqui que o dinamismo que alinhava o processo comunicacional no Twitter é entendido como um grande desafio. Pensado como ferramenta para contatos imediatos, essa mídia agregou outras possibilidades de interação/integração, permitindo uso mais abrangente, coincidentemente aquele de caráter criativo, como a “escrita” de valor para além da significação imediata, objetiva, isto é, uma escrita com multissignificação.

Se escrever no Twitter já é uma forma desafiadora de se expressar, imagine-se construir um texto entendido como “conto”, de natureza nada simples, sob as fronteiras dessa plataforma midiática. Como pensar em formas comunicacionais dessa natureza, “podando” ao extremo elementos compreendidos como singulares para a nitidez dos contornos literários entendidos como...*conto*?

Para aproximarmos um pouco o leitor leigo das reflexões que se tem sobre o gênero em questão, apresentar-se-ão aqui dois pensamentos que podem nos dar uma ideia do que pode caracterizar um conto. Um deles, de forma mais didática e abrangente, tenta “imediatizar” sua compreensão. Já outro, de modo um pouco mais maduro, reporta uma ponderação mais zelosa.

Didaticamente, o conto parece ser um gênero mais “simples” porque se pauta por um único conflito, uma única trama, ao contrário de outras formas literárias, como o romance, que pode trazer uma “malha” de elementos conflitantes em seu enredo. É como se ele se alimentasse por meio de uma única “célula dramática”. A questão temporal da narrativa não leva muito em conta referentes passados ou do futuro, e sim o pulsar do presente, do momento. O espaço do fio narrativo dá-se como um funil, é único, como que proporcionando um movimentar das ideias nos limites do seu “turbilhão”, sendo portanto mais restrito. Pela natureza dessa dinâmica, tenta-se levar ao leitor uma única impressão sobre o desenrolar dos fatos. Em breve resumo, ele traz, em sua estrutura, os seguintes elementos: *uma* ação, *um* lugar, *um* tempo, *um* “tom”, que é o efeito dramático que o produtor do texto traz a partir de suas habilidades linguísticas. De forma breve, apresentemos tão somente um recorte para exemplificação. Para tanto, citamos o conto de Mário de

Andrade, cujo título é “O poço”. Nele, encontramos um parâmetro para solidificar as informações anteriores e, principalmente, nosso tema. Trata-se de um fazendeiro – Joaquim Prestes – dono de poder político e de índole autoritária, que decide construir um pomposo pesqueiro em suas terras. Manda erguer, também, uma grande e elegante casa e, quando tudo está pronto, intenta abrir um poço. Para a empreitada, reúne seis de seus vários empregados que, devido à época – era julho e estava muito frio-, não gostam da ideia, com medo de contraírem maleita. E tal tarefa não era em nada exemplo de salubridade. Pois bem. O fio narrativo gira em torno do momento em que o patrão, numa de suas intervenções ditatoriais, resolve observar o serviço e, descuidado, deixa cair no buraco do poço a caneta tinteiro que repousava em um dos bolsos de sua camisa. Em tempo: o conto tem sua “coluna cervical” na relação ditatorial do patrão-mandão com seus subordinados, obrigando-os estúpida e insistentemente a pegar o objeto– de todo o modo e sem condições mínimas de segurança e de saúde, já que se tratava de lugar úmido, escuro e frio.

O grande desafio do escritor é passar uma impressão de “universalidade” de significações/simbologias a partir de uma única situação, conforme exposto anteriormente, isto é, uma ação: a busca da caneta no poço; *um lugar*: o buraco do futuro poço; *um tempo*: momento presente,

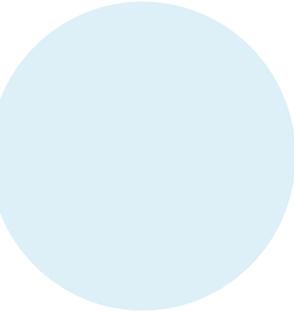
a referencialidade do mês de julho e um tom: as significações que emanam da ação principal, tais como a relação ideológico-dialética indireta entre patrão/empregado, o significado de “poço”, como metáfora da condição humana por causa da busca de um objeto (que ele possuía em grande quantidade), a evolução da linguagem no desfiar da narrativa etc. Vejamos um trecho do interessante texto de Mário de Andrade:

Ali pelas onze horas da manhã o velho Joaquim Prestes chegou no pesqueiro. Embora fizesse força em se mostrar amável por causa da visita convidada para a pescaria, vinha mal-humorado daquelas cinco léguas cabritando na estrada péssima. Alias o fazendeiro era de pouco riso mesmo, já endurecido pelos setenta e cinco anos que o mumificavam naquele esqueleto agudo e taciturno [...] Essa é boa!... Eu é que não posso ficar sem minha caneta-tinteiro! Agora vocês hão de ter paciência, mas ficar sem minha caneta é que eu não posso! têm que descer lá dentro buscar! Chame os outros, Albino! E depressa! que com o barro revolvido como está, a caneta vai afundando!! (ANDRADE, 1986, p. 40-55)

Pelo trecho, posiciona-se o leitor num único espaço – pesqueiro/poço-, e, como um “epicentro”, deriva-se, por um fio tensor, uma conjugação de personagens e ações

que edificarão a trama central, no caso a busca insana por uma caneta e, por ela, a construção habilidosa do leitor que poderá alinhar ilações diversas por meio de ícones que o escritor cria.

Contudo, alguns pensadores da criação literária alertam para a necessidade de se ponderar sobre a essência do(s) significado(s) de conto. Salvatore D'Onofrio, em reflexão interessante sobre o gênero “conto”, pondera:



A nosso ver, duas características principais distinguem o conto literário, que denominamos erudito ou culto, do conto popular: é produzido por um autor historicamente conhecido; e refere-se a um episódio da vida real, não verdadeiro porque ficcional, mas verossímil, ou seja, o fato narrado não aconteceu no mundo físico, mas poderia acontecer. Embora seja possível apontar exceções de contos fantásticos, com recurso ao sobrenatural, escritos por autores mundialmente famosos (Hoffman, Poe e outros), a regra do conto erudito é ater-se ao real, não fugindo do princípio da verossimilhança, pois a atitude mental que dele se depreende não é idealizar, mas contestar os valores sociais. (D'ONOFRIO: 1995, p.120)

Na esteira das investigações acerca de tal gênero, Alfredo Bosi, em suas belíssimas intervenções sobre o fazer/pensar literário, contribui com esse cuidado no trato da conceituação de gêneros. Diz o professor Bosi:

O conto cumpre a seu modo o destino da ficção contemporânea. Posto entre as exigências da narração realista, os apelos da fantasia e as seduções do jogo verbal, ele tem assumido formas de surpreendente variedade. Ora é quase-documento folclórico, ora quase-crônica da vida urbana, ora quase-drama do cotidiano burguês, ora quase-poema do imaginário às voltas, ora, enfim, grafia brilhante e preciosa voltada às festas da linguagem (BOSI, 2006, p. 39)

Ainda no vão dos pensamentos de Bosi, *O conto brasileiro contemporâneo*, reforça o poderio que tem tal gênero em condensar numa pequena extensão a complexidade que tem o caminhar ficcional típico de outros tão “maiores” gêneros, como a novela e o romance, por exemplo.

[...] já desnorteou mais de um teórico da literatura ansioso por encaixar a forma interior de um quadro fixo de gênero. Na verdade, se comparada à novela e ao romance, a narrativa curta condensa

e potencia no seu espaço todas as possibilidades da ficção (BOSI, 2002, p. 34)

Outra grande (e histórica) referência das letras de língua portuguesa é Afrânio Coutinho que nos empresta suas palavras, retiradas de sua *Enciclopédia da Literatura Brasileira*, para encerrarmos este item. Diz Coutinho (1985, p. 58) que *“O contista oferece uma amostra através de um episódio, um flagrante, ou um instantâneo, um momento singular e representativo”*.

Portanto, com a proliferação das mídias sociais na rede, ofertando possibilidades as mais variadas para se estabelecer conexões diversas de comunicação, deflagram-se inúmeras formas de registro – notadamente o verbal -, que, instigado por um universo criador, coloca como senha o desafio da criação literária em curto espaço físico. Quem o enfrentará?

### **140 caracteres: entre a síntese e a sugestão**

A grande questão que aqui nos vem é: há possibilidade de se conjugar a complexidade da natureza de um conto com a “raqúitica” soma de 140 caracteres? Como falar em “conto” numa mídia como o Twitter? Mais: como falar em

“microconto” se o conto já é, por si só, uma “estrutura reduzida”?

Tais indagações, somadas, chegam a um resultado final: o desafio. Embora aqui presente algumas vezes, a expressão, com sua instigante significação, propiciou o aparecimento de “tuitteiros” que, por meio de concursos e outros eventos, como o da Academia Brasileira de Letras, em 2010, puseram todo o poder criativo para funcionar.

Mas por que a palavra “microconto”? Poderia se falar, então, em algo ainda menor, como “nanocontos”? Assim como já refletimos acima sobre a dificuldade de se definir o gênero conto, com essas outras terminologias não poderia ser diferente. Mini, micro ou nano são prefixos que podem muito bem gerar algumas discussões. Assim, já se falou em 50 caracteres para os nanocontos, até 150 para os microcontos e uma página para os minicontos. Mas é de bom senso não se entender o gênero – levando-se em conta sobretudo os padrões oferecidos pelas mídias sociais -, – levando-se em conta sobretudo os padrões oferecidos pelas mídias sociais – sob um parâmetro que leva em consideração o número de caracteres. Fiquemos com Mário de Andrade que afirmava que “conto será sempre aquilo que seu autor batizou de conto”. É mais fácil, pois.

Apesar de nosso eixo temático versar sobre a produção literária em algumas plataformas como o Twitter, muito antes do aparecimento da internet já se falava na possibilidade de se escrever algo tão sucinto como os microcontos. Há registro de fábulas chinesas curtíssimas consideradas como microcontos. Um pouco mais adiante, em 1959, o guatemalteco Augusto Monterroso (1994) produziria um dos primeiros textos literários de nossa era considerado como microconto, e que, curiosamente, possui uma única frase: “Cuando despertó, El dinosaurio todavía estaba allí” (quando acordou, o dinossauro ainda estava lá), texto este publicado em suas Obras Completas (y otros cuentos). Há outros registros de autores que se aventuraram na escrita sucinta, tais como Franz Kafka e Ernest Hemingway, entre outros, conforme pesquisa presente em artigo da revista Bula – Jornalismo Cultural, em seu portal publicado em 18 de abril de 2012, que seleciona “fatias” saborosas desses gêneros textuais.

O curitibano Dalton Trevisan (1994, p. 13) foi, sem dúvida, o marco inicial deste (possível) gênero. Em 1994, viria à luz, pela Editora Record, seu livro *Ah, é?*, que traria em suas páginas uma espécie de “revolução pela concisão”. Por exemplo: “Só de vê-la — ó doçura do quindim se derretendo sem morder — o arrepio lancinante no céu da boca.” Ou este outro exemplo:

Domingo inteiro em pijama, coça o umbigo. Diverte-se com os pequenos anúncios. Em sossego na poltrona, entende as borbulhas do gelo no copo de bebida. Uma velhice tranqüila, regando suas malvas à janela, em manga de camisa. Única dúvida: ganhará o concurso de palavras cruzadas? (TREVISAN, 1994, p.13-14)

Muitas outras iniciativas que alvejavam essa questão dos textos curtíssimos se tornariam realidade, como em 2004, com a organização de Marcelino Freire. *Os cem menores contos brasileiros do século*, publicado pela Ateliê Editorial, reuniria um número de autores brasileiros para criarem textos com até 50 caracteres. Portanto, a produção de textos concisos já instigava muitos “aventureiros das letras” muito antes do surgimento das instigantes mídias.

De todo o modo, não se deve fugir das questões apresentadas acima. O que levar em conta, basicamente, para se entender uma postagem no Twitter como microconto? O elemento-chave aqui é a sugestão, isto é, o dizer implícito no curto fio tensor da narrativa. A concisão (concentração) máxima de significações em pouquíssimas palavras – como nos exemplos citados-, permite entender o texto como uma ferramenta poderosa de simbologias. Não se trata de afirmar tão somente que pela “ausência” de uma composição mais longa tem-se o significado.

Não. Mas justamente a beleza da ideia encontra-se na conjugação ausência/concisão desta estrutura verbal escrita que é o grande cerne do microconto, não só pelas poucas palavras, mas na condução delas por meio da inteligência do uso dos sinais gráficos, como a sutil marcação do ritmo pela pontuação, por exemplo.

E, consoante a isso, deve-se ressaltar o maior dos aspectos, que vai além da escolha “cirúrgica” das palavras: o valor narrativo que elas têm que proporcionar, pois não haverá conto, tampouco microconto, se não houver narratividade. É preciso que haja uma história, é preciso contar uma história. E é aí que a maestria do texto –pela nuvem inebriante da sugestão- tem que casar o imediato do texto com o alcance imaginativo do leitor.

### Os “seguidores da sugestão”

Nessa perspectiva, ameahou-se um número considerável desses “escritores da concisão” e, a partir deles, uma rede de seguidores que entenderam a ideia como algo muito interessante. E, nesse ímpeto de se aventurar em um gênero literário com certos tons de complexidade – como o conto -, muitos autores e

organizadores dessas produções multiplicam-se a cada dia.

Alguns perfis destacam-se nos cento e quarenta caracteres como o *@Literaturaemfoco* (grupo de análise de textos literários, inclusive no Twitter), *@semruído* (do Coletivo sem Ruído), *@microcontos* (perfil organizado por Carlos Seabra), *@marcelinofreire* (organizado por Marcelino Freire), *@tfmorales* (organizado de Tiago Moralles), entre outros.

É fato que, inicialmente, não se pensava possível o registro de textos com o lastro dos contos, nem mesmo próximo da ideia deles. A natureza complexa da composição que pontua essa forma literária não se caracterizaria numa plataforma virtual com o perfil do Twitter, que reserva espaço ínfimo para textos que se pretendem maiores e mais amplos.

## Bibliografia

ANDRADE, Mário de. **Contos Novos**. São Paulo: Melhoramentos, 1986.

BOSI, Afredo. **História concisa da literatura brasileira**. São Paulo: Cultrix, 2006.

\_\_\_\_\_. **O conto brasileiro contemporâneo**. São Paulo: Cultrix, 2002.

CAGLIARI, Luiz Carlos. A Escrita do Século XXI (ou, talvez, além disso). In: MASSINI-CAGLIARI, Gladis; CAGLIARI, Luiz Carlos. **Diante das letras: a escrita na alfabetização**. São Paulo: ALB/FAPESP/Mercado de Letras, 1999.

CAVALCANTE, Mônica. **Gêneros textuais e referenciação**. Fortaleza: Prottexto, Universidade Federal do Ceará, 2004.

COSTA, Paula de Souza; LENDL-BEZERRA, Aluizio. Hipertexto: discutindo literatura nas redes sociais. 4º Simpósio Hipertexto e Tecnologias da Educação – Comunidades e Aprendizagens em Rede, 2012, Recife. **Anais Eletrônicos**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2012. Disponível em: <<http://www.nehte.com.br/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2012/PaulaCosta&AluizioBezerra-Hipertextodiscutindo.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2014.

COUTINHO, Afrânio. (Org.). **Enciclopédia de Literatura Brasileira**. Rio de Janeiro: Fundação de Assistência ao Estudante, 1985.

D'ONOFRIO, Salvatore. **Teoria do texto 1: Prolegômenos e teoria narrativa**. São Paulo: Ática, 1995. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/proin/versao\\_1/onofrio/index15.html](http://www.ufrgs.br/proin/versao_1/onofrio/index15.html)>. Acesso em: 29 mar. 2014.

ELIAS, Vanda M. S. Hipertexto, leitura e sentido. **Revista Caleidoscópio**. São Leopoldo: Unisinos, 2005. v.3, n.1, jan/abril.

FREIRE, Marcelino. (Org.). **Os cem menores contos brasileiros do século**. 2 ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

FURTADO, Cassia Cordeiro; OLIVEIRA, Lidia. Biblioteca escolar e interculturalidade: rede social em países lusófonos Portal Biblon. **Em Questão**: Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, v. 18, n.1, 2012.

KHÉDE, Sonia Salomão. (Coord.). **Os contrapontos da literatura: arte, ciência e filosofia**. Petrópolis: Vozes, 1984.

LEITE, Carlos Willian. 30 contos de até 100 caracteres. **Revista Bula**: Literatura e Jornalismo Cultural. Disponível em: <<http://>

acervo.revistabula.com/posts/web-stuff/30-contos-de-ate-100-caracteres>. Acesso em: 30 mar. 2014.

MOISÉS, Massaud. **A criação literária: Prosa. v. 1.** 16. ed. São Paulo: Cultrix, 1997.

\_\_\_\_\_. **A criação literária: Prosa. v. 2.** 16. ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

MONTERROSO, Augusto. **Obras completas (y otros cuentos).** Bogotá: Norma, 1994.

NEVES, André de Jesus. A literatura marginal na internet: o fenômeno fanfiction como instrumento de disseminação e divulgação das/nas margens. **Pontos de Interrogação:** Revista do Programa de Pós-Graduação em Crítica Cultural da Universidade do Estado da Bahia, 2010. Disponível em: <<http://www.poscritica.uneb.br/revistaponti/arquivos/v1n1/v1n1-153-166.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2014.

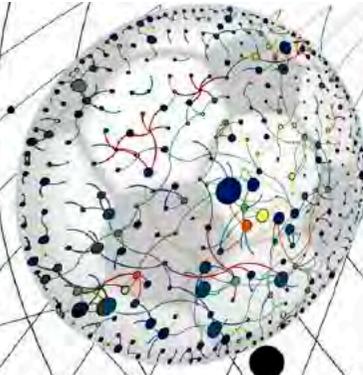
SMAAL, Beatriz. A história do Twitter. **Tecmundo.** fev. 2010. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>>. Acesso em: 27 mar. 2014.

SOUZA, Roberto Acízelo de. **Teoria da Literatura.** 10. ed. São Paulo: Ática, 2011.

TREVISAN, Dalton. **Ah, é?.** Rio de Janeiro: Record, 1994.

# Ser ou pertencer

o grande dilema do torcedor  
organizado de futebol nas  
redes sociais



**carlos affonso sartore salles**

Universidade 9 de Julho

Mestrando do Programa de Mestrado Profissional em Administração - Gestão do Esporte (MPA-GE) da Universidade Nove de Julho/SP. Especialista em Administração de Marketing e Propaganda pela Universidade Estadual de Londrina/PR. Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade Estadual de Londrina/PR.

*contato: affonsu@gmail.com*

**ary José rocco jr**

USP / Univ. 9 de Julho

Professor da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo (EEFE/USP) e do Mestrado Profissional em Administração - Gestão do Esporte (MPA-GE) da Universidade Nove de Julho. Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC/SP), Mestre em Administração (PUC/SP), bacharel em Administração Pública e Comunicação Social, Jornalismo.

*contato: aryrocco@usp.br*

## RESUMO

Os torcedores organizados de futebol, em sua atuação no universo das redes sociais, têm apresentado diferentes formas de agir e de produzir conteúdos. De agendamento de brigas e confrontos com facções rivais às ações de solidariedade para apoiar indivíduos da “comunidade”, os torcedores organizados oscilam entre a agressividade e a cooperação. Determinados valores, típicos desses agrupamentos de indivíduos usuários de redes sociais, acabam por moldar comportamentos coletivos dessas organizações sociais dentro e fora da rede. O objetivo deste artigo é investigar as modificações que essas comunidades inserem na cultura que envolve o futebol enquanto forma de entretenimento e consumo. O amor ao clube de coração e a fidelidade à organização social (Torcida Organizada) ao qual pertencem é uma marca da oscilação deste comportamento. Assim, é nossa intenção neste artigo, identificar e analisar as características dos indivíduos que atuam nas redes sociais em torno do perfil das Torcidas Organizadas. Pretendemos, com isto, mostrar que as redes sociais funcionam, no que diz respeito à cultura do torcedor de futebol, como “espelho” da vida social, tanto em seus aspectos mais positivos, quanto negativos.

## PALAVRAS-CHAVE

Torcida organizada. Redes sociais. Consumo esportivo. Facebook. Cultura do esporte.

## ABSTRACT

The soccer's fans, in his fall into the culture that performance in the world surrounds football as a of social networks, have form of entertainment and presented different ways consumption. Love the of acting and producing club and loyalty to social content. Scheduling fights organization (Organized and confrontations with Supporters) to which they rival factions or solidarity belong is a trademark of this actions to support individuals oscillation behavior. Thus, it community organized fans is our intention in this article, oscillate between aggression to identify and analyze the and cooperation. Certain characteristics of individuals values, typical of these groups who work in social networks of individuals that uses the around the profile of these social network, ultimately organized groups. We intend shaping collective behavior with this to show that social of these social organizations networks operate, in relation inside and outside the to the culture of football network. The aim of this paper supporter as “mirror” of social is to investigate the changes life, both in its more positive that these communities and negative.

## KEYWORDS

Organized supporters. Social networking. Sports consumption. Facebook. Sports culture.

## Introdução

A noção de comunidade, que sempre permeou a vida em sociedade, está ligada à ideia de um espaço de partilha, a uma sensação de pertencer a um grupo, de inter-relacionamento íntimo a determinado agrupamento social. Para André Lemos (2002),

[...] sociologicamente, a ideia de comunidade é uma invenção dos primeiros expoentes dos estudos sociais [...] que partiram de uma perspectiva evolucionista que consiste em marcar a passagem de sociedade tradicional (a comunidade) para a sociedade moderna (a sociedade) (LEMOS, 2002, p.152).

Zygmunt Bauman (2003), ao analisar o conceito de comunidade, escreve:

Como observou amargamente Eric Hobsbawn, 'a palavra comunidade nunca foi utilizada tão indiscriminadamente quanto nas décadas em que as comunidades no sentido sociológico se tornaram difíceis de

encontrar na vida real. Homens e mulheres procuram grupos de que possam fazer parte, com certeza e para sempre, num mundo em que tudo o mais se desloca e muda, em que nada mais é certo'. [...]. 'Exatamente quando a comunidade entra em colapso, inventa-se a identidade'. [...]. E como observou Orlando Petterson (citado por Eric Hobsbawn), 'embora as pessoas tenham que escolher entre diferentes grupos de referência de identidade, sua escolha implica a forte crença de que quem escolhe não tem opção a não ser o grupo específico a que 'pertence' (BAUMAN, 2003, p. 196-197).

Acreditamos que todas as noções de comunidade, apresentadas acima, apontam para um único desejo do ser humano: o de pertencer a um grupo de indivíduos onde possa, em algum momento, partilhar sentimentos comuns. O amor a um clube de futebol, por exemplo, torna-se marca de identificação do indivíduo. Manifestações de fidelidade e paixão por uma mesma agremiação criam fortes laços de união entre pessoas de diferentes classes sociais, etnias ou religião. Historicamente, esses agrupamentos, ou torcidas, já partilhavam, na expressão do seu amor ao clube do coração, um sentimento de homogeneidade e de ausência de hierarquia.

A evolução das novas tecnologias de comunicação permitiu o surgimento de uma nova dimensão social – o ciberespaço, com sua face mais visível que é a internet, a rede mundial de computadores. Em seu desenvolvimento, o ciberespaço trouxe o surgimento das chamadas redes sociais, onde indivíduos podem, com os mais diversos objetivos, se relacionar com outras pessoas com quem tenham afinidades de interesses.

Esta nova dimensão, a do ciberespaço, não elimina as demais preexistentes. Relaciona-se com elas, é condicionada, mas também altera as demais. Portanto, não se pode esperar uma nova dimensão alheia aos problemas e conflitos existentes na sociedade, pois é daí que ela será construída. Sua característica mais importante é a possibilidade de interatividade, do diálogo entre os milhões de terminais espalhados pelo mundo inteiro. Ele se revela como dimensão de convivência e convergência de qualidades humanas, apesar da ausência física dos interlocutores.

## Objetivos e métodos

O principal objetivo deste trabalho é, através do acompanhamento de dois grandes agrupamentos de

torcedores em uma rede social, o Facebook, identificar as intenções e objetivos dos indivíduos que frequentam as páginas de duas grandes torcidas organizadas escolhidas para a realização deste trabalho.

Ser torcedor de um grande clube de futebol ou pertencer a uma grande comunidade de fãs de uma determinada agremiação esportiva? Qual é o principal objetivo de um indivíduo que participa deste tipo de comunidade em uma rede social? O entendimento das intenções dos frequentadores das redes sociais relacionadas ao universo da cultura do futebol vai, com certeza, nos auxiliar no entendimento do perfil desse tipo de indivíduo. Como pesquisadores da área de gestão do esporte, tais informações são fundamentais para nossa atividade profissional e acadêmica.

Dessa forma, este trabalho pretende investigar como se formaram, e ainda se formam; as comunidades em torno dos clubes de futebol, suas características, seu relacionamento com a tecnologia e com os meios de comunicação; e as transformações pela qual o esporte irá passar para se adequar a cada uma dessas novas configurações de torcedores.

Em relação ao método, para a realização deste estudo, acompanhamos as postagens nas páginas oficiais no Facebook das Torcidas Organizadas Gaviões da Fiel

(vinculada ao Sport Club Corinthians Paulista) e a Tricolor Independente (que agrupa os fanáticos do São Paulo Futebol Clube). Além dos posts, analisamos as interações realizadas pelos seguidores destas páginas diante das publicações oficiais, promovidas pelos gestores dos espaços, no período de 01 a 31 de outubro de 2013.

Nossa opção por acompanhar a Gaviões da Fiel e a Tricolor Independente se deve ao fato das duas facções torcedoras representarem os dois clubes mais importantes da cidade de São Paulo presentes na Série A, a principal divisão, do Campeonato Brasileiro. A opção pelo Facebook como rede social se deve a sua importância no universo virtual, com milhões de acessos e interações que ocorrem diariamente neste espaço.

Optamos por uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, com observação dos comentários de seguidores das duas páginas no Facebook com base nas postagens e posterior análise de conteúdo sobre os mesmos posts. Enquanto técnica de investigação, Bardin (1977, p. 23) destaca a análise de conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que

permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

A partir dessa técnica, foi possível a classificação das interações dos torcedores segundo categorias que emergiram da própria análise, de modo a identificar a percepção do consumidor em relação à torcida e ao clube que ela representa: o que é mais importante para o indivíduo que está vinculado às páginas das duas Torcidas Organizadas escolhidas – pertencer à comunidade torcedora ou ser torcedor de seu clube de coração?

## **Os meios de comunicação, o conceito de comunidade e a cultura do torcedor de futebol no Brasil**

A fragmentação social, fruto de um longo percurso de desenvolvimento contraditório, estabeleceu grupos que se caracterizavam como coletivos inteligentes. Enfrentando especificidades temáticas e por áreas, estes grupos, separados entre si, empreendiam muitas vezes esforços numa mesma direção, sem, no entanto,

se alimentarem ou se conectarem para a troca, para o pensar junto.

Conforme já apresentado, o ciberespaço abriu a possibilidade do surgimento, no lugar de coletivos inteligentes, de inteligências coletivas, ou de produção intelectual e simbólica de maneira amplamente compartilhada, potencializando capacidades individuais, de grupos e setores numa mesma direção.

Os coletivos inteligentes seriam espaços de debate racional e argumentado, visando ao convencimento e à unificação de propósitos.

Esse projeto convoca um novo humanismo que inclui e amplia o 'conhece-te a ti mesmo' para um 'aprendamos a nos conhecer para pensar juntos', e que generaliza o 'penso, logo existo' em um 'formamos uma inteligência coletiva, logo existimos eminentemente como comunidade (LÉVY, 1998, p.23).

O global pode encontrar nesta dimensão espaço de sua articulação, principalmente no que tange aos movimentos sociais e culturais, já que os setores dominantes já dispõem em abundância de instrumentos para sua articulação. Lemos (2002), ao identificar essa tendência, conclui que

[...] atualmente, as novas tecnologias servem para constituir e, permanentemente, destruir a dimensão agregadora. Este é um dos paradoxos da cibercultura. A tecnologia moderna passa a ser apropriada pela sociabilidade, vetor de reliance (LEMOS, 2002, p.154).

A forma de associação de pessoas em grupos com interesses e afinidades comuns, as comunidades virtuais (Rheingold, 1993), são típicas do ciberespaço. Porém, não constituem nenhuma novidade. Stone (1991) pensa essa ideia em quatro fases:

1a) no século XVII, em 1669, Robert Boyle inventou um método chamado testemunho virtual que permite formar uma comunidade de cientistas pelo testemunho à distância para a validação do trabalho de seus pares;

2a) nas comunicações elétricas (1900), fase em que surgiram o telégrafo, o telefone, o fonógrafo, o rádio e a televisão, todos eles formas de compartilhamento que criam vínculos virtuais na formação de comunidades de espectadores, ouvintes e telespectadores;

3a) na informática (1960), com o primeiro computador e os primeiros BBSs apareceu a primeira comunidade virtual com base na tecnologia da informação e, finalmente;

4a) na fase do ciberespaço e realidade virtual, com a emergência do ciberespaço, da comunicação mediada por computador, surgiram as comunidades virtuais das redes telemáticas.

As etapas propostas por Stone, que também foram aceitas por Santaella (2003) e Lemos (2002), são fundamentais para estudarmos as formas de organização coletivas que envolvem o ato de torcer na cultura do futebol nas redes sociais. É impossível dissociar a atitude do torcedor e a relação que os meios de comunicação travam com o futebol e a cultura que o envolve.

Nenhuma outra forma de cultura popular motiva uma paixão tão ampla e participativa entre seus praticantes, torcedores e adeptos, como a que se tem pelo futebol. Sem dúvida alguma, o esporte mais popular do mundo tem algumas características essenciais que contribuem para sua popularidade. Provavelmente, a mais importante é a relativa simplicidade de suas regras, dos equipamentos e das técnicas corporais do jogo.

A difusão do futebol de um lado a outro do mundo possibilitou que diferentes culturas e nações construíssem formas particulares de identidade por meio de sua interpretação e forma de jogar. Essa diversidade está sendo cada vez mais enfraquecida pela relação recíproca das forças econômicas e culturais, que estão

transformando o futebol em um jogo cada vez mais incluído em um mercado consumidor global.

Richard Giulianotti (1999), sociólogo e pesquisador do esporte, afirma que o futebol passou, até chegar a ser o que é hoje, “por estágios específicos, que podem ser caracterizados como ‘tradicional’, ‘moderno’ e ‘pós-moderno’”. O estudioso britânico define cada uma dessas etapas.

Quando discuto o ‘tradicional’ estou falando sobre o ‘pré-moderno’, onde vestígios da era pré-industrial ou pré-capitalista são ainda muito influentes. De modo geral, isso envolve a aristocracia ou a classe média tradicional, que exerce sua autoridade muito mais por convenções do que por meios racionais ou democráticos. [...] A ‘modernidade’ está relacionada à rápida urbanização e ao crescimento demográfico e político da classe trabalhadora. Estabelece-se uma divisão entre espaços masculinos (público, produtivo) e espaços femininos (privado, reprodutivo). [...] O crescimento dos meios de comunicação de massa, as melhorias de infra-estrutura e a criação de programas de bem-estar social também servem para suscitar sentimentos unitários de identidade nacional. [...] Em matéria de lazer e de recreação, a divisão entre burguesia e classes trabalhadoras é

reproduzida por meio de uma diferenciação entre alta cultura ('legitimada') e baixa cultura ('popular'). [...] A 'pós-modernidade' é marcada pela dimensão crítica ou pela rejeição real da modernidade e de suas propriedades definidas. [...] As identidades sociais e culturais tornam-se cada vez mais fluidas e 'neotribais' em suas tendências de lazer. [...] A globalização dos povos, da tecnologia e da cultura dá origem a uma cultura híbrida e uma dependência econômica das nações em relação aos mercados internacionais (GIULIANOTTI, 1999, p.9).

Assim, podemos entender que o futebol brasileiro apresenta, como sua etapa "tradicional", o período compreendido entre 1894 a 1933. Essa fase tem início com a chegada oficial do esporte no Brasil, através do paulista, filho de ingleses, Charles Miller, que por aqui desembarca, em 1894, com duas bolas de futebol debaixo do braço. A partir daí, o esporte se torna uma febre no seio da aristocracia nacional do período. Praticado pelas elites que dividia o espaço urbano das emergentes cidades industriais do Brasil, o futebol deixava de lado as camadas populares menos favorecidas. *"As arquibancadas eram frequentadas por grã-finos e mulheres de 'boa família', vestidas pela moda parisiense, inclusive a linguagem*

*utilizada na prática esportiva era inglesa"* (Pimenta, 1997, p.41).

No referido período, as informações do esporte eram trazidas para a sociedade pelos jornais diários impressos que circulavam no período. Sem os modernos veículos de comunicação que hoje conhecemos, como a internet, o rádio e a televisão, eram os jornais que permitiam a formação de comunidades em torno do futebol.

Representantes, também, da elite econômica e política que povoavam as grandes cidades do país, os jornalistas escreviam para o público adepto do futebol, que pertenciam a essa mesma elite. Em geral, no período e pela participação dos jornais na formação de sua comunidade, a cultura do futebol era restrita aos limites dos municípios nos quais os jornais circulavam.

O encerramento da era "tradicional" do nosso futebol acontece com profissionalização do esporte, ocorrida durante o Governo de Getúlio Vargas, em 1933. É nossa proposta, baseada em Giulianotti (1999), que o estágio "moderno" do futebol brasileiro é marcado pelo período compreendido entre os anos de 1933 e 1982. Os atletas, a partir do início desta etapa,

[...] foram reconhecidos formalmente como empregados, sob a jurisdição do novo Ministério do Trabalho. [...] A transição do

amadorismo para o profissionalismo foi contemplada pela divulgação do esporte pelo rádio (a partir de 1938), da mesma forma como já recebia apoio da imprensa escrita popular. Esses dois meios de comunicação acompanhariam a rápida emergência do futebol antes da Primeira Guerra Mundial. (BRUHNS, 2000, p.65).

O período “moderno” do futebol brasileiro iria se encerrar, no ano de 1982, com o surgimento da Democracia Corinthiana. O revolucionário sistema implantado no Corinthians a partir do fim de 1981

[...] esteve intimamente ligado ao processo de abertura política do Brasil após anos de um regime militar cruel com seus opositores e dissidentes. Os jogadores filiaram-se a partidos de acordo com suas convenções políticas e tiveram participação ativa em movimentos como o das Diretas Já! (GOZZI e SÓCRATES, 2002, p.28).

O período foi marcado, também, nos meios de comunicação de massa, pela forte presença do rádio e da televisão na formação das comunidades que transitaram em torno da cultura do futebol. Os dois veículos de comunicação mencionados, os elétricos para Stone

(1991), foram os responsáveis pela formação da “cadeia verde e amarela”.

Por diversos momentos, como nas Copas do Mundo de 1938 (o rádio) ou na de 1970 (a televisão) as diversas emissoras que cobriram o evento trabalharam em conjunto para uma transmissão única, com as diversas equipes, de várias emissoras, se revezando no comando da transmissão. Algo impensável para os interesses econômicos das transmissões de hoje em dia. Era o momento em que a construção da identidade nacional estava acima de todos os demais interesses. Os meios de comunicação da época foram fundamentais para a construção dessa comunidade nacional. É a comunidade imaginada de Benedict Anderson (2003).

A partir deste instante, final de 1981, as estruturas políticas que sustentavam o futebol na esfera pública, começam a se dissipar. Com isso, o esporte passa a viver um novo momento, onde o mercado global começa a dirigir seus tentáculos em direção ao apelo mercadológico no universo do nosso futebol. “*O processo que começamos a descrever como globalização pode ser resumido como a passagem das identidades modernas a outras que poderíamos chamar, embora o termo seja cada vez mais incômodo, de pós-modernas*”. (Canclini, 2001, p.59).

O momento traz, também, a abertura do esporte para o mercado. O ano de 1982 foi o momento em que a *Fédération Internationale de Football Association*, a FIFA, órgão que organiza e controla o futebol mundial, liberou a utilização do patrocínio nas camisas das agremiações esportivas por todo o planeta. A partir desse instante, os interesses econômicos passam a predominar na gestão do esporte mais popular do mundo.

Durante a década de 1990, com a queda do Muro de Berlim e a integração econômica dos mercados, o futebol passa a ser, do ponto de vista econômico, um elemento de cultura global.

O desenvolvimento tecnológico, característica do mesmo período, será determinante para o desenvolvimento de ferramentas de comunicação que enxergarão no esporte vasta perspectiva de sucesso financeiro. Os canais de televisão a cabo, especializados em esporte, e a programação em *pay-per-view* passam a marcar as comunidades que transitam em torno da cultura do esporte, alterando seus vetores de tempo e espaço. As comunidades fluídas e não territoriais típicas da pós-modernidade passam a orbitar em torno da cultura do futebol.

É evidente que nenhuma dessas épocas é hermeticamente fechada pelas outras. É possível encontrarmos, dentro da divisão proposta, elementos

que fogem a estrutura e aos momentos apresentados. No entanto, acreditamos que a história do futebol brasileiro, e seu relacionamento com os meios de comunicação, justificam e validam os estágios acima mencionados.

Assim, o comportamento dos torcedores organizados que observamos hoje nas mídias sociais é originário deste novo cenário que está modificando a cultura do futebol mundial e é fruto de um desenvolvimento histórico no relacionamento cultura do futebol X conceito de comunidade X desenvolvimento dos meios de comunicação de massa.

## O torcedor de futebol no universo da cultura digital

O futebol, como um dos elementos mais concretos da moderna “indústria do entretenimento” vem provocando, no contexto cultural contemporâneo, profundas transformações no seio da sociedade capitalista. Dentro da rede mundial de computadores, essas modificações podem ser exemplificadas pela formação de “comunidades virtuais” motivadas pela existência de sites de clubes de

futebol ou na atuação dos torcedores do esporte nas chamadas mídias sociais.

Para Raquel Recuero (2005, p.4), *“comunidade virtual seria o termo utilizado para os agrupamentos humanos que surgem no ciberespaço, através da comunicação mediada pelas redes de computadores (CMC)”*. Rheingold (1993, p.18), pioneiro na utilização do termo, define as comunidades virtuais como *“agregados sociais surgidos na Rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço”*. Brenda Laurel (apud SANTAELLA, 2003, p.122) acredita que as comunidades virtuais *“são as novas e vibrantes aldeias de atividades dentro das culturas mais amplas do computador”*. Nicholas Negroponte (2002, p.175), em sua famosa obra *A Vida Digital*, acredita que *“a comunidade de usuários da Internet vai ocupar o centro da vida cotidiana. (...) Ela está criando um tecido social inteiramente novo e global”*.

A pesquisadora Lucia Santaella (2003, p.123), em sua obra *Culturas e Artes do Pós-Humano*, apresenta as comunidades virtuais como

[...] novas espécies de associações fluidas e flexíveis de pessoas, ligadas através dos fios invisíveis das redes que se cruzam pelos

quatro cantos do globo, permitindo que os usuários se organizem espontaneamente ‘para discutir, para viver papéis, para exibir-se, para contar piadas, para procurar companhia ou apenas para olhar, como voyeurs, os jogos sociais que acontecem nas redes’. (BIOCCA apud SANTAELLA, 2003, p.123)

Podemos perceber, pelas definições de comunidades virtuais apresentadas, que o tempo, o sentimento e a ausência de uma determinada base territorial são elementos fundamentais para a existência dessa modalidade de agrupamento social. A ausência territorial e a necessidade de mediação tecnológica marcam, assim, a diferença das comunidades virtuais com aquelas formadas com o auxílio dos jornais, do rádio e da televisão, a comunidade imaginada de Benedict Anderson (2003).

Analisando o crescimento experimentado pelas comunidades virtuais nos últimos anos, Rheingold (1993, p. 19) levanta a suspeita de que *“uma das explicações para esse seja o desejo de comunidade que cresce em toda a parte no interior dos indivíduos, à medida que desaparecem cada vez mais espaços públicos da vida cotidiana”*. O mesmo autor, ao comparar as comunidades virtuais com as tradicionais, afirma que

[...] a maneira de conhecer pessoas no ciberespaço dá um toque diferente aos relacionamentos estabelecidos: nas comunidades tradicionais é costume apresentar-nos alguém e ficarmos posteriormente a conhecê-los; nas comunidades virtuais podemos ficar a conhecer uma pessoa e decidir posteriormente encontrar-nos com ela pessoalmente. O relacionamento pode ser igualmente efêmero no ciberespaço, porque podemos ficar a conhecer alguém que nunca venhamos a encontrar no plano físico (RHEINGOLD, 1993, p.20).

Apesar das diferenças existentes entre as comunidades virtuais e as tradicionais, algumas semelhanças, dentre as várias que permanecem, merecem ser destacadas. A afinidade de interesses constitui, obviamente, o princípio básico de qualquer agrupamento comunitário. O sentimento de pertencimento, em nosso entender e como veremos mais adiante, parece ser o elemento essencial para a persistência dessas comunidades envolvendo a cultura do futebol no ciberespaço.

Cliff Figallo (1998), especialista na construção de comunidades on-line, chama a atenção para esse aspecto ao afirmar que

[...] community is most powerful when membership brings with it a sense of belonging. Unless that feeling is there, no manager, advertiser, or promoter can claim the presence of community, no matter how much commonality exists in the users' interests and demographics. (p.16)

Concordamos com o pesquisador norte-americano que o sentimento de pertencimento, as afinidades eletivas e a criação de estórias e fatos coletivos - a memória do grupo - contribuem para o crescimento, desenvolvimento e persistência das comunidades criadas no ciberespaço. Em última instância, os elementos apontados acima, acreditamos, são fundamentais para a consistência de qualquer tipo de comunidade estruturada ao redor da cultura do futebol – desde a comunidade imaginada, como já vimos, até as torcidas virtuais, como as comunidades que se agrupam nas mídias sociais.

As comunidades virtuais e mídias sociais, de uma forma geral, e aquelas relacionadas aos clubes de futebol, de uma forma específica, *“estão florescendo por todos os cantos do planeta”* (COSTA, 2002, p. 55). São tão variadas que é simplesmente impossível mapear todas as espécies e subespécies. Há comunidades virtuais e grupos em redes sociais que reúnem interessados em esportes, entretenimento, política, comércio, saúde, sexo, jogos,

raças e o que mais se possa imaginar. O ritmo em que elas se formam e se desfazem acompanha, basicamente, o mesmo de todos os grupos humanos (COSTA, 2002).

A variedade de agrupamentos que surgem constantemente no ciberespaço acaba por constituir aquilo que Rheingold (1993) definiu como “*um ecossistema de subculturas*”. A cultura da internet apresenta, então, um caráter fracionado, não existindo uma “*subcultura on-line única e monolítica*” (COSTA, 2002, p.54).

O caráter fracionado do ciberespaço é reflexo da crise de identidade existente no seio da sociedade capitalista deste início de século XXI. Conforme demonstramos na primeira parte deste trabalho, há não muito tempo, a estabilidade era socialmente valorizada e culturalmente reforçada com o auxílio dos meios de comunicação de massa ditos tradicionais, como os jornais, o rádio e a televisão.

Papéis rígidos atribuídos a cada um dos sexos, trabalho repetitivo, o desejo de ter o mesmo tipo de emprego ou permanecer na mesma cidade ao longo de toda a vida, tudo isto fazia da consistência um elemento central nas definições de saúde. No entanto, estes mundos sociais estáveis entraram em colapso. Nos nossos dias, [...] o que conta é a capacidade de mudar e adaptar-se – a

novos empregos, novas perspectivas de carreira, novos papéis atribuídos a cada um dos sexos, novas tecnologias. (TURKLE, 1997, p.381)

A ideia de instabilidade, presente na identidade do sujeito da era digital, pode também ser encontrada na argumentação de Mark Poster, que defende a tese de que

[...] a sociedade informacional produz uma reconfiguração da linguagem, constituindo os sujeitos culturais fora do padrão do indivíduo racional e autônomo que caracterizou a cultura impressa. Esse sujeito se transforma na era digital em um sujeito multiplicado, disseminado e descentrado, continuamente interpelado como uma identidade instável. No campo da cultura, essa instabilidade coloca novos desafios. (POSTER apud SANTAELLA, 2003, p.125-126)

A diversidade cultural do ciberespaço fica explícita, em nosso entender, quando o assunto estudado é o futebol. Sites oficiais e páginas nas mídias sociais de clubes de várias partes do mundo convivem em um mesmo universo que as federações regionais e nacionais, que as torcidas organizadas com suas homepages e os aficionados comuns que criam espaços para a discussão

e troca de ideias sobre sua agremiação do coração. Isso para não mencionarmos as páginas exclusivas dos maiores jogadores de futebol do mundo, os blogs sobre o esporte, os sites de jornalistas esportivos, as comunidades em páginas de relacionamento como o facebook e outros espaços de convivência existentes no mundo digital.

Ciente desse caráter fracionado do ciberespaço, Manuel Castells (2003), em sua obra *A Galáxia da Internet*, aponta quatro camadas de cultura que, juntas, produziram e moldaram a cultura da Internet. Para o pesquisador espanhol,

[...] no topo do construto cultural que levou à criação da Internet está a cultura tecnomeritocrática da excelência científica e tecnológica, que advém essencialmente da big science e do mundo acadêmico. [...] A cultura hacker especificou a meritocracia ao fortalecer os limites internos da comunidade dos tecnologicamente iniciados e torná-la independente dos poderes existentes. Só os hackers podem julgar os hackers. Só a capacidade de criar tecnologia (a partir de qualquer contexto) e de compartilhá-la com a comunidade são valores respeitados. [...] A apropriação da capacidade de interconexão por redes sociais de todos os tipos levou à formação de comunidades on-line que reinventaram

a sociedade e, nesse processo, expandiram espetacularmente a interconexão de computadores, em seus alcances e em seus usos. [...] Por fim, os empresários da Internet descobriram um novo planeta, povoado por inovações tecnológicas, novas formas de vida social e indivíduos autônomos. (CASTELLS, 2003, p.53)

Na análise da cultura do futebol no ciberespaço, fica claro, como veremos adiante, a observação de três das quatro categorias culturais apresentadas por Castells (2003) – a hacker, a rede social e a empresarial.

Os sites oficiais dos grandes clubes paulistas buscam reproduzir modelos europeus, em uma cultura completamente globalizada, como a do futebol, onde *“em nosso tipo de mundo, isso significa, essencialmente, ter dinheiro, mais dinheiro do que todos os outros”* (CASTELLS, 2003). Nesse espaço, o futebol é tratado como verdadeiro negócio e o torcedor como consumidor de produtos e serviços relacionados ao clube. Assim, ocupa espaço dentro da cultura empresarial na Internet.

As homepages das principais Torcidas Organizadas do estado reproduzem, em nosso entender, de forma bastante aproximada, os verdadeiros princípios de uma cultura hacker. *“Para os hackers, a liberdade é um valor fundamental, particularmente a liberdade de acesso à sua*

*tecnologia e a de usá-la como bem entendem” (CASTELLS, 2003). Nesse “como bem entendem”, apresentado por Castells, como veremos mais adiante, resultam iniciativas das Torcidas Organizadas tanto para o lado positivo do futebol, como para seu lado mais negativo. Negócio e paixão, em torno do esporte, misturam-se nos sites das principais Torcidas Organizadas de São Paulo.*

Por fim, a cultura das redes sociais se apresenta, no universo cultural do futebol brasileiro, na existência das comunidades constituídas em torno dos chamados sites não-oficiais de clubes esportivos. São páginas desenvolvidas e mantidas por indivíduos “comuns”, sem remuneração financeira, com o objetivo único de divulgar e discutir a sua agremiação preferida. São comunidades que *“adotaram os valores tecnológicos da meritocracia, e esposaram a crença dos hackers no valor da liberdade, da comunicação horizontal e da interconexão interativa, mas usaram-na para sua vida social, em vez de praticar a tecnologia pela tecnologia” (CASTELLS, 2003).*

## O torcedor organizado de futebol e as mídias sociais: ser ou pertencer?

Dentro do universo fracionado dos fãs de futebol no ciberespaço, como mencionamos acima, é possível observamos três grandes possibilidades de atuação de todo àquele que pretende utilizar esse universo para pertencer a uma comunidade virtual de torcedores.

Porém, e existem vários trabalhos que demonstram isso, como o de Rocco Jr (2006), os indivíduos, principalmente àqueles vinculados as Torcidas Organizadas de futebol, oscilam entre ser torcedor de seu clube de coração e pertencer a um agrupamento organizado de torcedores.

Para identificar o que verdadeiramente motiva esse tipo de torcedor a frequentar a *fan page* de uma Torcida Organizada em uma rede social, decidimos acompanhar, como já mencionamos, as postagens, e seus respectivos comentários e compartilhamentos, nas *fans pages* oficiais no facebook das Torcidas Organizadas Gaviões da Fiel (vinculada ao Sport Club Corinthians Paulista) e Tricolor Independente (que agrupa os fanáticos do São Paulo Futebol Clube). O período de acompanhamento das páginas foi de 01 a 31 de outubro de 2013. Nossa intenção

foi a de investigar, através dos conteúdos trabalhados neste espaço, o que motiva o torcedor organizado a pertencer a esse tipo de comunidade no ciberespaço.

Na *fan page* da Torcida Organizada Gaviões da Fiel<sup>1</sup>, do Sport Club Corinthians Paulista, foram computados, no período considerado, 269 mensagens postadas pelos gestores da página oficial da principal e mais importante torcida corintiana. Deste total, 70 posts foram repetidos ou com conteúdo muito parecido. Assim, quando fazemos a exclusão destes posts, temos 199 mensagens originais e exclusivas.

Em geral, como demonstra a figura 1, a página da Gaviões da Fiel no facebook apresenta forte conteúdo, 63%, relacionado à divulgação de eventos da própria torcida, como programas de rádio, ensaios para o carnaval e encontros sociais, como a realização de feijoadas e “*choppadas*”. A equipe do Corinthians, inspiração para o surgimento da Torcida, motiva apenas 37% das postagens colocadas na *fan page* da Organizada no período considerado.

Com base nos dados obtidos, podemos concluir que a *fan page* da Gaviões é forte na divulgação dos eventos da própria torcida, com pouquíssimo conteúdo sobre o

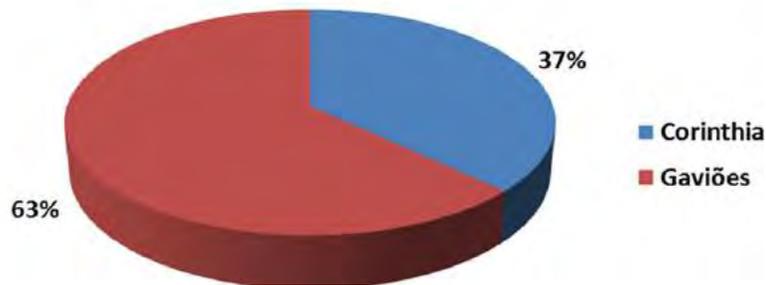


Figura 1 – Conteúdo das postagens – Gaviões da Fiel  
Fonte: os autores

desempenho da equipe corintiana. É o sentimento de pertencer à comunidade superando o de ser torcedor do alvi-negro paulista.

Já a *fan page* da Torcida Tricolor Independente<sup>2</sup>, apesar de não ser a página mais curtida da Organizada no facebook, é a oficial da facção de torcedores do São Paulo Futebol Clube. A página apresentou, no período observado, uma postagem constante, sem nenhuma repetição de conteúdo. Por outro lado, o número de postagens, 22, é muito menor do que aquele que observamos na *fan page* da Gaviões da Fiel.

<sup>1</sup> <https://www.facebook.com/gavioesoficial?fref=ts>

<sup>2</sup> <https://www.facebook.com/pages/Torcida-Tricolor-Independente/284587531651041?fref=ts>

Apesar da grande diferença no número de posts, quando comparamos a Tricolor Independente com a facção corintiana, o conteúdo das mensagens é praticamente o mesmo. As postagens que falam de interesses próprios da Torcida Organizada superam àquelas que apresentam o São Paulo Futebol Clube como seu principal foco, conforme a mostra a Figura 2.

É possível observar, no caso da torcida são-paulina, uma prevalência de postagens sobre produtos da loja da facção e praticamente nenhuma postagem sobre a equipe de futebol do São Paulo Futebol Clube. É, novamente, o sentimento de pertencer à comunidade superando o de ser torcedor de futebol.

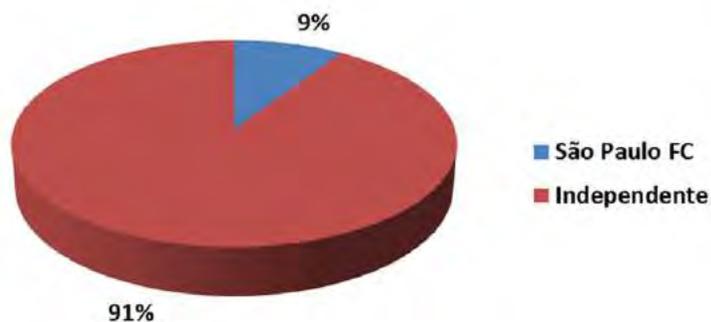


Figura 2 – Conteúdo das postagens – Tricolor Independente  
Fonte: os autores

## Considerações finais

Vimos, pelo exposto neste trabalho, que existe uma crise ampliada pela globalização, crise que aprofunda a exclusão social e que revela a fragilidade da representação e das instituições do mundo ocidental como referência de democracia. Democracia que não garante direitos iguais para os diferentes, mais que isso, aprofunda, através da dinâmica global, o distanciamento do poder decisório da realidade da vida cotidiana vivida e compartilhada pela população.

As tecnologias de comunicação digitais geraram uma nova dimensão social, chamada ciberespaço, que está em processo de definição de sua arquitetura, em torno da qual existem conflitos manifestos.

Vimos que, por suas possibilidades técnicas, a depender de sua arquitetura, o ciberespaço pode ambientar o embate, praticamente inexistente nas mídias tradicionais, entre as classes e setores da sociedade, que têm interesses distintos e, muitas vezes, antagônicos. Este caminho permite às pessoas atuarem como sujeitos sociais através do ciberespaço, a partir de sua cultura local e vivida, na dimensão do regional, do nacional e do global.

Esta deontologia da arquitetura e do funcionamento do ciberespaço não tem a pretensão de superar os problemas existentes e evidentes de nossa formação social contemporânea, mas procura abrir brechas, trilhas, que podem ajudar a encontrar caminhos novos e consistentes. O futebol, enquanto elemento de composição da cultura jovem, não é exceção à regra, buscando seu espaço na arquitetura desse novo domínio tecnológico.

O incremento das novas tecnologias, em especial da Internet, está formando uma nova geração de admiradores do futebol, a, como dissemos acima, do torcedor globalizado. Além disso, cria uma relação entre clube e torcedor, que antes era impossível com a televisão ou o rádio. Agora os clubes têm a possibilidade de colher informações que podem ser aproveitadas em um banco de dados, por exemplo. Por outro lado, as Torcidas Organizadas oferecem, em especial, às camadas mais pobres da população, a possibilidade de pertencerem a uma determinada comunidade com interesses e objetivos comuns.

Televisão, computadores e telefonia estão se unindo numa tendência que os transformará num único meio de comunicação. Essa união, a convergência, pretende eliminar a diferença existente entre meio e mensagem, obrigando as empresas de mídia e telecomunicações a se reinventar diante das modificações que estão acontecendo tão rapidamente.

Nesse contexto, as redes sociais desempenham papel importantíssimo em virtude dos inúmeros recursos de comunicação que possui. Todas essas modificações devem alterar a cultura do futebol mundial. Resta saber de que forma essas novas tecnologias poderão provocar modificações na já mutante cultura do futebol mundial.

Apesar de todas essas incertezas, podemos afirmar que pertencer a esses agrupamentos de fanáticos é mais importante do que ser torcedor do seu clube de coração, mesmo sendo este o motivo que trouxe o indivíduo ao calor da comunidade.

## Bibliografia

- ANDERSON, Benedict. **Imagined communities**. London: Verso, 2003.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade – a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BRUHNS, Heloisa Turini. **Futebol, carnaval e capoeira**. São Paulo: Papyrus, 2000.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. 1, 3a edição, São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- \_\_\_\_\_. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- COSTA, Rogério da. **A comunidade virtual**. São Paulo: Publifolha, 2002.
- FIGALLO, Cliff. **Hosting web communities – building relationships, increasing customer loyalty, and maintaining a competitive edge**. New York: Wiley, 1998.
- GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol – dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões**. São Paulo: Nova Alexandria, 1999.
- GOZZI, Ricardo; SÓCRATES. **Democracia corintiana**. São Paulo: Boitempo, 2002.
- LEMONS, André. **Cibercultura – tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LÉVY, Pierre . **A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. 2a ed., São Paulo: Cia. das Letras, 2002.
- PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. **Torcidas organizadas de futebol – violência e auto-afirmação**. Taubaté: Vogal, 1997.
- RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades virtuais – uma abordagem teórica**. Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm>>. Acesso em: 15 dez. 2005.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1993.

ROCCO JR, Ary José. **O gol por um clique**: uma incursão ao universo da cultura do torcedor de futebol no ciberespaço. Tese de doutorado apresentada no Programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), 2006.

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

STONE, A. Rosane. Podría ponerse de pie el cuerpo verdadero? In: BENEDIKT, M. (ed.) **Ciberespacio**: los primeros pasos. Cidade do México: Conacyt/Sirius Mexicana, 1991.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã – a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio d'Água, 1997.

# Interfaces e protocolos da circulação do “religioso” em rede:

o caso católico



**moisés sbardelotto**

Unissinos

Doutorando em Ciências da Comunicação (Unissinos). Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

contato: [msbardelotto@yahoo.com.br](mailto:msbardelotto@yahoo.com.br)

## RESUMO

Nas redes sociodigitais, há inúmeros sentidos religiosos em circulação, com base em lógicas midiáticas, o que caracteriza um fenômeno de mediação da religião no contexto contemporâneo. Por ser um campo de fronteira entre âmbitos socioculturais distintos, há um certo grau de contingências sociais, simbólicas e técnicas diversas, tanto às redes de agentes quanto aos fluxos de informações. Neste artigo, nos detemos sobre duas manifestações concretas dessas contingências, a saber, as interfaces e os protocolos, ou seja, processos sociais e técnicos que moldam e condicionam as práticas religiosas e a reconstrução das crenças religiosas em redes digitais. Ambos os processos não estão dados de antemão, mas são qualidades emergentes que envolvem dinâmicas e lógicas sociais e técnicas, e contextos de usos e práticas sociais mediados. Para isso, analisamos primeiramente o fenômeno da mediação digital da religião, a partir da apropriação das redes sociodigitais pela instituição eclesial e pelos fiéis. Examinam-se depois elementos empíricos de práticas comunicacionais em páginas oficiais da instância máxima da Igreja Católica – o Vaticano – no Facebook a partir da interface e dos protocolos nelas estabelecidos. A partir da compreensão dos usos e práticas sociais para a apropriação das redes digitais, propõe-se o conceito de dispositivo conexial, ou seja, um sistema sócio-técnico-simbólico heterogêneo de interfaces e protocolos que possibilitam a conexão digital que organiza a comunicação entre os agentes em rede, sejam eles indivíduos ou instituições.

## PALAVRAS-CHAVE

Interface. Protocolo. Redes sociodigitais. Dispositivo conexial. Facebook.

## ABSTRACT

In socio-digital networks, there are numerous religious meanings in circulation, based on mediatic logic, which characterizes a phenomenon of mediatization of religion in the contemporary context. Being a boundary field between different sociocultural contexts, there is a certain degree of various social, symbolic, and technical contingencies, both for the networks of agents, and the flow of information. In this paper, we reflect upon two concrete manifestations of these contingencies, namely, interfaces and protocols, i.e., technical and social processes that shape and constrain the religious practices and the reconstruction of religious beliefs on digital networks. Both processes are not given beforehand, but are emergent qualities involving social and technical dynamics and logic, and contexts of uses and mediated social practices. First we analyze the phenomenon of digital mediatization of religion, from the appropriation of the socio-digital networks by the ecclesial institution and by the believers. Then we examine empirical elements of communicational practices in official pages of the highest authority of the Catholic Church – the Vatican – on Facebook from the interface and protocols laid down in them. From the understanding of the social uses and practices for the appropriation of digital networks, we propose the concept of conexial dispositif, i.e., a heterogeneous socio-technical-symbolic system of interfaces and protocols that allows the digital connection, and organizes the communication between the networked agents, be they individuals or institutions.

## KEYWORDS

Interface. Protocol. Socio-digital Networks. Conexial dispositif. Facebook.



## Introdução

Em um período histórico em que os processos de comunicação midiática se tornam generalizados, percebemos que a internet passa a ser também um ambiente para práticas religiosas, caracterizando um fenômeno de mediação da religião (Sbardelotto, 2012). Nessas interações sociais tecnologicamente mediadas, as práticas culturais da sociedade trazem consigo lógicas midiáticas, que envolvem também o vasto âmbito social do religioso e instituições sociais como as Igrejas. Nessa ambiência social impulsionada pelas mídias digitais, indivíduos e instituições religiosas vão sendo impelidos pela nova complexidade social a modificar suas ações comunicacionais de significação do sagrado.

Hoje, as redes digitais se tornaram ambientes online de sociabilidade, em que se manifestam intensas trocas comunicacionais, atemporais e aespaciais, entre internautas. Nesses ambientes, a vida social encontra-se em constante pulsação a partir das conversas sobre “o

que está acontecendo”<sup>1</sup>. Nessas plataformas tecnológicas em rede, estabelece-se uma determinada estrutura de conexão entre os usuários, que, por sua vez, é reinventada a partir dos usos e apropriações sociais, na complexidade das redes de relações que aí se formam. Tecnologia e sociedade, portanto, estabelecem interações cujo resultado é indeterminado *a priori*. Retomando Flusser (2011), emerge nas redes sociodigitais uma nova modalidade do chamado “complexo ‘aparelho-operador’”, não mais entre a câmera fotográfica e o fotógrafo, mas sim entre as redes digitais e os diversos agentes sociais conectados. Permanece válido que esse novo complexo

[...] é demasiadamente complicado para que possa ser penetrado: é *caixa preta* e o

---

<sup>1</sup> Em duas das principais redes sociodigitais, o Twitter e o Facebook, essa expressão encontra-se *ipsis litteris* em suas páginas principais. O Twitter afirma: “Bem-vindo ao Twitter. Descubra o que está acontecendo, agora mesmo, com as pessoas e organizações que lhe interessam” (grifo nosso). Já no Facebook, o usuário se depara com a seguinte pergunta: “O que está acontecendo, [nome do usuário]?”.

que se vê é apenas *input* e *output*. Quem vê *input* e *output* vê o canal e não o processo codificador que se passa no interior da *caixa preta*. Toda crítica da imagem [ou da rede] técnica deve visar o branqueamento dessa caixa (Flusser, 2011, p. 32).

Neste artigo, tentamos nos aproximar de uma análise mais aprofundada dessa “caixa preta”, a partir do caso “católico”<sup>2</sup>, centrando a reflexão em dois conceitos-chave nesse novo complexo “aparelho-operador”, a saber, *interfaces* e *protocolos* – sem intenção de esgotamento da reflexão. Para isso, analisamos primeiramente o fenômeno da mediação digital da religião, a partir da apropriação das redes sociodigitais pela instituição da Igreja Católica e por grupos de fiéis comuns. Examinam-se depois elementos empíricos de práticas comunicacionais em páginas oficiais da instância máxima da Igreja Católica – o Vaticano – no Facebook a partir da *interface* e dos *protocolos* nelas estabelecidos. A partir da compreensão dos usos e práticas sociais para a apropriação das redes sociodigitais, propõe-se o conceito de *dispositivo conexial*, ou seja, um sistema sócio-técnico-simbólico heterogêneo

de interfaces e protocolos que possibilitam a conexão digital que organiza a comunicação entre os agentes em rede, sejam eles indivíduos, grupos ou instituições.

## Estratégias e táticas: a mediação da religião entre a técnica e o social

Nas redes sociodigitais, os usuários conectados – indivíduos, grupos e instituições – manifestam suas competências comunicacionais em diversos âmbitos do social, inclusive o religioso. Para compreender esse fenômeno de reconstrução e circulação do “católico” nas redes sociodigitais, é importante entender as mídias não apenas como *aparatos tecnológicos* (os diversos “meios”), mas também como *práticas socioculturais* (as diversas “mediações”) *por meio* daqueles, *sobre* aqueles e *para além* daqueles. As mídias são, portanto, “*dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos, baseados cada vez mais no conjunto de técnicas (e não mais em uma única técnica, como antigamente)*” (Miège, 2009, p.110). Nesse contexto, as tecnologias da informação e da comunicação propriamente ditas são apenas a “*base material das mídias*” (Ibid., p.111). As mídias, portanto, são dispositivos *técnicos* que ganham sentido *a partir*

<sup>2</sup> O interesse pelo catolicismo se deve à relevância sócio-histórico-cultural da Igreja Católica, especialmente no Brasil. Segundo o IBGE, os católicos ainda são a maioria religiosa do país, com 64,6% da população em 2010. Dados disponíveis em: <http://migre.me/ddYsQ>.

*dos usos e práticas sociais. São interfaces sociotécnicas* que passam a estabelecer redes complexas de circulação comunicacional.

Nesse contexto, a mediação pode ser entendida como uma “ação das mídias”, e os fenômenos sociais são mediados não pelos meios ou pelas instâncias de mediação social, estritamente, mas sim pelas *mídias*, em seu sentido específico, que abrangem as complexas e híbridas relações entre meios e mediações, entre processos técnicos e processos sociais. A mediação, assim, revela aquilo que, “nas relações interindividuais e mesmo intergrupais ou intraorganizacionais, se produz quando uma *Tic*, ou melhor, um dispositivo, interpõe-se entre *Eu e Você, Eu e Nós, Nós e Nós*”, ou seja, as “*modificações dos próprios atos de comunicação*” (Miège, 2009, p.83), também em âmbito religioso.

Nas práticas sociocomunicacionais em redes digitais, embora se manifeste uma certa autonomização dos fiéis nas práticas religiosas e na reconstrução de suas crenças, é preciso reconhecer que as redes relacionais que se estabelecem mediante a internet *conectam e complexificam* práticas religiosas difusas. Por ser um campo de fronteira entre âmbitos socioculturais distintos, há um certo grau de *contingências* sociais, simbólicas e técnicas diversas envolvidas, tanto às redes de agentes

quanto aos fluxos de informações. São essas contingências que manifestam empiricamente as disputas de controle e poder que se dão nas interações sociais mediadas tecnologicamente. Queremos aqui nos deter sobre duas manifestações concretas dessas contingências, a saber, as *interfaces* e os *protocolos*.

## **Interfaces e protocolos: a construção social nas disputas de poder simbólico**

Interfaces e protocolos são processos sociais e técnicos que moldam e condicionam as práticas religiosas e a reconstrução das crenças religiosas em redes digitais. Ambos os processos não estão dados de antemão, mas são qualidades emergentes que envolvem dinâmicas e lógicas sociais e técnicas, e contextos de usos e práticas sociais mediados. Esses processos são latentes e se dão mediante redes de relações sociais, ocultos sob uma “caixa preta” que precisa ser aberta para nela se encontrar tais processos, que moldam e possibilitam o desenvolvimento de tecnologias digitais e de práticas sociais.

As *interfaces*, primeiramente, são o “lugar” das interações em rede digital. Elas se apresentam por meio

de instrumentos e aparatos físicos (tela, teclado, mouse) e simbólicos presentes na linguagem computacional (navegadores, menus, ambientes). Com eles, é possível “manipular” as informações ofertadas e organizadas pelo sistema e navegar pelos seus meandros. Interface, portanto, é a superfície de contato tecnossimbólico que possibilita a interação entre tecnologias e usuários, ou entre usuários, em redes digitais. É por isso que falamos das interfaces como *processos tecnossociais*, pois partem de uma oferta técnica que é apropriada pelos usuários em seus usos diversos. É por meio da interface que o indivíduo interage com o sistema e com a sociedade em rede, a partir dos limites e possibilidades oferecidos pelo sistema, que podem ser subvertidos pelos usos e práticas sociais.

As interfaces podem se tornar naturalizadas, “transparentes”, durante os seus usos, devido a sua maior ou menor funcionalidade ou usabilidade. Mas é preciso atentar que “a interface do computador age como um código que carrega mensagens culturais em uma grande variedade de mídias” (Manovich, 2000, p.64, tradução nossa). Ela carrega consigo sentidos e afeta a mensagem transmitida e a experiência do usuário. A interface, portanto, é uma “área de escolha” que une e separa, ao mesmo tempo, o sistema e o usuário.

Analisaremos aqui a interface da página *News.va*<sup>3</sup> no Facebook. Trata-se da presença na rede social digital do site de notícias do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais do Vaticano, em colaboração com os departamentos de mídias da Santa Sé. O serviço conta com cinco páginas diferentes no Facebook para cinco idiomas diferentes (português, inglês, espanhol, francês e italiano) (Fig. 1).



FIGURA 1 - Detalhe da página News.va Português no Facebook  
FONTE: Facebook. Disponível em <https://www.facebook.com/news.va.pt>.  
Acesso em 2 abr. 2014.

<sup>3</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/news.va.pt>.

O *News.va* é um site próprio, sediado no próprio sistema digital da Santa Sé: ao se fazer presente no Facebook, busca novas modalidades interacionais com seus possíveis leitores. Para isso, a página *News.va* no Facebook se apropria dessa interface previamente construída e regulada para determinados usos: a partir de uma foto específica de perfil que traz o brasão do Vaticano com o nome da página; pela imagem principal da página – que é atualizada frequentemente –, com referências à figura do papa ou a celebrações da Igreja; pelo campo de descrição da página; e pela sua inscrição na categoria “instituição religiosa”, previamente estipulada pelo próprio Facebook. Contudo, embora mantendo as mesmas estruturas de uma página do Facebook, cada um dos elementos é reconstruído, mediante processos tecnossociais, de forma a manifestar, justamente, a “marca” da Igreja nesse ambiente, tendo em vista um “leitor” específico.

O que caracteriza a interface do Facebook, portanto, é um *programa de interação* por ela estabelecido em relação aos usuários – indivíduos, grupos ou instituições. A partir dele, os usuários individuais da *News.va* ou os administradores dessa página institucional navegam autonomamente pela plataforma do Facebook, em uma “luta” constante entre as estratégias de construção de sentido por parte do sistema em sua interface e as táticas

de reconstrução desse sentido (a partir de desejos e necessidades) específicas de cada usuário. Em outras palavras, o Facebook foi originalmente desenvolvido com a missão de “dar às pessoas o poder de compartilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado”<sup>4</sup>. Mas a página *News.va* se apropria dessa plataforma e “derrama” sobre ela novas configurações, novos sentidos, novas “missões” – agora religiosas –, criando, nesse caso, um ambiente em que se pode “partilhar” comentários e opiniões especificamente *sobre informações referentes à Igreja e a religião católica*.

A *superfície técnica* da interface, portanto, é primeiramente programada pelo próprio Facebook, e as interações que aí se estabelecem com os usuários se dão a partir das potencialidades possibilitadas por essa superfície; mas, depois, essas potencialidades são complexificadas por uma nova *superfície simbólica* construída pela página *News.va* e voltada a usos específicos – religiosos. Aí se manifesta o processo tecnossocial antes referido.

A interface oferecida pelo Facebook e reapropriada pela *News.va*, portanto, molda e condiciona, dentro de seus limites, a forma como os usuários podem interpretar as informações nela contidas, ao estarem organizadas de

<sup>4</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/facebook/info>.

determinada forma: as postagens geralmente contêm um texto informativo, uma imagem ou vídeo ilustrativos, links internos ou externos. Por outro lado, a interface também fornece linhas pré-determinadas de decodificação de sentido desses símbolos, por parte dos leitores: os usuários podem ser informados automaticamente das atualizações da página *News.va* ao clicar na opção “curtir” dessa mesma página; podem também “curtir” uma postagem específica; podem fazê-la circular em suas outras redes pessoais no Facebook pela opção “compartilhar”; podem ainda escrever um comentário a uma postagem específica dirigindo-se aos administradores da página ou a outro usuário, estabelecendo debates mediados pela plataforma Facebook e pela página *News.va*. Tudo isso estabelece um determinado programa de interação entre os usuários e o sistema e também entre os próprios usuários, gerando ainda novos circuitos comunicacionais a partir de cada uma das opções disponíveis aos usuários – curtindo, compartilhando ou comentando –, pois cada uma dessas ações é “informada” aos demais amigos do usuário em suas demais redes.

As interfaces, dessa forma, são um sistema técnico de organização das conexões. Como sintetiza Scolari (2004, p.239), “*cremos usar as interfaces, mas na realidade também elas estão nos modelando*”. Essa “modelagem” começa pelas próprias configurações da

linguagem computacional, como as formas possíveis de se lidar com as informações disponíveis: “clique”, “cortar”, “colar”, “copiar”, “deletar”, “acessar” etc. e, depois, pela própria configuração produzida pelos programadores do Facebook, ou seja, as regras e procedimentos que condicionam as possibilidades de interação. E ainda pelas apropriações de cada usuário ou instituição específicos. O programador, portanto, é quem condiciona a caracterização do sistema e suas normas de uso, além de seus objetos e suas propriedades.

Porém, a *ativação* da interface ocorre apenas a partir do “clique” do usuário: é ele quem a *faz funcionar*, é ele quem a *atualiza* a partir das possibilidades virtuais programadas pelo programador. Nesse sentido, as informações iniciais fornecidas pelo programador atuam como um “genótipo” que é expandido a um “fenótipo” (cf. Manovich, 2000) pelos usos e apropriações dos inúmeros usuários conectados, sejam eles indivíduos, grupos ou instituições sociais. Sem o usuário, portanto, a interface só existe virtualmente: são nossas escolhas diante de uma determinada *organização, distribuição e hierarquização* das informações estipuladas pelo sistema que a atualizam. No caso mais macro, são as “escolhas” da *News.va*, que atualizam a interface genérica do Facebook estabelecendo novos usos sociais dessa plataforma; em nível mais micro, são as “escolhas” de cada usuário diante

das postagens da página *News.va*, que reatualizam, por sua vez, essa microinterface, desdobrando complexamente as modalidades de interação nessa rede.

Mesmo que as possibilidades de interação sejam (de)limitadas pelo Facebook ou pelas especificidades da *News.va*, o usuário ainda pode ultrapassá-las e buscar outras possibilidades, seja *abusando* do sistema – não correspondendo às suas propostas – ou então *abandonando-o* em busca de “novos mares”. Nesse sentido, há um *desequilíbrio* e uma *dialética* entre como o sistema é pensado e projetado e como ele é usado na prática pelos usuários. Pois nenhum sistema funciona ou é utilizado conforme o programador previu (cf. Scolari, 2004). Isto é, o sistema “cria” o seu próprio usuário, assim como o usuário também ajuda a “criar” o seu próprio sistema comunicacional.

Dessa forma, como indica Flusser (2007, p.64), a relação entre interface e usuário tem como base uma *“liberdade programada, [...] uma escolha de possibilidades prescritas. O que escolho, o faço de acordo com as prescrições”*. A regulação desses processos, justamente para que não ocorra nem a desestabilização nem o enrijecimento da plataforma – mediante usos desregulados por parte dos usuários ou o bloqueio desses usos por parte da plataforma – ocorre por meio de

*protocolos*, primeiramente configurados pela plataforma e depois negociados e reconstruídos pelos usuários em suas práticas sociais.

Os *protocolos*, portanto, são *processos sociotécnicos* que se referem ao princípio de organização em redes digitais. Tendo nascido em âmbito diplomático, o termo passou a designar, no âmbito computacional, as regras e as regularidades de determinados padrões de usos das tecnologias, ou seja, comportamentos “apropriados”, “corretos”, “convencionais” para determinados fins. “*Se as redes são as estruturas que conectam organismos e máquinas, então os protocolos são as regras que fazem com que as conexões realmente funcionem*” (Galloway & Thacker, 2007, p. 29, tradução nossa). Por serem redes informacionais, vemos que “a informação flui, mas o faz de uma maneira altamente regulada” (cf. *Ibid.*, p. xix, tradução nossa): esses “fluxos regulados” se constituem justamente a partir de protocolos.

O Facebook, em geral, traz um protocolo simples, caracterizado principalmente por três ações básicas de seus usuários: “conectar” (ao sistema e a amigos), “publicar” e “compartilhar”<sup>5</sup>. Sua interface manifesta esse protocolo de ações mediante campos de inserção de texto e de links

<sup>5</sup> Conforme descrição em <https://www.facebook.com/help/336320879782850/>.

que indicam as possibilidades e os limites do sistema: ao acessar o mural pessoal, o usuário é instado pela pergunta do sistema: “No que você está pensando?” ou “O que está acontecendo?”. Trata-se de um convite a interagir com o sistema e os demais amigos. Por outro lado, nas postagens já publicadas por outros, existem principalmente as opções “curtir”, “comentar” e “compartilhar”, que regulam e moldam as formas de interação entre o usuário e o sistema, e entre usuários. Algumas dessas ações nasceram juntamente com a plataforma, outras foram inseridas posteriormente a partir dos usos sociais: mas todas foram evoluindo em termos de complexidade e hibridação a partir de processos sociotécnicos, ou seja, a partir dos usos e práticas dos próprios usuários ao longo do tempo, aprimorando, tensionando e dando novos usos à plataforma tecnológica, estabelecendo, portanto, novos protocolos. Nesse sentido, os protocolos são uma espécie de sistema sociossimbólico de organização das conexões, que visa a restringir e controlar as modalidades de ação (pode-se “curtir”, mas não “não curtir” determinado conteúdo, por exemplo) – embora sempre com escapes e rupturas por parte da invenção social.

No caso da página *News.va Português*, vemos uma manifestação de protocolos específicos. No campo

“Sobre”<sup>6</sup>, ou seja, em sua descrição, a página informa: “Bem-vindos! *Partilhe conosco* os vossos comentários e opiniões sobre as notícias de News.va. Os comentários *devem ser* referentes aos assuntos tratados, *evitando* ofensas e falta de respeito; caso contrário *serão removidos*. Obrigado!” (grifos nossos). Portanto, em sua própria descrição, a página já oferece um amplo protocolo de uso das suas ofertas: trata-se de um ambiente que envolve uma *possibilidade* aos usuários (a partilha de “comentários e opiniões”); uma *obrigatoriedade* por parte do usuário (“devem ser”), no sentido de atentar para que o conteúdo de seus textos seja específico ao tema abordado pela página; um *evitamento* de certas coisas (“ofensas e falta de respeito”); sob pena de *sanções* específicas (remoção de comentários que desobedeçam ao protocolo). Portanto, os protocolos operam como uma “*lógica de controle*” das redes (cf. Galloway & Thacker, 2007).

Na página *News.va*, vemos que os protocolos vão surgindo na própria ação de interagir – seja entre o sistema e os usuários, ou entre os próprios usuários. A partir dessas interações e de suas marcas na rede, podemos destacar três modalidades de protocolo: a saber, os

<sup>6</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/news.va.pt/info>.

protocolos *interacionais*, os protocolos *sociossimbólicos* e os protocolos *sociotécnicos*.

No caso abaixo, da página News.va Español<sup>7</sup>, manifesta-se uma modalidade de protocolo interacional, em que um uso específico por parte dos leitores (a ação de comentar) é incentivada em vista das interações sociais em rede (Fig. 2).

interacional pelo qual são moldadas as relações (administradores da página e leitores são “amigos”) e também os usos da plataforma (escrever comentários é “dar vida” à página).

A mesma página também explicita uma modalidade de *protocolo sociossimbólico* junto a seus leitores nos comentários abaixo, referentes à publicação de uma imagem do papa por parte da página (Fig. 3).



FIGURA 2 - Comentários na página News.va Español referentes a um protocolo interacional  
FONTE: Facebook. Disponível em <http://goo.gl/8HnbwE>. Acesso em 2 abr. 2014.

O comentário de “Claudia” se refere a uma postagem sobre uma mensagem que o Papa Francisco havia proferido ao clero de Roma. A usuária escreve um comentário de agradecimento, e a página *News.va Español* responde reiterando que “são vocês, *nossos amigos*, que *dão vida* a esta página com as suas intervenções” (grifo e tradução nossos). Dessa forma, estabelece-se um protocolo



FIGURA 3 - Comentários da página News.va Español no Facebook referentes a protocolos sociossimbólicos  
FONTE: Facebook. Disponível em <http://migre.me/g7tNP>. Acesso em 2 abr. 2014.

<sup>7</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/news.va.es>.

O usuário “Enrique”, em seu texto, pede permissão para usar a imagem postada pela página como sua imagem de capa pessoal no Facebook, reforçando, dessa forma, um protocolo já presente na plataforma (compartilhar e circular conteúdos de outras páginas no próprio perfil ou mural) e, por outro lado, negociando um uso não especificado pela página (o próprio compartilhamento). A página *News.va Español* responde: “Queridos amigos, *compartilhem tudo* o que quiserem da nossa página, *que é para vocês*” (grifo e tradução nossos). Dessa forma, a página estabelece um protocolo de acesso livre aos conteúdos, ao mesmo tempo social (ação de compartilhar com os amigos) e simbólico (“tudo”, imagens e textos postados), o que é reconhecido pelo seu leitorado (oito pessoas “curtiram” esse comentário, e outros dois leitores respondem a esse comentário agradecendo).

No caso abaixo, a página *News.va Español* indica, no campo dos comentários, um protocolo específico de uso de uma modalidade de postagem (a saber, de um vídeo ao vivo de uma audiência geral do Papa Francisco), delineando um “passo a passo” específico dessa plataforma, isto é, uma modalidade de *protocolo sociotécnico* (Fig. 4).

A página indica ao usuário o que ele irá ver, como irá ver, onde é preciso clicar, indicando ainda um link externo para acompanhar o mesmo vídeo “com comentários em espanhol”. A usuária “Teresa” primeiro comenta que está tendo um problema no áudio, mas logo em seguida informa que a “comunicação é perfeita”, indicando que o protocolo técnico informado pela página foi eficaz.



FIGURA 4 - Comentários da página *News.va Español* referentes a um protocolo técnico  
FONTE: Facebook. Disponível em <http://goo.gl/sdncL1>. Acesso em 2 abr. 2014.

Dessa forma, vemos que as escolhas do usuário *funcionam em função* dos protocolos do Facebook (das virtualidades das suas regras e do seu software), e, por sua vez, o sistema-Facebook funciona em função dos protocolos dos seus “funcionários”, ou seja, dos usuários. Esses funcionários “trabalham” para o Facebook, em seu próprio interior, cumprindo com os usos previstos (e assim gerando dados e conexões, matéria-prima do sistema), ou realizando usos imprevistos (que potencialmente levam a melhorias do sistema). Dessa forma, o usuário crê estar utilizando o Facebook como “meio” para

a construção de sentido em conexão com inúmeras pessoas, para realimentar protocolos sociais (neste caso, o fenômeno religioso), e o Facebook crê estar utilizando o usuário como “meio” para coletar inúmeros dados e, assim, realimentar o seu protocolo interno, seu programa, seu software (cf. Flusser, 2011). Contudo, o que temos é um processo *híbrido, coevolutivo e indeterminado*, em que Facebook e usuários (individuais ou institucionais) retroagem reciprocamente.

Portanto, podemos constatar que os protocolos são: 1) um sistema de regularidades de ação que emergem mediante relações complexas entre agentes sociais e tecnológicos autônomos e interconectados, regulando e conectando fluxos; 2) regularidades estas que se constituem como regras mediante negociação e ação comum entre tais agentes autônomos (o que pode ser feito e o que não pode ser feito, relações de poder e estruturas de controle); 3) uma propriedade emergente da auto-organização em redes horizontais e distribuídas – que, portanto, não podem ser centralizada por um âmbito específico, nem está dada de antemão em termos tecnológicos ou sociais; 4) um sistema complexo que organiza, controla e governa as múltiplas relações de usos e práticas sociotécnicas; e 5) um padrão de interconectividade homogêneo e compartilhado que possibilita o estabelecimento de redes sociodigitais e

sua comunicação interna, pois, sem esse padrão, não se estabeleceriam tais redes (cf. Galloway & Thacker, 2007).

Por sua vez, é o estabelecimento de protocolos que regula usos (e, portanto, estabelece “maus usos”) que possibilita o avanço das interfaces; que, coevolutivamente, fomentam o estabelecimento de novos protocolos, e assim por diante.

## Considerações finais

Em suma, é possível dizer que a *interface* só ganha movimento e dinâmica quando usada, quando atualizada. Porém, para se poder atualizar a interface, é preciso entrar em negociação com ela, com o sistema e com seus demais usuários mediante *protocolos*. A dinâmica da relação entre interfaces e protocolos se baseia no processo flexível e criativo pelo qual indivíduos e tecnologias interagem, materializando regularidades mediante seu exercício de agenciamento local, estabelecendo redes sociodigitais. Nesse sentido, as interfaces estabelecem e possibilitam a emergência de determinados protocolos; estes, por sua vez, coevoluindo de forma complexa, demandam e possibilitam a emergência de novas interfaces. A partir de uma tecnologia produzida para uma sociedade (interface)

e daquilo que a sociedade produz sobre essa tecnologia (protocolos), instauram-se complexas relações que aqui chamamos de *dispositivo conexial*.

Na internet, tecnologia transformada em “*meio de comunicação, de interação e de organização social*” (Castells, 2005, p.257), as redes sociodigitais manifestam “*determinadas matrizes interacionais e modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação*” comunicacional (Braga, 2011, p. 5) na e entre a sociedade. Esses “*sistemas de relações*” organizam social e praticamente como base para a comunicação.

Aqui, pela centralidade da noção de “*conexão*” nas interações online, chamamos essas matrizes de *dispositivo conexial*, ou seja, um sistema sócio-técnico-simbólico heterogêneo de interfaces e protocolos que possibilita a conexão digital e organiza a comunicação entre os agentes em rede, sejam eles indivíduos ou instituições. Trata-se justamente das inter-relações entre as interfaces tecnossociais e os protocolos sociotécnicos, que passam a estabelecer redes complexas de interação social e circulação comunicacional. São essas configurações sociais e técnicas que fornecem as bases para a mediação digital da sociedade.

O dispositivo conexial, portanto, é um ordenador de dupla ordem: *ordena* as conexões, estabelecendo

possibilidades de interação, e *dá ordens* aos agentes em conexão, estabelecendo limites para tais conexões (cf. Morin, 2008). Nesse sentido, entendido em seu contexto sociotécnico, o dispositivo conexial é um *aparelho de organização e de comunicação*, que apresenta um “*caráter dependente (com relação ao homem) e imperativo (com relação à máquina)*” (Morin, 2008, p.295), ou seja, emancipa e condiciona ao mesmo tempo.

Sem o dispositivo conexial, não teríamos qualquer tipo de ordem ou regularidade internas na complexidade das redes digitais; em suma, não teríamos redes sociodigitais. Por estas serem uma “*estrutura composta de elementos em interação, de interconexão instável e cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento*” (Musso, 2004, p.31), o dispositivo conexial torna possível o equilíbrio entre tal dinâmica e estabilidade, e nos ajuda a entender as normas e padrões de funcionamento das redes. Nesse sentido, as práticas religiosas hoje passam a se tornar inextricáveis ao dispositivo conexial. Por isso, indo além de uma análise meramente tecnológica ou computacional das chamadas “*redes sociais*”, reconhecemos que a *essência das redes não está na rede*, mas em seus complexos modos de condicionamento e configuração por parte das tecnologias, e de apropriação e reconfiguração por parte da sociedade. Nesse sentido, a ideia de cibernética (arte/ciência do governo) “*pode se*

*integrar e se transformar em si-cibernética, arte/ciência de pilotar junto, em que a comunicação não é mais um utensílio de comando, mas uma forma simbiótica complexa de organização” (Morin, 2008, p.311).*

Em suma, na sociedade em midiatização, geram-se novas configurações de relações entre produtores e receptores de sentidos. Assim, a experiência e a tradição religiosas católicas, via mídias, são ressignificadas social e culturalmente. Esse cruzamento e deslocamento de sentidos fomenta o surgimento de um “novo” catolicismo – marcadamente midiatizado. ○

---

## Referências

- BRAGA, José Luiz. **Dispositivos interacionais**. Trabalho apresentado no XX Encontro da Compós. Porto Alegre, 2011. Disponível em <<http://migre.me/a2lp6>>. Acesso em: 2 abr. 2014.
- CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade. In: MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005, pp.225-287.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Midiatização, prática social – prática de sentido**. Trabalho apresentado no Seminário sobre Midiatização, Rede Prosul. São Leopoldo, 2005.
- FELINTO, Erick. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. **E-compós**, Brasília, v. 14, n. 1, jan.-abr. 2011. Disponível em <http://migre.me/fzjpC>. Acesso em: 2 abr. 2014.
- FLICHY, Patrice. Introduction : La démocratisation des compétences. In: \_\_\_\_\_. **Le sacre de l'amateur : Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique**. Paris. Éditions du Seuil, 2010, pp.7-17.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. São Paulo: Annablume, 2011.
- GALLOWAY, Alexander R.; THACKER, Eugene. **The Exploit: A Theory of Networks**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007.
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. London: The MIT Press, 2000.
- MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social**. São Paulo: Paulus, 2009.
- MORIN, Edgar. **O método 1: A natureza da natureza**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- MUSSO, Pierre. "A filosofia da rede". In: PARENTE, André (org.). **Tramas da rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004, pp. 17-38.
- SBARDELOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet**. Aparecida: Santuário, 2012.
- SCOLARI, Carlos. **Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales**. Barcelona: Gedisa, 2004.

## Lista de figuras

### Figura 1

Detalhe da página News.va Português no Facebook. Disponível em <https://www.facebook.com/news.va.pt>. Acesso em 2 abr. 2014.

### Figura 2

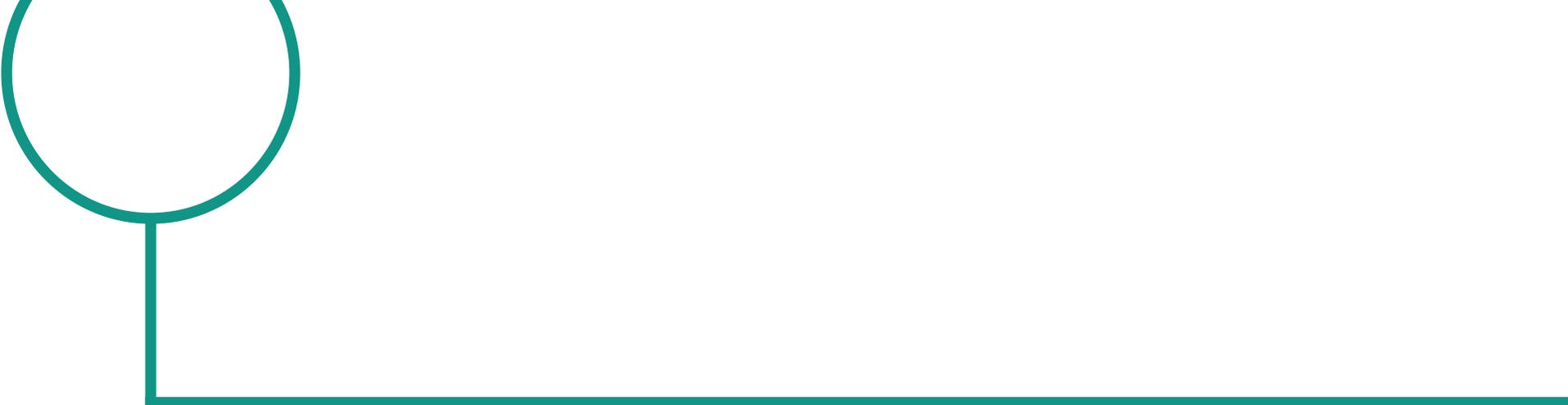
Comentários na página News.va Español referentes a um protocolo interacional. Disponível em <http://goo.gl/8HnbwE>. Acesso em 2 abr. 2014.

### Figura 3

Comentários da página News.va Español no Facebook referentes a um protocolo sociossimbólico. Disponível em <http://migre.me/g7tNP>. Acesso em 2 abr. 2014.

### Figura 4

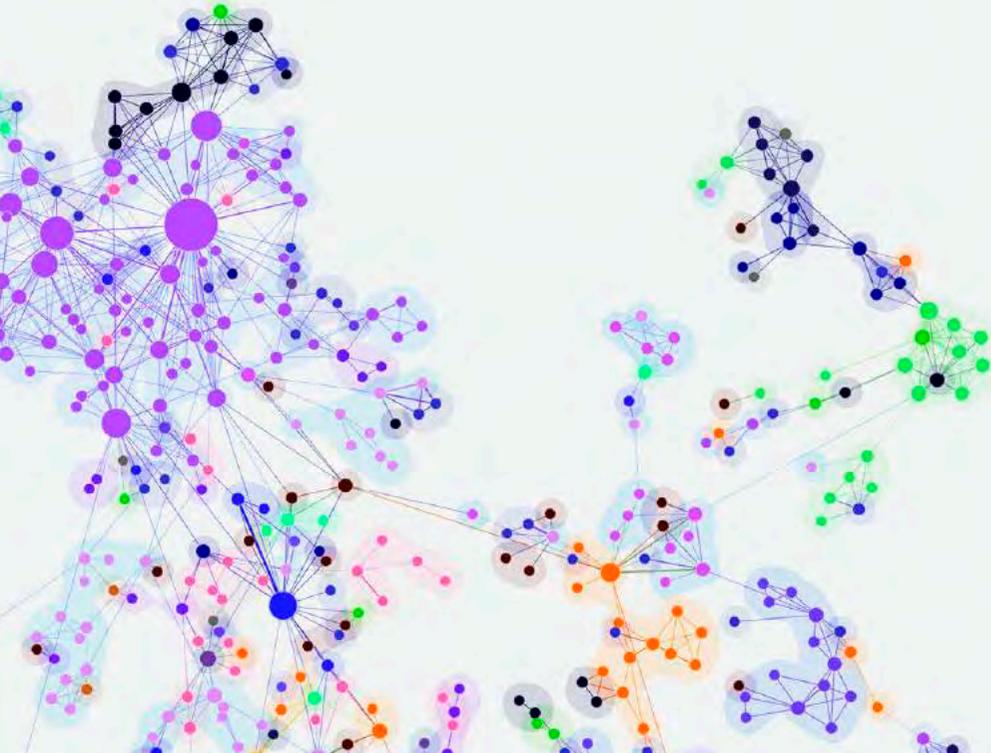
Comentários da página News.va Español referentes a um protocolo técnico. Disponível em <http://goo.gl/sdncl1>. Acesso em 2 abr. 2014.



dossier

# Os sistemas das mídias sociais

emergência, circunstância e movimento



**cândida almeida**

SENAC-SP / PUC-SP

Professora do Centro Universitário SENAC de São Paulo, da Faculdade Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP-SP) e diretora executiva da revista TECCOGS (TIDD / PUC-SP). Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica (PUC-SP).

*contato: [candidaalmeida@yahoo.com.br](mailto:candidaalmeida@yahoo.com.br)*

## RESUMO

O presente artigo busca apontar o modo fenomenológico-sistêmico de ocorrência das trocas informacionais e das complexas relações que se instauram nos contextos dinâmicos das mídias sociais, partindo da análise de três parâmetros, aqui entendidos como fundamentais para o esclarecimento das linguagens, contextos e processos inerentes às redes sociais digitais da internet. A proposta é tecer um caminho epistemológico para entender sob o ponto de vista fenomenológico como os signos participantes deste contexto podem se apresentar, como se comportam em seus diversos contextos sistêmicos - socioculturais, tecnológicos, gráficos – e como tendem a ocorrer os processos evolutivos midiáticos das redes sociais.

## PALAVRAS-CHAVE

Mídias sociais. Semiótica Peirceana.  
Sistemas. Redes sociais. Fenomenologia

## ABSTRACT

This article aims to identify the systemic and phenomenological modes of informational exchanges and the complex relationships that establishes context can be presented, in the dynamic contexts of how they behave in their social media, based on the different systemic contexts - analysis of three parameters, socio-cultural, technological, therefore understood as critical graphics - and how the to clarify languages, contexts mediatics evolutionary and processes inherent to processes tend to occur in digital social networks in social networks.

## KEYWORDS

Social media. Peircean Semiotics.  
Social networks. Phenomenology

---

## Introdução

No atual contexto das possibilidades de comunicação, nos deparamos com diversos desafios do homem para acompanhar e se adaptar às novas condições de produção, interação e desenvolvimento das relações interpessoais provocadas pelos avanços tecnológicos midiáticos. A eles estão associados os processos de atualizações das interfaces mediadoras e a aceleração do ritmo com que cada vez mais os aparatos midiáticos tornam-se extensões e partes operantes dos corpos físicos, psicológicos e cognitivos dos seres humanos. Dentre as questões que surgem neste contexto, destacam-se:

- as novas condições e efeitos desencadeados pela ampla e já habitual utilização das redes sociais digitais da internet e seus reflexos na forma de representação de identidades<sup>1</sup>;

---

<sup>1</sup> Sejam dos indivíduos, grupos, empresas, instituições públicas, entidades, organizações políticas, organizações ideológicas, entre tantas outras.

- as formas de estabelecimento de laços interpessoais nos processos inerentes à produção e veiculação de conteúdo<sup>2</sup>;
- os espaços de mediação dos processos de comunicação que se ampliam com a acelerada utilização dos dispositivos móveis<sup>3</sup>;
- a própria relação do ser humano com a noção de tempo e temporalidade, uma vez que lidamos cada vez mais com diversas informações simultâneas que se organizam, desorganizam, evoluem de forma não lineares, numa dinâmica multitemporal, tal como defende, André Parente (2010) ao tratar da tecnologia no contexto das redes.

---

<sup>2</sup> Em processos hipermediáticos dinâmicos do uso e exploração das diversas linguagens operantes.

<sup>3</sup> Dispositivos como *smartphones*, *smartwatches*, *tablets*, óculos de realidade aumentada (como o Google Glass) entre outros suportes que possibilitam o acesso imediato às mídias sociais.

Na sociedade contemporânea, as tecnologias de comunicação e informação desterritorializam o espaço e o tempo da história das culturas. [...] é a primeira vez na história da humanidade que a realidade do aqui e agora se encontra imersa nas tramas da temporalidade maquínica, que, a cada dia que passa, vai tornando mais complexo e espesso nosso aqui e agora. [...] Na verdade, seria mais exato dizer que a multitemporalidade nos leva a uma outra concepção e imagem do tempo. (Parente *in* Parente, 2010, p. 94)

Diante deste cenário, propõe-se aqui um mapeamento fenomenológico de parâmetros fundamentais para análise dos processos interativos decorrentes das mídias sociais. O objetivo é direcionar a análise crítica dos movimentos sistêmicos das linguagens, contextos e processos inerentes às redes sociais digitais da internet. Especificamente, os parâmetros apresentados são: **emergência**, **circunstância** e **movimento**. Os signos emergentes nas redes de mídias sociais; as circunstâncias sociais, tecnológicas, de tempo e espaço e, por fim, o movimento das informações, dos laços, das identidades, das características das redes e das possibilidades de interconexão nestes contextos mutantes.

Assim, propõe-se que a análise de toda e qualquer situação possa ser observada por estes três parâmetros, aqui entendidos como condições fenomenológicas inerentes aos processos mediados das redes sociais digitais da internet. Por serem propostas como parâmetros fenomenológicos, essas condições são onipresentes, concomitantes e interdependes, muito embora cada uma delas traga o ponto de vista da análise de uma especificidade no seu contexto sistêmico.

Esse é um caminho que demonstra como o fenômeno midiático das redes sociais digitais interativas ocorre. Para tanto, encontramos fundamentação em duas teorias: de um lado a Teoria Semiótica (mais especificamente, a fenomenologia, base fundamental da Semiótica Peirceana) e de outro a Teoria Geral de Sistemas – com especial destaque aos estudos de Mario Bunge, Edgar Morin e Jorge A. Vieira – para dar clareza à natureza dessas mídias.

A Semiótica aparece como fundamento para evidenciar o ponto de vista fenomenológico das mídias sociais e servir como ferramenta para análise dos elementos de linguagem e modos interpretativos dos processos interativos dos fenômenos midiáticos das redes sociais digitais interativas em suas condições de fragmentação, circunstancialidade e movimentação sígnica.

A Teoria Geral de Sistemas é utilizada para a compreensão do contexto complexo e dinâmico no qual se inserem essas mídias: a pluralização dos dispositivos<sup>4</sup> de conexão a essas redes somada ao movimento crescente dos processos de atualização da internet e à evolução transformadora do meio e de seus agentes (internautas) partícipes.

Apesar de munidos de ferramentas eficientes para análises dos processos comunicacionais, apontar os fundamentos da natureza das mídias sociais e seus processos relacionais de comunicação não é uma tarefa nada simples, especialmente quando se parte do pressuposto de que essas mídias (e seus meios) ainda não consolidaram com clareza quais são seus limites (se é que existem) de linguagem e de impacto cognitivo e social.

Trata-se aqui da natureza de um objeto ainda em processo de formação e adaptação em um mundo que nos impõe uma velocidade dantes nunca vivenciada. Velocidade no que diz respeito à quantidade e proliferação das informações comunicadas, à quantidade e modernização dos suportes disponíveis para atualização das informações, às mudanças estruturais dos próprios

meios de comunicação<sup>5</sup> em função dos avanços tecnológicos<sup>6</sup> e às mudanças interpretativas (cognitivas) do público a partir do contato e familiarização com essa dinâmica troca produtiva de informações. Contato esse, tão íntimo e ativo que tem impulsionado alguns autores a repensarem a classificação de “público”. Pisani & Piotet (2010) no livro “Como a web transforma o mundo – a alquimia das multidões”, por exemplo, defendem que deve-se respeitar essa condição em que os sujeitos passam efetivamente a interagir, criar, dinamizar as trocas e chamá-los de *web* atores.

Já não são mais navegadores passivos, que consomem, sem reagir, a informação que lhes é proposta nos sites mantidos por especialistas. Os usuários atuais propõem serviços, trocam informações, comentam, envolvem-se, participam. Eles e elas produzem o essencial conteúdo da web. Esses internautas em plena mutação não se contentam só em navegar, surfar. Eles atuam; por isso decidimos chama-los de “web atores”. (Pisani & Piotet, 2010, p. 16)

<sup>4</sup> Sabendo-se que os dispositivos móveis impactam sobremaneira essa situação.

<sup>5</sup> Um exemplo é a mudança de velocidade das bandas de conexão e os pontos sem fio de redistribuição da internet.

<sup>6</sup> Como a proliferação de dispositivos móveis adaptados e/ou direcionados a suportar e interfacear essas redes.

Essa condição de atores transformadores (*web* atores) dos conteúdos distribuídos em rede, das relações interpessoais e como amplificadores dos usos das mídias, demanda caminhos alternativos para que se possa pensar as dinâmicas que surgem nos movimentos sociotecnológicos contemporâneos. É exatamente aí que surge a necessidade de propor parâmetros que considerem a complexidade mutante das mídias sociais e suas reverberações nas condições sociais de comunicação e produção de conhecimento.

## Condição fenomenológica das redes sociais: emergência

Entendemos que as mídias sociais necessitam serem analisadas sob o ponto de vista fenomenológico para que assim seja possível compreender a essência desses processos midiáticos que, diga-se, em muito contribuem para o entendimento de parte das condições atuais da sociedade contemporânea. Vale ressaltar que a escolha teórica se dá a partir dos fundamentos conceituais da Fenomenologia Peirceana, desenvolvida pelo cientista norte-americano, Charles Sanders Peirce (\*1839 - †1914),

que, por sua vez, é a base científica que fundamenta a sua teoria semiótica<sup>7</sup>.

A Faneroscopia (Fenomenologia Peirceana) cuida do entendimento do que é o *faneron* (fenômeno). Para Peirce, o *faneron* é todo e qualquer elemento observável, qualquer coisa que se apresente em uma mente qualquer, sem que haja necessidade de considerar a sua realidade.

Faneroscopia é a descrição do *faneron* (fenômeno); e pelo fenômeno eu designo o total coletivo de tudo que se apresente à mente, não obstante se correspondem a algo real ou não. Se você perguntar quando se apresenta e em qual mente, eu deixo estas perguntas sem respostas, nunca ignorando a dúvida dessas características do fenômeno que sempre encontro na minha e em todas as mentes. Há tempos, desenvolvi esta ciência, a faneroscopia, que se ocupa dos elementos formais dos fenômenos. (CP 1.284)<sup>8</sup>

Os elementos formais do estudo dos fanerons aos quais Peirce faz referência na passagem acima é o

<sup>7</sup> Por este texto ter o formato de artigo científico, que tem por princípio o resultado sintético de investigações de pesquisas mais densas, à medida que as categorias forem sendo sucintamente explicadas, já iremos defendendo a aproximação conceitual aqui proposta: apresentar os parâmetros de análise.

<sup>8</sup> Nossa tradução.

desenvolvimento das três categorias fenomenológicas<sup>9</sup>. Cabe à Fenomenologia o governo do modo de ser da experiência. Qualquer elemento material, ação, pensamento, qualidade ou sentimento pode ser observado de forma fenomenológica, do modo de sua ocorrência, seja qual for a sua natureza. A esse respeito, Ibrí (1992) esclarece:

A Fenomenologia, por pretender a formação dos modos de ser de toda experiência ou categorias, parece não poder submeter-se a outro método de que não aquele constituído, fundamentalmente, pela coleta de elementos de incidência notável e pela posterior generalização de suas características. (Ibrí, 1992, p. 06)

Cabe à Fenomenologia o governo do modo de ser da experiência. Qualquer elemento material, ação, pensamento, qualidade ou sentimento ocorre, segundo Peirce, de forma fenomenológica. Ivo Ibrí (1992) ainda esclarece a necessidade de Peirce em categorias para o entendimento da Fenomenologia, uma vez que esta, pelo

fato de reger o modo da experiência, “[...] parece não poder submeter-se a outro método de que não aquele constituído, fundamentalmente, pela coleta de elementos de incidência notável e pela posterior generalização de suas características”. (p. 06).

Considera-se, pois, que ao se realizar análises das mídias sociais enquanto conjuntura de fenômenos midiáticos em seus diversificados contextos e amplas representações, o que se constitui de fato é a busca pelos modos como se dão as experiências ocorridas nas redes digitais. Experiências midiáticas tão densas que repercutem transformações até mesmo fora do contexto de uso da própria mídia, como são os casos, por exemplo, em que trazemos as vivências nas redes sociais para os diálogos presenciais, ou como quando as ocorrências nas mídias sociais acabam pautando a imprensa e sendo repercutidos em outros meios de comunicação.

Peirce defende, conforme sua proposta fenomenológica, que os modos de ser da experiência são reduzidos a três categorias universais. Ou seja, categorias irreduzíveis e aplicáveis a todo e qualquer fenômeno (ou *faneron*).

Tento uma análise do que aparece no mundo. Aquilo com que estamos lidando não é metafísica: é lógica, apenas. Portanto,

<sup>9</sup> A primeira vez que Peirce fez a proposição de suas categorias fundamentais foi ainda no século XIX (1867), através da publicação do artigo intitulado “Sobre uma Nova Lista de Categorias”. Ao longo de 35 anos, ele reformulou algumas vezes essas categorias, aprimorando-as e tornando-as cada vez mais geral até chegar às três categorias fenomenológicas.

não perguntamos o que realmente existe, apenas o que aparece a cada um de nós em todos os momentos de nossas vidas. Análise a experiência, que é resultante cognitiva de nossas vidas passadas, e nela encontro três elementos. Denomino-os Categorias. (Peirce, 1999, p. 22-23)

As referidas categorias são: a primeiridade, a secundidade e a terceiridade. Antes de expô-las em suas características particulares, faz-se necessário colocar que, ainda que o *faneron* (fenômeno) tenha a visível predominância de uma dessas categorias, as outras duas também estarão presentes em algum grau no fenômeno analisado. Ou seja, não existe um fenômeno que não seja regido pelas três categorias. Cada uma será responsável por uma dada característica do fenômeno. Assim, toda a análise feita sobre o objeto aqui debatido (as mídias sociais) tem por princípio ser analisado em seu processo de engendramento fenomênico.

Vale destacar, ainda, que o fenômeno é um *continuum*<sup>10</sup> no tempo. Apesar de aqui tratarmos, em

certas ocasiões, do fenômeno como algo, em verdade ele é um eterno tornar-se algo. A proposta de apresentação de parâmetros para análises dos fenômenos em mídias sociais, realizada neste artigo, está justamente pensada segundo tais condições: serem aplicadas segundo seu engendramento lógico e como um processo aberto, não estacionado em nenhuma linguagem, espaço, tempo ou composição sígnica. Trata-se, pois, de um sistema de parâmetros interligados, coexistentes e inerentes à sua própria condição fenomenológica.

Assim, segue-se que a primeiridade – também entendida como presentidade – é a categoria que rege as qualidades de sensação, a espontaneidade, a talidade do fenômeno que brota da experiência. É o fenômeno em si, como nos aparece, sem que possamos atribuir-lhe qualquer juízo perceptivo, sem qualquer interpretação. Arena das qualidades e potencialidades, essa categoria é responsável pela capacidade de todo fenômeno vir a se representar. É o leque infinito de possibilidades de algo vir a ser. O algo, no caso, é o fenômeno. Vir a ser é, por assim dizer, a anunciação, o devir, a potência de materialização no mundo, a abertura para sua experiência. É inerente, ainda, a essa categoria, a ideia de *mônada*. Isso significa dizer que, do ponto de vista metafísico, é a talidade do fenômeno, seu modo pré-maturo.

<sup>10</sup> O *continuum* é a ideia da continuidade ou contiguidade no exercício metafísico de se conceber a existência de algo no mundo. Também pode ser tomado a partir do conceito de semiose que é a sequência ininterrupta de um signo transformando-se em outro numa cadeia eterna de representações que adquirem novas características no curso do tempo, transformando-se, assim, noutras representações, *ad infinitum*.

Não me refiro ao experienciar agora a sensação, ou vivê-la na imaginação ou na memória. Nesses casos a qualidade é apenas um elemento envolvido no evento. Interessa-me a qualidade em si mesma, que é um poder-ser não necessariamente realizado. (Peirce, 1974, p. 95)

A potencialidade tecnológica (antes de ser materializada) pode ser encarada como uma qualidade que potencializa essa faculdade de atualização, que traz o novo, a descoberta, que abre as relações sociais para novos paradigmas e processos.

É deste contexto que surge, portanto, a defesa de buscarmos nas análises das mídias sociais, a condição inequívoca da **emergência** dos signos. De íntima relação com a categoria fenomenológica da primeiridade, a emergência é um dos parâmetros aqui propostos e que deve ser entendido de forma engendradora com os demais: circunstância e movimento. A condição de emergência enquanto parâmetro de análise, fenomenologicamente correspondente à primeiridade, precisa ser considerado, uma vez que se trata de um tipo de mídia que se atualiza constantemente em diversas camadas: de linguagem (os modos e formatos como os signos tendem a surgir), social (as possibilidades de construção das mais diferentes formas de relacionamento) e cognitiva (as transformações

nas formas de leitura, processamento da informação e produção de conhecimentos gerada pelas intensas mudanças ocorridas nesses contextos).

O leque de possibilidades sobre quais tipos de processos interativos que podem ser desenvolvidos, a diversidade de signos que pode ser materializada em uma área de *feed*<sup>11</sup> ou em uma linha do tempo, a potencialidade que há de novos atores participarem da rede e se interconectarem, são exemplos claros e contundentes do processo de emergência das experiências em mídias sociais, que se cruzam com outras emergências ou outras existências em seus processos de materialização e representação.

Alargando a questão, voltando-nos à amplificação desses potenciais em função da larga utilização dos dispositivos móveis com acesso à internet, Santaella (2007), ao tratar das Linguagens Líquidas na era da mobilidade, coloca:

Nesta era da comunicação móvel, todos testemunhamos o desaparecimento progressivo dos obstáculos materiais que

<sup>11</sup> Área de exibição da coleção (muitas vezes com seleção imposta pelos filtros dos sites de redes sociais) das principais atualizações da rede de contatos (sujeitos, empresas, propagandas). Convencionou-se o uso dos *feeds* como um dos principais elementos de interface das mídias sociais.

até agora bloqueavam os fluxos dos signos e das trocas de informação. Cada vez menos a comunicação está confinada a lugares fixos, e os novos modos de telecomunicação têm produzido transmutações na estrutura da nossa concepção cotidiana do tempo, do espaço, dos modos de viver, aprender, agir, engajar-se, sentir, reviravoltas na nossa afetividade, sensualidade, nas crenças e nas emoções que nos assomam. (Santaella, 2007, p. 25)

As mídias móveis potencializam efetivamente esse campo, abrindo o leque das emergências para muito além do restrito e codificado mundo da *web*. Andando pela rua com um *smartphone* com acesso a qualquer tipo de rede que me conecte à *web*, posso alterar a dinâmica dos fluxos da minha e das linhas do tempo de todos que, de alguma forma, se conectam a mim. Hoje, podemos dizer, sem medo, que toda e qualquer informação alcançável pela percepção humana carrega em si uma possibilidade de representação midiática. Essa é a imanência clara da primeiridade dessa natureza, a possibilidade, a qualidade de fazer emergir.

## Condição fenomenológica das redes sociais: circunstância

A relação de um determinado fenômeno com outra coisa é uma etapa fenomenológica que corresponde ao modo de conflito da experiência. A esta ocorrência, Peirce considera a regência da segunda categoria classificada como secundidade. São atribuídas à secundidade, as características de apresentação, ação e reação, conformação, existência, resistência, atualidade e, especialmente, conflito. “A segunda categoria - o traço seguinte comum a tudo que é presente à consciência - é o elemento de ‘conflito’. (...) Por conflito, explico que entendo a ação mútua de duas coisas sem relação com um terceiro, ou *medium*, e sem levar em conta qualquer lei da ação”. (Peirce, 1974, p. 96). Conectar-se a uma rede social é uma ação que propicia o conflito, a reação, a atualização, enfim o modo de ser da experiência. Isso porque essas mídias se movimentam, justamente, pelos processos de materialização de diversificados tipos de signos (*posts* visuais, verbais, audiovisuais,

tagueamentos<sup>12</sup>, aparecimento de novos *links* internos ou externos à mídia), pelas ações de contato entre os sujeitos, pelas ações de respostas e compartilhamento das informações, pela atualização das interfaces, entre tantas outras situações inerentes à materialização sígnica, ainda que em intervalos de tempos não-lineares e conexões espaciais ubíquas.

Tais processos de materialização dependem, ainda, dos contextos midiáticos, temporais, tecnológicos em que estão inseridos. Ou seja, em cada circunstância em que experienciamos as relações nas mídias sociais, nos conectamos a uma nova rede de situações que incluem o espaço no qual estamos inseridos, as mensagens que participam daquele contexto, as possibilidades interativas e os dispositivos que realizam o processo de interfaceamento das informações e relações. Assim também o é toda sorte de buscas realizadas no interior dessas redes, associações criadas nas ações de marcar uma pessoa ou ao elencar um destaque através de uma

*hashtag*<sup>13</sup>, por exemplo. Como atores do universo da *web*, através das mídias sociais, entramos todos em contato com centenas, às vezes milhares de informações, diariamente. Um processo veloz de atualização que, através de recursos como a linha do tempo (que determina a circunstância), marca a aceleração da quantidade de informações a que temos que reagir. Toda informação em mídia digital, antes de ser publicada, curtida, compartilhada, *taguada* numa interface, é colocada em recorte, destaque, seleção circunstanciais.

Esse poder da atualização em determinado contexto carrega a força fenomenológica evidente da secundidade e aqui destacamos o segundo parâmetro de condição de análise das mídias sociais: a circunstância. Ou seja, para toda emergência, há uma circunstância devida em que os processos de materialização fenomenológica devem ocorrer para se movimentar.

<sup>12</sup> Tagueamento = neologismo para evidenciar a ação de etiquetar informações (*to tag*, do inglês). A noção de etiquetamento das informações nasce no mundo da *web* através das classificações de conteúdos dos *blogs* (hipermídias em que o próprio público produz e publica suas informações em um endereço e interface própria) e ganhou popularização com as *hashtags* (#) do Twitter, etiquetas que destacam o assunto e podem estabelecer métricas sobre quantos atores fizeram menção ao tema em um dado período de tempo.

<sup>13</sup> Palavras destacadas em alguns sites de redes sociais para que sejam *hiperlinks* e que possam ser indexadas pelos mecanismos de busca internos ou externos ao sistema da rede social em questão. O destaque dessas palavras é dado pelo uso do símbolo '#' antes do termo.

## Condição fenomenológica das redes sociais: movimento

Para que um fenômeno complete a sua evidência enquanto tal, é necessário que estabeleça alguma relação representativa com outro, ou seja, que entre em contato com um terceiro que o interprete. Esse processo de abertura às possíveis interpretações e representações fenomênicas é regido pela categoria da terceiridade. À terceiridade aliam-se as ideias de generalidade, representação, significação, propósito, mediação, infinitude, codificação, difusão, crescimento, regularidade, lei, etc. Para Peirce, “Em qualquer relação triádica, achar-se-á sempre um elemento mental. Ação bruta é segundidade<sup>14</sup>, mentalidade envolve terceiridade.” (Peirce, 1974, p. 122) O que é o envolvimento da faculdade mental senão a clara noção da continuidade de um dado conflito? Isso é terceiridade. Portanto, cabem à terceiridade, as decorrências da continuidade, mudança e crescimento. Tudo é vivo, tudo se transforma. A continuidade representa a terceiridade na perfeição.

Qualquer processo cai nessa categoria. (*Ibid.*, p. 98) Nesse sentido, é fato conclusivo que, quando recortamos um fenômeno para análise, extraímos um momento da sua continuidade. Se assim o fazemos, todo recorte é uma pausa na existência do fenômeno e nunca possibilitará a leitura completa do fenômeno já que este cresce, evolui. É através desse raciocínio que Peirce declara que a terceiridade é um *medium*, uma mediação. “Por terceiro entendo o *medium*, ou o vínculo ligando o primeiro absoluto e o último. O começo é primeiro, o fim segundo, o meio terceiro. O fio da vida é um terceiro, o destino que o corta, um segundo”. (*Ibid.*)

Essa mediação fica clara pelo fato de o fenômeno ter uma memória interna sobre aquilo que ele representa. Terceiridade é representação, continuidade, generalidade e abertura para interpretação. Numa rede social, qualquer comentário, “curtida”, “cutucada”, compartilhamento são caminhos que abrem portas para novas manifestações e são recheados de atitudes mentais deliberadas que se transformam em processos mediadores, que irão se transformar em novos processos, assim por diante. A todo instante aprendemos a lidar com novos recursos, novas linguagens, novos padrões. Essas são manifestações claras de um universo mutante, crescente, evolutivo que nos obriga a interagir em processos contínuos de readaptação. As possibilidades de movimentos propiciados pelas redes

<sup>14</sup> Na tradução de Armando Mora D'Oliveira e Sergio Pomerangblum dos *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, publicada pela Coleção Os Pensadores de 1974 (São Paulo: Abril Cultural), o termo utilizado pelos tradutores é Segundidade, muito embora o termo traduzido mais comumente adotado seja secundidade.

digitais da internet são aqui entendidas como o terceiro parâmetro de análise: o movimento. Assim o pontuamos para considerar a própria dinâmica sistêmica das mídias sociais. Uma dinâmica de redes que se estabelecem a cada emergência, a cada circunstância. Sobre o conceito de rede, Pierre Musso (*in* Parente, 2010) aponta que

Ela é, ao mesmo tempo, o vínculo de um elemento com um todo, o vínculo entre diversos estados de um todo e o vínculo da estrutura de um todo com o funcionamento de um outro. Graças à rede, tudo é vínculo, transição e passagem, a ponto de confundirem-se os níveis que ela conecta: que se trate da interação entre elementos, da engendração de uma estrutura por uma outra ou ainda do funcionamento de um sistema complexo. (p. 33)

A partir da passagem acima, é possível notar uma saudável convergência conceitual entre a proposta que é feita neste artigo e as ideias do autor. Ao apontar o “vínculo com um elemento com um todo, parece-nos plausível a aproximação com o processo de **emergência** dos signos na rede. Ao tratar do “vínculo entre diversos estados de um todo” é possível considerar a condição de **circunstância** da rede. Já quando o autor faz menção ao “vínculo da estrutura de um todo com o funcionamento

de um outro”, subentende-se a ideia de **movimento** da própria rede. Fazemos parte do próprio meio e, portanto, transmutamos toda sorte de informações, intensões e processos de representação, deixando o campo interpretativo completamente escancarado para as próximas e/ou simultâneas relações comunicacionais. Esse contexto é a própria característica motriz da formação *sígnica* da *web* pelas mídias sociais. Os interpretadores das informações (público) saem do papel de audiência, de espectador para assumir o papel de ator, de referência. Uma referência polifônica que projeta os limites da *web* (através das mídias sociais) para caminhos cujos horizontes ainda nos parecem nublados.

Reside em questões como a acima colocada, o caráter fundamental do movimento das mídias sociais que vem representando boa parte das redefinições da *web* e do comportamento dos próprios internautas com a rede da internet. Essa é a marca, a presença clara e manifesta da terceiridade, fenomenologicamente pontuando. Um sistema que se abre evolutivamente para um contexto dinâmico sem muita previsibilidade.

Parece-nos, portanto, apropriado que o entendimento fenomenológico das redes sociais digitais da internet considere essas três condições (que são parâmetros para análises): **emergência**, **circunstância** e **movimento**.

## A complexidade da web: ambientes sógnicos e sistêmicos

Para Peirce o mundo está repleto de signos que presentificam desde qualidades de sentimentos ainda nem percebidas às mais gigantescas edificações da construção civil. Tudo é signo. Os signos representam um objeto dentro de uma cadeia – a semiose – de transformação ininterrupta de um signo em outro signo. No entanto, é preciso lembrar que os signos não se apresentam de maneira isolada, mas contrapostos a outros signos em determinadas composições. Essas composições não são aleatórias, exigem certo grau de concordância entre os elementos sógnicos e, para que os signos sejam parte de uma dada composição, é necessário que estejam relacionados, de alguma forma, àquele conjunto.

A necessidade de estudo da composição sógnica e suas relações com outros signos, sejam internos ou externos ao seu conjunto, leva-nos a entender essas composições como sistemas de trocas. Partindo desse pressuposto, torna-se lúcida a aproximação com a Teoria Geral de Sistemas (T.G.S.), que privilegia, justamente, o estudo das relações entre os elementos de uma composição. Relações essas, dadas pelo compartilhamento de propriedades que, no curso do tempo tendem a evoluir (modificar-se),

conforme mudanças decorrentes das relações internas e do contato com o ambiente no qual o sistema está imerso. É exatamente esse movimento que caracteriza aquilo que podemos considerar dentro da T.G.S. como evolução sistêmica. Ou seja, tratamos os sistemas como vivos, não estacionados, modificáveis, evolutivos.

É importante destacar que encaramos as mídias sociais como um sistema dinâmico, imerso em um ambiente que favorece modificações ininterruptas de suas propriedades, dada a capacidade que esse sistema tem de se transformar (movimentar) no tempo. O ambiente (no caso a *web*) – que pode ser considerado outro sistema mais abrangente no qual os sistemas mídias sociais estão imersos, aglutina diversos outros sistemas que, no curso do tempo, vão favorecer sua evolução.

A escolha pela abordagem sistêmica revela-se fundamental, pois, a partir dela, acessamos um conjunto teórico eficiente ao estudo das relações entre os elementos integrados de um sistema específico, bem como a dinâmica evolutiva de contato com as propriedades de seu ambiente invólucro. Assim, encontramos fundamento conceitual para investigar a complexidade existente nas relações entre os elementos que se conectam fora de seu sistema, provocando substanciais alterações evolutivas no interior desses processos de comunicação interpessoal que se manifestam pelas infovias da *web*.

É encarando tal complexidade que se verifica a importância de começarmos a traçar as particularidades sógnicas dos sistemas de mídias sociais, de um lado, e os efeitos imersivos do todo sistêmico (o sistema e seus ambientes), de outro. Nesse sentido, encontramos em Edgard Morin (2012) lucidez para enfrentar nosso caminho metodológico

Não podemos mais considerar um sistema complexo segundo alternativa do reducionismo (que quer compreender o todo partindo só das qualidades das partes) ou do 'holismo', que é menos simplificador e que negligencia as partes para compreender o todo. Pascal já dizia: 'Só posso compreender um todo se conheço, especificamente, as partes, mas só posso compreender as partes se conhecer o todo.' Isso significa que abandonamos um tipo de explicação linear por um tipo de explicação em movimento, circular, onde vamos das partes para o todo, do todo para as partes, para tentar compreender um fenômeno. (MORIN, 2010, p. 182)

Consideramos que uma plataforma de mídia social – tomemos o Facebook como exemplo para seguir as explicações – é uma formação sistêmica dinâmica por envolver entre tantas outras características, as

possibilidades de materialização e desenvolvimento de informações através do sistema digital, ser acessada de maneira interfaceada por diversos tipos de suportes (computadores *desktop*<sup>15</sup>, *laptops*<sup>16</sup>, televisores *smartphones*<sup>17</sup>, *tablets*<sup>18</sup>, entre outros equipamentos que possuem conexão à internet), ser visualizada tanto por *browsers*<sup>19</sup> quanto por aplicativos específicos, servir de ponto de redistribuição de informações dos mais variados formatos e linguagens (videográficas, fotográficas, textuais, musicais, etc.), servir como ponto de reunião e encontro de conexão de perfis<sup>20</sup>, grupos, páginas, ter o seu corpo constante e ininterruptamente modificado pelas publicações de seus atores e toda a sorte de possibilidades derivadas da convergência dessas e de tantas outras características.

Observamos esse tipo de produção como um arcabouço de complexas relações sógnicas em suas particulares **circunstâncias** que, se encaradas sob o ponto

.....  
<sup>15</sup> Computadores de mesa.

<sup>16</sup> Computadores portáteis.

<sup>17</sup> Dispositivos móveis multifarefas que incluem, necessariamente, o serviço de telefonia e acesso à internet.

<sup>18</sup> Suporte digital interativo móvel capaz de processar e servir de interface para execução de tarefas simples tradicionalmente realizadas pelos microcomputadores pessoais.

<sup>19</sup> Navegadores da internet. *Softwares que traduzem a linguagem*.

<sup>20</sup> Assim, por exemplo, pessoas estabelecem proximidade de links e nós entre seus interesses na web.

de vista sistêmico, podem ser estudadas de maneira mais lúcida e integrada. Para iniciar esse entendimento é importante colocar que tratamos de considerar que o estudo sistêmico é uma das formas de se acessar a realidade, sendo que seus sistemas são, por excelência, abertos. Ou seja, trocam informações, evoluem se **movimentam** no seu curso semiótico.

Admitiremos assim que a realidade é formada por sistemas abertos, tal que a conectividade entre seus subsistemas, com o conseqüente transporte de informação, gera a condição em que cada subsistema é mediado ou vem a mediar outros, comportando-se como signo, de acordo com a proposta de Peirce. Dessa forma, temos a possibilidade de conciliar a visão sistêmica com a semiótica peirceana, o que nos parece uma dilatação ontológica fértil para o estudo da complexidade. (Vieira, 2008, p. 29)

Com grande cuidado, Vieira (2006, 2007 e 2008) esclarece os princípios mais gerais da T.G.S. e, a partir de duas definições complementares, estabelece como um sistema deve ser compreendido. De um lado, revisitando os estudos do russo, Avaniir Uyemov (1975), destaca a importância de se considerar as propriedades das relações estabelecidas entre os elementos de um sistema.

Segundo Santaella & Vieira (2008) é importante que se destaque o valor que Uyemov atribui à **emergência** (capacidade de o sistema adquirir novas propriedades a serem partilhadas) e partilha das propriedades, uma vez que elas favorecem a evolução sistêmica. Assim, a emergência de uma nova propriedade no conjunto de relações ocorridas (circunstância) tende transformar o sistema, já que “a transição de um agregado de elementos ou mesmo de sistemas para um sistema de nível mais alto é obtida a partir da emergência de propriedades que desaparecem se o novo sistema for decomposto (...)” (Santaella & Vieira, 2008, p. 31)

Além disso, as propriedades favorecem de tal modo as relações entre os signos compositores do sistema que a simples soma dos elementos será sempre menor que o todo sistêmico. Nesse contexto, torna-se relevante trazeremos ao diálogo, um dos principais expoentes dessa teoria, o biólogo Ludwig von Bertalanffy (1975), cujas palavras expressam a necessidade se considerar a dinâmica das relações das partes que compõem um sistema na relação com seu todo.

É necessário estudar não somente partes e processos isoladamente, mas também resolver os decisivos problemas encontrados na organização e na ordem que os unifica, resultante da interação dinâmica

das partes, tornando o comportamento das partes diferente quando estudado isoladamente e quando tratado no todo. (Bertalanffy, 1975, p.53)

Significa, portanto, dizer que um sistema não é simplesmente um conjunto de partes isoladas, mas de signos interconectados em determinados contextos históricos, suas circunstâncias, de tal forma que, havendo dissociação interna dos elementos, parte do sistema é perdida em sua evolução<sup>21</sup>.

No entanto, Vieira (2008) destaca que a definição de sistema de Uyemov, apesar de esclarecer o movimento interno dos signos que compõem um sistema, não faz menção ao ambiente no qual um sistema emerge, possibilitando trocas com signos externos. Para ocupar essa lacuna, vamos ao encontro dos estudos e delineações conceituais propostas pelo físico e filósofo argentino, Mario Bunge (1999).

A mais simples análise dos conceitos de sistema envolve conceitos de composição (C), ambiente (A), estrutura (E) e mecanismo (M). A *composição* de um sistema é a coleção de suas partes. O *ambiente* de um sistema é a coleção de signos que agem sobre os

componentes do sistema ou são objeto da sua ação. A *estrutura* de um sistema é a coleção de relações (em particular laço ou elos) entre os componentes do sistema, bem como entre estes e os itens ambientais. Os primeiros podem ser chamados de *endoestrutura* e os últimos de *exoestrutura* do sistema. Assim, a *estrutura total* de um sistema é a união desses dois conjuntos de relações. [...] Finalmente, o *mecanismo* de um sistema é formado pelos processos internos que o fazem funcionar, isto é, mudar em alguns aspectos enquanto o conservam em outros. (Bunge, 1999, p. 359)

Dentro dessas definições, o autor propõe a notação em que considera **S** um sistema, da seguinte maneira:

$$\mathbf{S} = \langle \mathbf{C}(\mathbf{s}), \mathbf{A}(\mathbf{s}), \mathbf{E}(\mathbf{s}), \mathbf{M}(\mathbf{s}) \rangle$$

Ou seja, o sistema **S** é dado pela quádrupla ordenada entre: os elementos que compõem **S**, do ambiente que age em **S**, das relações entre os componentes internos e externos de **S** e do mecanismo interno de **S**. Somando a isso, o fato óbvio de que esses elementos não são estáveis e que no curso do tempo, qualquer um, mais de um ou todos os elementos devem se alterar, provocando movimento (mudança) no sistema.

<sup>21</sup> Para mais, ver Bunge (1979), Vieira (2008), Mariotti (2005).

Como é possível notar, a definição de sistemas de Mario Bunge infere sobre a existência de um sistema maior, seu ambiente, envolvendo o sistema em destaque e para onde o sistema tende a evoluir. Nesse sentido, é viável considerar como sistema, um agregado de signos inter-relacionados que partilham determinadas propriedades, de modo particular, e se conectam mediatamente com signos do seu ambiente invólucro. Dado que o ambiente tende a sofrer mutações em função da maior variedade de seus elementos internos, e de suas outras conexões com sistemas ainda maiores, o sistema analisado tenderá a evoluir, adquirindo propriedades do seu ambiente. Nesse sentido, Vieira coloca que

A realidade é formada por sistemas de coisas mutáveis no tempo, em taxas de mudanças variáveis, e que essas mudanças produzem perturbações nos ambientes que envolvem essas coisas/sistemas, o que acarreta processos. Essas coisas, quando nosso intelecto consegue operar sobre elas, em algum nível, são chamadas objetos. Esses objetos podem ser os que se encontram em nossa cabeça (objetos lógicos, matemáticos, sentimentos, emoções, etc.) ou podem ser objetos que existem lá fora, independentes de nós. (Vieira, 2007, p. 22)

Esse **movimento**, que é próprio dos sistemas abertos (ou dinâmicos), pressupõe a evolução sistêmica e ao estabelecermos aproximações conceituais com a Semiótica Peirceana, encontramos no conceito de semiose<sup>22</sup>, grande afinidade teórica. A semiose, em resumo, implica na evolução processual e infinita do signo relacionando-se com outros signos que estão próximos a ele e, a partir daí, ganhando novas características para tornar-se um novo signo que estará sujeito a todo esse processo de forma mutante, infinita e ininterrupta.

Dessa maneira, é possível apontar que a organização de uma composição e o modo como o processo de interpretação sgnica ocorre, pode ser compreendida de um modo sistêmico-fenomenológico. Assumimos, portanto, o caráter sistêmico, aberto e evolutivo das mídias sociais e os reflexos e contaminações de seus ambientes externos em seus aspectos fenomenológicos.

Nesse contexto, pode-se inferir que as mídias sociais, representadas por uma dada interface de rede social digital na *web* (como Facebook), podem ser consideradas como um conjunto sistêmico (a rede interfaceada) cujas propriedades são partilhadas com elementos internos (os perfis, as *timelines*, os grupos, por exemplo) e externos

.....  
<sup>22</sup> A Semiótica Peirceana considera que os signos estão em contínuo processo de transformação de um signo em outro. Nada é estanque, tudo é processo. No item anterior, alertamos para o conceito de *continuum*, que, por sua vez, fundamenta o de semiose.

ao sistema (como os *posts* oriundos de outras *urls*, os internautas, as empresas que patrocinam publicidades, as outras redes que se integram à primeira - como o Youtube<sup>23</sup>, por exemplo -, que fazem parte de um ambiente (como a internet, a *web*, o conjunto de internautas inscritos na rede), que têm como mecanismo a sua linguagem (digital interativa interfaceadora de informações estabelecidas por signos oriundos de imagens, textos e sonoridades) e evolui (abre-se a processos semiósicos), assumindo modificações em todos os seus elementos (conjunto, ambiente, estrutura e mecanismo) na medida em que as trocas (e **movimentos**) vão sendo impulsionadas pelas **emergências** em suas devidas **circunstâncias**. Ou seja, toda e qualquer transformação em qualquer um desses elementos deverá provocar substanciais transformações nos elementos conectados a esse sistema, especialmente se lembrarmos que parte desses elementos é, justamente, o ser humano e toda sua complexidade sistêmica social.

Trazendo para nossas reflexões um debate mais aplicado, encontramos nas palavras de Pisane & Piotet (2010) respaldo para nossas inquietações quando

apontam as transformações da *web* em função da participação social midiática

As ferramentas de criação de blogs, de compartilhamento de fotos, de mensagens instantâneas, de telefonia levam um número espantosamente elevado de usuários a se tornar web atores, porque são mais simples, mais acessíveis, mais claras. Conectados em rede, permitem criar ligações, estabelecer relações quer entre dados, quer entre pessoas, ou entre pessoas e dados. A dimensão social da web encontrou-se, assim, acelerada pelo forte aumento do número de usuários e de ferramentas à disposição deles. Maior número de web atores, mais relações são estabelecidas, mais o sistema é rico e funciona melhor. (Pisani & Piotet, 2010, p.24)

Pela descrição dos autores, nota-se uma clara movimentação sistêmica (entre sistemas) no contexto das trocas simbólicas e evoluções propiciadas pelas mídias sociais. Assim, evidencia-se a complexidade e necessidade de um alcance fenomenológico para entendimento das mídias sociais como subsistema do nosso sistema social que, além de mediar grande parte das relações é capaz de provocar mudanças não apenas nas conexões estabelecidas, mas nas próprias propriedades

<sup>23</sup> Rede social digital interativa que tem como princípio o serviço de postagem e compartilhamento de vídeos por parte dos internautas. Esta ferramenta, por sua vez, é integrada ao Facebook. Assim, ao inserirmos um *link* de alguma publicação videográfica do *fica* do Youtube, na linha do tempo do Facebook, essa peça (vídeo) é exibida, sem a necessidade de migração de interface.

dos elementos, ou seja, no próprio ser humano e sua capacidade cognitiva.

## A dinâmica sistêmica dos signos em mutação: rede, links, nós e atores da web

Para tratar fenomenologicamente do tema das mídias sociais é de suma importância que sejam elencadas considerações do que é esse grande ambiente envoltório – a *web* – que tantas trocas propicia com seus agentes. A leitura que realizamos está centrada nas possibilidades de trocas viabilizadas pela *internet*<sup>24</sup> e seu sistema de protocolos, a WWW<sup>25</sup>. Um sistema totalmente aberto

em suas perspectivas de ampliação da quantidade de nós<sup>26</sup>, do número de sujeitos interatores (*web* atores) que registram suas marcas simbólicas, construindo uma babel de representações e interesses. A busca por esse entendimento é essencial para enfrentarmos a articulação de como os *web* atores (os internautas) se integram nas mídias sociais, vivenciam e experienciam essas novas linguagens e se presentificam enquanto parte operante de uma rede social que reinventa o *modus operandi* da própria sociedade. Defendendo uma filosofia da rede, Pierre Musso (2010) coloca que

A rede aponta o porvir aqui embaixo, o futuro da sociedade envolta numa rede em cujas malhas já caímos: ela se tornou uma espécie de templo da religião comunicacional mundial. (...) A rede é um veículo que nos transmuda em ‘passantes’, sempre mergulhados nos fluxos (de informações, de imagens, de sons, dados). (Musso *in* Parente, 2012, p. 36-37)

Os fluxos informacionais possibilitados pela *web*, apontados por Musso, mais do que caminhos, revelam-

<sup>26</sup> Os nós são entendidos como os pontos interfaceados da W.W.W. Constituem esses nós, os sites, subredes, perfis, *blogs*, ferramentas de mensagem instantânea e todo e qualquer tipo de ferramenta que possa ser acessada por uma interface e que pressuponha algum nível de interatividade (*linkagem*).

<sup>24</sup> A internet é a grande rede (in)fovia do ciberespaço, que abriga subredes e sistemas de intercomunicação, como aqueles que possibilitam as trocas de mensagens instantâneas (MSN, Skype, Yahoo! Messenger, Google Talk), e-mails, sistemas de armazenamento *online* de arquivos, entre outras formas.

<sup>25</sup> World Wide Web (rede de alcance mundial). Rede de protocolos que possibilita a visualização de dados por *browsers* (ou navegadores como o Internet Explorer, FireFox, Safari, Chrome ) que decodificam a informação digital, traduzindo-a (intersemioticamente) em textos, imagens, sons e movimentos. A WWW é a rede mais utilizada da *internet*, no que diz respeito à atualização imediata da informação digital em forma de *sites*, *blogs*, *fojoblogs*, vídeos, e todo tipo de interface de apresentação visual das informações e seus *hiperlinks*. No entanto, há a iminente formação de várias subredes na internet, como é o caso, por exemplo, das redes sociais que se estabelecem através das mídias sociais.

se como processos imersivos mutantes, na medida em que tais fluxos são dados pelas relações interativas e seus acessos a outras novas e imediatas relações interativas.

Cada interface aqui tratada é mais um nó de uma tessitura que se cria e recria a cada momento, na ânsia de representar um objeto interfaceado digitalmente e acessível interativamente. Nessa perspectiva, Albert-Lszló Barabási (2009) oferece um importantíssimo estudo ao que denomina, “Ciência das Redes”. Para defender essa teoria, faz um apanhado sobre estudos científicos que contribuem para entendermos as conexões e trocas que as estruturas de rede estabelecem, trazendo importantes reflexões sobre a cultura digital hipermidiática da internet. Ao tratar dos *links* e nós, ele retoma a teoria dos grafos, apontando que os nós são os pontos de interconexão (no caso, as interfaces) e os *links* os caminhos dessas interconecções.

Sob um espectro geral, as interfaces são atualizações (traduções) das informações digitais exibidas na tela que fazem a mediação entre o conjunto de dados digitais e os sentidos humanos, através da materialização visual (ou sonora) de uma mensagem cognoscível. Ou seja, representam parte da circunstância dessas experiências inter-relacionais.

## Considerações finais

O surgimento de novos recursos interativos, técnicas, linguagens de programação, interfaces, *softwares*, suportes, *hardwares* e componentes de informática pressionam as produções interfaceadas a estarem sempre preparadas para serem fruídas e suportadas pelos recursos mais recentes ou mais propícios às mediações sígnicas com seu público. Se pensarmos, por exemplo, na interface do Facebook, notamos que recorrentemente sua estrutura é alterada, demarcando novos paradigmas e formatos para os processos interacionais e cognitivos. Nos anos de 2012 e 2013 assistimos às mudanças no acesso às informações pessoais, mudança de acesso aos aplicativos que se integram à rede, alteração da apresentação do perfil com fotos de capa, adaptação de formatos para a rede ser visualizada em dispositivos móveis, mudança nas notificações globais dos “amigos”, mudança na estruturação da *timeline* passando a demarcar historicamente as ações e se comportar como um *feed*<sup>27</sup> de notícias, mudança na apresentação das imagens fotográficas, aumento considerável dos espaços publicitários entre tantas outras.

.....  
<sup>27</sup> Coleção de manchetes de notícias associadas.

Uma rápida busca em um mecanismo é capaz de apontar milhares de manchetes de portais e *blogs* fazendo referências a essas alterações. Tais modificações estruturais podem ser entendidas como capacidade de adaptação das hipermídias às novas demandas (**circunstâncias**) e ao poder que elas têm de ditar tendências (provocar **emergências**) nos processos comunicacionais interativos com a ininterrupta evolução sistêmica (**movimento**) de aquisição de novas propriedades.

A evidência clara da manifestação dessa dinâmica de troca sistêmica com seus ambientes, resultando na consequente alteração de sua composição, estrutura e mecanismo – conforme análise sistêmica de Bunge (1999) – configura-se, provavelmente, como o mais contundente motivo pelo qual a rede Facebook venha se mantendo, ainda, como referência em mídias sociais. Ou seja, parece-nos plausível afirmar que o fato de o sistema (midiático social interativo) Facebook abrir sua interface e seu mecanismo interativo para constantes mudanças, favorece a adaptação dessa mídia social às próprias modificações estruturais sistêmicas da *web*, enquanto rede tecnológica que propicia e faz emergir tantas relações. Assim, esse processo dialógico de evolução sistêmica e adaptação na relação com seu ambiente, pode provocar uma permanência maior de usufruto social, conquanto seus atores encontrem ali uma interface que possibilite

a representação de seus interesses e contato com seus nichos sociais.

Do ponto de vista sistêmico, as mídias sociais caracterizam-se por exibir em seu caráter dinâmico, a baixa previsibilidade e o alto índice de propriedades emergentes, fazendo com que significamente sua composição esteja em constante reformulação. Encaramos as mídias sociais mais do que simples repositórios mediadores de conteúdos (informações) veiculados no meio da *internet*. Defendemos a ideia de que as mídias sociais não têm natureza estanque e definitiva, são do próprio ponto de vista, processos midiáticos, uma vez que suas definições mais palpáveis estão em constante mutação e transformação e que grande parte dessas movimentações decorrem da interação, usufruto e provocação de emergências dos próprios atores e pelo fato de a tecnologia (enquanto sistema mais aberto / ambiente) estar sempre provocando novos processos e circunstância para dar mais movimento às dinâmicas evolutivas.

O que se tem a impressão é de que ao entrar no mundo labiríntico das mídias sociais, nos deparamos com tantas portas e possibilidades que será necessário uma infinidade de chaves e descobertas de segredos para continuarmos a seguir. Nesse sentido, notamos que a

nossa sociedade – fazendo referência às culturas que têm acesso à internet – está aceleradamente passando por processos de redefinição em sua organização social. Isso se verifica na forma como as pessoas estão interagindo e gerando interpretantes das informações a que têm contato. Novos grupos se formam, novas linguagens de conversação se estabelecem e novas manifestações de apoio ou repúdio das relações e das informações tornam-se públicas.

Raquel Recuero (2012), aponta ao tratar sobre a conversação em rede que

A cada dia, pessoas de todo o mundo conectam-se à internet e engajam-se em interações com outras pessoas. Através dessas interações, cada uma dessas pessoas é exposta a novas ideias, diferentes pontos de vistas e novas informações. Com o advento dos sites de redes sociais, essas conversações online passaram a criar novos impactos, espalhando-se pelas conexões estabelecidas nessas ferramentas e, através

delas, sendo amplificadas para outros grupos. São centenas, milhares novas formas de trocas sociais que constroem conversações públicas, coletivas, síncronas e assíncronas, que permeiam grupos e sistemas diferentes, migram, espalham-se e semeiam novos comportamentos. (Recuero, 2012, p.121)

Assim como Recuero (2012), acreditamos nesses novos comportamentos. Passamos, após esses estudos a entender que se trata, sobretudo, de um novo paradigma social. Com especial destaque, deixamos registrada a preocupação em identificarmos como o ser humano está absorvendo essas avalanches de informações e relações sociais diárias, muitas vezes superficiais. Ou seja, como nós (complexas propriedades) tendemos a lidar com o conjunto das outras propriedades sistêmicas e de que forma a adaptação ao ambiente interfere nos processos cognitivos e relações interpessoais? Uma questão que ainda merecerá centenas de páginas, muita observação e cuidado para ser cercada.

## Referências

- CP é a notação usual para fazer referência à obra *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* editada por HARTSHORNE, Charles; WEISS, Paul & BURKS, Arthur. Eletronic Edition. Vols. I-VI. Hartshorne, C. & Wiss, P. (ed). Cambridge: Harvard University, 1931-1935 & Vols. VII-VIII. Burks, A. W. (ed). Cambridge: Harvard University, 1958.
- ALMEIDA, Cândida. **Midias sociais: processos semióticos e sistêmicos**. Intercom, 2013. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1298-1.pdf>> Acesso em: 20 fevereiro de 2014.
- \_\_\_\_\_. **Web design: guia de produção e análise**. Tese de Doutorado. 249 págs. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, São Paulo. 2009.
- \_\_\_\_\_. Poéticas da recomposição: arte, rede e cognição. In **Estéticas Tecnológicas: novos modos de sentir**. Lucia Santaella & Priscila Arantes (org.) p.199-203. São Paulo: Educ, 2008.
- ALZAMORA, Geane. Fluxos de informação no ciberespaço – conexões emergentes. In **Revista Galáxia. São Paulo, nº13, p.75-88, 2007**
- BARABÁSI, Albert-László. **Linked (conectado): a nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.
- BASTOS, Marcus. **Ex-crever? Literatura, linguagem, tecnologia**. 143f. Tese (doutorado em Comunicação e Semiótica) Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, PUC-SP, São Paulo, 2005.
- BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria Geral dos Sistemas**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1975.
- BUNGE, Mario. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Ciência e desenvolvimento**. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1980.
- \_\_\_\_\_. **La investigacion científica**. Barcelona: Editora Ariel, 1976
- \_\_\_\_\_. **Treatise on basic philosophy** – vol. 4 Dordrecht: D. Reidel Publ.Co., 1979.
- \_\_\_\_\_. **The myth of simplicity**. Englewood Clifts: Prentice-Hall, 1963.
- IBRI, Ivo Assad. **Kósmos Noëtós: a arquitetura metafísica de Charles S. Peirce**. São Paulo: Perspectiva: Hólon, 1992.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LEVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

\_\_\_\_\_. **Tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. *In* **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre, Sulina, 2010.

PARENTE, André. (org.) **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

\_\_\_\_\_. **The collected papers of Charles Sanders Peirce**. Eletronic Edition Vols. I-VI. Hartshorne, C. & Weiss, P. (ed). Cambridge: Harvard University (1931-1935), 1994.

\_\_\_\_\_. **The collected papers of Charles Sanders Peirce**. Eletronic Edition Vols. VII-VIII. Burks, A. W. (ed). Cambridge: Harvard University (1958), 1994.

\_\_\_\_\_. **Os pensadores, vol. XXVI**. São Paulo: Abril, 1974.

PISANI, Francis & PIOTET, Dominique. **Como a web transforma o mundo: alquimia das multidões**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

QUEIROZ *et al.* (orgs.) **Computação, cognição, semiose**. Salvador: EDUFBA, 2007.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_. **O método anticartesiano de C.S. Peirce**. São Paulo: UNESP, 2004.

\_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas.** São Paulo: Pioneira, 2000.

\_\_\_\_\_. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal.** São Paulo: Iluminuras, 2001.

\_\_\_\_\_. **Semiose e Autogeração. A teoria geral dos signos.** São Paulo: Ática, 1995.

\_\_\_\_\_. **Estética de Platão à Peirce.** São Paulo: Experimento, 1994.

\_\_\_\_\_. **Assinatura das coisas: Peirce e a Literatura.** Rio de Janeiro: Imago, 1992.

SANTAELLA Lucia & VIEIRA, Jorge A. **Metaciência – Uma Proposta Semiótica e Sistêmica.** São Paulo: Mérito, 2008

UEXKULL, Jakob Johann von. **A Stroll through the worlds of animals and men: a picture book of invisible worlds.** Semiotica (Special Issue). 89 (4). Berlim, 1992.

UYEMOV, Avani. Problem of Direction Time and The Laws of System's development. *In: Entropy and Information in Science and Philosophy.* Praga: Elsevier Sc Publ. Co., 1975.

VIEIRA, Jorge Albuquerque. **Ontologia. Formas de conhecimento - arte e ciência: uma visão a partir da complexidade.** Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2008.

\_\_\_\_\_. **Ciência. Formas de conhecimento - arte e ciência: uma visão a partir da complexidade.** Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2007

\_\_\_\_\_. **Teoria do Conhecimento e Arte. Formas de conhecimento - arte e ciência: uma visão a partir da complexidade.** Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2006.

# A dinâmica associativa das mídias sociais: semiose e convergência



**geane alzamora**

UFMG

Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG, pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias (CNPq/UFMG). Trabalho desenvolvido com apoio do CNPq e da Fapemig.

contato: [geanealzamora@ufmg.br](mailto:geanealzamora@ufmg.br)

**joana ziller**

UFMG

Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG, pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias (CNPq/UFMG). Trabalho desenvolvido com apoio do CNPq e da PRPq-UFMG.

contato: [joana.ziller@gmail.com](mailto:joana.ziller@gmail.com)

## RESUMO

A partir de uma percepção de que a noção de mídia social é frequentemente adotada sem questionamento de seu significado, o artigo discute os termos mídia e social para entender os conceitos e seus desdobramentos. Para tal, se volta à semiose peirceana, especialmente às ideias de representação, determinação e mediação; à discussão foucaultiana de dispositivo; e à sociologia das associações proposta por Latour (2012), que baseia o desenho teórico do termo social, partindo das acepções de mediador e associação. Com base em tais discussões, analisa brevemente sua relação com a noção de convergência (JENKINS, 2008), especialmente no que tange à ideia de associação, para entender ligações entre as mídias tradicionais, como a TV e os jornais, e as mídias sociais. Por fim, tendo como eixo a acepção de associação, aproxima as noções de mediação em ambientes comunicacionais tanto ao sentido peirceano de semiose, quanto à noção de social em Latour, buscando possibilidades de complementariedade, muito mais do que oposições.

## PALAVRAS-CHAVE

Mídia social. Sociologia das associações.  
Teoria Ator-Rede. Semiose. Peirce

## ABSTRACT

From realization that the notion of social media is often adopted without question about its significance, the article part of the discussion about the media and the social to understand the concepts and its implications. To this end, returns to: a) between traditional media, like peircean semeiosis, especially TV and newspapers, and social media. Finally, having as axis the determination and mediation; b) discussion about device in Foucault's philosophy; c) and the sociology of both the peircean sense of associations proposed by Latour (2012), which is based on the theoretical design of the social term, starting from the meanings of mediator and association. Based on such discussions, briefly analyzes their relationship with the notion of convergence (JENKINS, 2008), especially with regard to the idea of association, to understand links between traditional media, like TV and newspapers, and social media. Finally, having as axis the meaning of association, brings the concept of mediation, in communicative environment, both the peircean sense of semeiosis, on the de Latour, seeking possibilities for complementarity, much than the social term, starting from opposition.

## KEYWORDS

Social media. Sociology of associations.  
Actor-Network-Theory. Semeiosis. Peirce



## Introdução

Boa parte das discussões sociocomunicacionais sobre mídias sociais se desenvolve sem questionar o significado do termo, como se houvesse consenso em torno dele. Entretanto, nem o conceito de mídia nem o de social estão pacificados na literatura da área – de fato, ambos são muito pouco discutidos. Entender o que são mídias sociais é fazer uma escolha teórica que implica na maneira de olhar para elas e, assim, de analisá-las.

Nossas escolhas para abordar o conceito de mídia têm base na semiótica peirceana, especialmente no que tange às ideias de determinação, representação e mediação. A partir delas é que investigamos a relação das mídias tradicionais com as mídias sociais, seus usuários e associações.

As associações, aliás, são o ponto de partida para nosso olhar sobre o social. Com base no trabalho de Latour (2012), optamos pela

concepção de social determinada pela sociologia das associações e adotada pela Teoria Ator-Rede (TAR). E, ainda que Latour, ao se aproximar da semiótica, o faça com base na obra de Greimas, a opção pela semiótica peirceana contribui para a análise das possibilidades de mediação e associação que, de suma importância na TAR de Latour, são também amplamente exploradas por Peirce.

A partir de tais abordagens sobre mídias sociais é que estabelecemos uma breve discussão sobre convergência em que as associações entre usuários, meios, linguagens, protocolos e interfaces são o cerne tanto na análise das mídias tradicionais, quanto das sociais – e, é importante dizer, dificilmente haverá, o descolamento entre elas.

## Sobre a noção de mídia nas mídias sociais

Caracterizar a mídia hoje não é tarefa fácil, muito menos consensual. Do ponto de vista empírico, a maior parte dos dispositivos tecnológicos cumprem hoje funções midiáticas, como produção, circulação e recepção de informações que podem ou não ser difundidas em larga escala, por meio de uso variado de linguagens em conexões digitais. Torna-se, assim, cada vez mais complicado traçar especificidades midiáticas em cenário de convergência multimidiática. Do ponto de vista conceitual, o desafio é encontrar parâmetros teóricos e metodológicos que sejam suficientes para refinar nossa compreensão acerca da questão, uma vez que as referências teórico-metodológicas situam-se no âmbito da comunicação de massa, na qual o conceito de mídia consagrou-se.

Naquele cenário, entendia-se que rádio, jornal, televisão e revista, por exemplo, eram meios de comunicação de massa, *medium* ou *media*, no plural. Essa perspectiva, que de certo modo ainda permeia os estudos contemporâneos, aproximava a noção de mídia de canal ou suporte. Para Verón (2011) um meio de comunicação é um suporte inscrito em modelos sociais, utilizado conforme certas modalidades de produção, circulação e recepção. Ele acredita que o fenômeno midiático

relaciona-se aos suportes técnicos de comunicação, considerando sua persistência e autonomia.

Santaella e Nöth (2004), por sua vez, enfatizam que a ideia de canal como “meio físico ou técnico de transmissão, através dos quais os sinais se movem a partir de um transmissor em direção a um receptor” (SHANNON; WEAVER, 1949, p.7, citados por SANTAELLA; NÖTH, 2004, p.56) vem se desdobrando até abordagens mais recentes, voltadas para “aquilo que realmente importa: a enorme complexidade do funcionamento semiótico e sociocultural das mídias” (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p. 58). Para além da dimensão física do canal, importa compreender o que lhe confere estatuto midiático, ou seja, a função sógnica mediadora, conforme os autores. “Ora, veículos em si não cumprem funções mediadoras. Essas funções são desempenhadas pelos fluxos de signos que neles circulam” (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p.203).

A questão se complexifica na contemporaneidade. Um imã de geladeira conectado à internet, de modo a permitir que por seu intermédio o consumidor faça um pedido em determinada pizzaria<sup>1</sup>, pode ser considerado

.....  
<sup>1</sup> Clientes da *Red Tomato Pizza*, de Dubai, cadastram o sabor de pizza preferencial no site da empresa e, por meio de conexão Bluetooth entre celular e imã de geladeira, o cliente faz o pedido. <http://gizmodo.uol.com.br/genial-peca-sua-pizza-direto-pelo-ima-de-geladeira/>. Acesso: 16.Dez.2014.

mídia? E cabides conectados ao Facebook, que contabilizem *likes* nas roupas que neles estão penduradas em uma loja<sup>2</sup>, são mídia? Pergunta semelhante pode ser dirigida aos óculos da Google<sup>3</sup> ou ao relógio da Apple<sup>4</sup>.

Os exemplos parecem demonstrar que o acesso à internet, ambiente sociocomunicacional que permeia variados dispositivos tecnológicos, torna-se parâmetro para caracterizar um dispositivo tecnológico como midiático. Entretanto, o acesso à internet não é condição *sine qua non* para definir a mídia, uma vez que rádio, televisão ou jornal são ambientes midiáticos, independente do acesso à internet. Mas, em cenário de convergência e conexão tão ampliadas, como se verifica hoje, dificilmente um desses meios não apresenta também uma vertente de conexão à internet, seja por

meio do próprio dispositivo tecnológico<sup>5</sup>, seja por meio de suas extensões na internet, como sites e páginas em redes sociais<sup>6</sup>.

Propomos, assim, compreender a mídia como dispositivo tecnológico de comunicação pelo seu viés de mediação simbólica, discursiva e institucional<sup>7</sup> em perspectiva de convergência e de conexão ampliada. Nessa visada, mesmo um jornal impresso, como dispositivo midiático, apresenta instâncias de convergência e de conexão que o permitem circular na internet como mediação simbólica, discursiva e institucional, sendo esta mediação aquilo que o remete ao impresso de origem.

De acordo com Mouillaud (2002), o dispositivo não é uma simples entidade técnica, mas uma rede de relações que nos prepara para o sentido. Ele enfatiza que o jornal, como dispositivo, não é um suporte, mas uma matriz que impõe sua forma aos textos. Mouillaud evidencia o limite

<sup>2</sup> Por meio da página da C&A no Facebook, usuários podem curtir peças da rede. As peças, expostas na loja do Shopping Iguatemi, em São Paulo, ficam penduradas em cabides com visor eletrônico que exhibe quantas vezes a peça foi curtida na rede social. Esta foi uma ação da C&A para o Dia das Mães, em 2012. <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/acao-da-c-a-exibe-curtidas-do-facebook-em-cabides-de-loja> Acesso: 16.Dez.2013.

<sup>3</sup> O *Google Glass* é um acessório em forma de óculos que possibilita a interação dos usuários com diversos conteúdos em realidade aumentada. O dispositivo *Google Glass* ainda não está sendo comercializado. <http://www.google.com/glass/start/>. Acesso: 16.Dez.2013.

<sup>4</sup> O dispositivo sem fio iWatch, ainda em fase de testes, se conecta ao iPhone ou ao iPad, além de servir de controle remoto para Apple TV. <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/relógio-da-apple-o-iwatch-pode-ser-lancado-ainda-em-2013.html>. Acesso: 16.Dez.2013.

<sup>5</sup> É o caso das smart TVs, que se caracterizam pela integração entre televisão e internet, em especial as redes sociais. [http://pt.wikipedia.org/wiki/Smart\\_TV](http://pt.wikipedia.org/wiki/Smart_TV). Acesso: 16.Dez.2013.

<sup>6</sup> A diferença entre rede social e mídia social é normalmente abordada da seguinte forma: rede social diz respeito ao relacionamento entre pessoas em torno de temas afins, sendo esta noção anterior à internet; mídia social refere-se à plataforma e às suas possibilidades de linguagens, através das quais a rede social se conforma. Neste artigo revisamos essas noções.

<sup>7</sup> Há, obviamente, outros aspectos que integram a mediação, mas em sintonia com a argumentação do artigo, optou-se por abordar apenas esses três aspectos no texto.

simbólico do dispositivo, além de seu limite material. “O presente permanece um presente sem as fitas e as graças que o envolve (e sem o gesto de oferecimento que faz parte do dispositivo)?” (MOUILLAUD, 2002, p.29).

Na perspectiva foucaultiana, o dispositivo é a rede que se estabelece entre elementos heterogêneos, como discursos, instituições, proposições filosóficas, morais etc (AGAMBEN, 2005). Essa rede constitui curvas de visibilidade e de enunciação esboçadas na articulação entre linhas de força e de ruptura, por meio das quais o dispositivo se consolida e se transforma (DELEUZE, 1996). Conforme essa abordagem, o dispositivo midiático pode ser entendido como uma rede de relações que articula dimensões simbólicas, discursivas e institucionais em curvas de visibilidade e enunciação pelas quais se reconhece, como linha de força, o aparato midiático de origem. Atravessado por linhas heterogêneas, um dispositivo midiático se enreda ao outro por meio das conexões que o conformam.

Reconhece-se um dispositivo midiático, assim, menos por seu aparato tecnológico que por sua capacidade mediadora, a qual se encontra intimamente relacionada à linguagem, “um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto, de um lugar simbólico, fundador de todo conhecimento” (SODRÉ, 2013, p. 1). O

conceito de mediação, de acordo com Gómez (2006), foi originalmente apresentado como propriedade exclusiva dos meios, mas na contemporaneidade, segundo ele, deve-se reconhecer que as mediações não provêm somente dos meios, mas de diversas fontes que incidem nos processos comunicacionais. O autor enfatiza que vivenciamos uma espiral de mediações que privilegia o critério transversal de segmentação midiática e, logo, de segmentação tecnológica.

Na visão de Silverstone (2002), os processos de mediação que caracterizam a mídia enfatizam a circulação de textos midiáticos de um ambiente midiático a outro, envolvendo produtores e consumidores. “A mediação implica o movimento de significado de um texto a outro, de um discurso a outro, de um evento a outro” (SILVERSTONE, 2002, p.33).

A mediação, na semiótica peirceana, confunde-se com as noções de meio e de semiose, isto é, a ação transformadora do signo<sup>8</sup>. Meio, na acepção peirceana, é o próprio signo em ação mediadora, ou semiose, através da qual produz comunicação e conhecimento. De acordo

<sup>8</sup> A tríade signica, signo-objeto-interpretante, encontra-se em contínua transformação, de modo que o interpretante se torna objeto da tríade subsequente e assim sucessivamente.

com Johansen (1993), a comunicação só é possível por signos, ou meios<sup>9</sup>.

Na semiose, a mediação estabelece trocas sígnicas, que podem ser simbólicas ou não, relacionadas à determinação oriunda de um polo emissor (lugar lógico do objeto) e à representação oriunda de um polo receptor (lugar lógico do interpretante)<sup>10</sup>. Nessa perspectiva, os fluxos sígnicos que permeiam os meios de comunicação tornam-se comunicativos por intermédio dos processos de mediação – ou semiose – aos quais se vinculam (SANTAELLA; NÖTH, 2004). Desse modo, processos sígnicos que operam sob domínio da operação semiótica de determinação privilegiam a lógica comunicacional de transmissão, enquanto processos sígnicos que operam sob domínio da representação privilegiam a lógica de compartilhamento<sup>11</sup>. A mediação, ou semiose, integra essas lógicas comunicacionais na perspectiva da convergência e das conexões em rede.

A convergência midiática pressupõe o uso concomitante de ambientes midiáticos variados,

<sup>9</sup> Parmentier (1985) faz referência a uma citação de Peirce (MS 339) na qual ele afirma, em seus estudos maduros, que a noção de signo é muito estreita, razão pela qual opta por meio - *medium*, no original.

<sup>10</sup> As operações semióticas de determinação e de representação conformam a mediação sígnica. Sobre o assunto ver PARMENTIER, 1985.

<sup>11</sup> Sobre o assunto ver ALZAMORA (2007).

regidos por lógicas comunicacionais dissonantes, embora complementares. De acordo com Jenkins (2008), convergência não diz respeito a um processo tecnológico que une múltiplas funções em um aparelho, mas “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 28).

O cenário remete àquilo que Scolari (2008) chama de hipermediação, termo que faz referência à trama de hibridações entre sujeitos, técnicas e linguagens na tecnologia digital que conforma o ecossistema midiático contemporâneo. Os textos midiáticos tendem a trafegar de uma lógica comunicacional a outra, permeando variados ambientes midiáticos conectados em rede. Nesse contexto, as especificidades midiáticas tornam-se reconhecíveis por suas mediações simbólicas, discursivas e institucionais, as quais permeiam dispositivos tecnológicos variados.

O que chamamos de mídias sociais, portanto, refere-se às mediações simbólicas, discursivas e institucionais que operam sob domínio da lógica de compartilhamento, na qual os usuários realizam associações sígnicas variadas em conexões digitais, interagindo por meio das textualidades e intertextualidades midiáticas. Nessa abordagem, as lógicas comunicacionais de transmissão

e de compartilhamento conformam a mediação convergente nas conexões em rede, mesclando as mídias tradicionais às mídias sociais.

Para Shirky (2010) a mídia hoje mistura padrões de transmissão e de conversa, o que demanda revisão conceitual. “Eis a minha: mídia é o tecido conjuntivo da sociedade” (SHIRKY, 2010, p. 52). Ele considera que, nesse contexto, a mídia social é aquilo que propicia conexão e expressão não necessariamente profissional, de modo a permitir que motivações pessoais e sociais se ampliem mutuamente. De acordo com Smith (2009), as mídias sociais se caracterizam pelo compartilhamento de opiniões em escala global, em variadas plataformas conectadas em rede. Ele destaca o potencial de engajamento das mídias sociais, cujos números de adesão crescem exponencialmente.

## Sobre a noção de social nas mídias sociais

Como vimos, a noção de mídia não encontra consenso em torno de si. A ideia de social segue caminho semelhante. Seu uso perpassa uma parcela significativa das nomenclaturas contemporâneas relacionadas à comunicação. Além das mídias sociais, há serviços de

redes sociais<sup>12</sup>, GPS social<sup>13</sup>, jogos sociais<sup>14</sup>, compra social<sup>15</sup> e muitos outros – e a adoção do termo *social* não tem significado comum entre eles, variando dos laços entre pessoas e suas trocas comunicacionais à adoção de uma base coletiva de usuários que contribui para o uso individual.

Se o conceito de social for pensado apenas como aquilo que é advindo da sociedade, seu uso deixa de fazer sentido, uma vez que o dualismo mídia/sociedade (BRAGA, 2006) é artificial, dificultando que se veja dialogicamente uma relação que é assim construída. É preciso, portanto, questionar o conceito de social de maneira mais profunda.

Tomaremos, para isso, a discussão de Latour (2012). O pesquisador questiona a corrente de pensamento segundo a qual a própria ordem social é usada para esclarecer o que é o social. Nesse raciocínio, para ser considerado social, era preciso apresentar “propriedades específicas, algumas negativas – não devia ser ‘puramente’ biológico,

<sup>12</sup> Como Facebook e Twitter.

<sup>13</sup> Um exemplo é o aplicativo Waze, que utiliza informações sobre trânsito vindas da própria base de usuários para sugerir o melhor trajeto.

<sup>14</sup> Além dos jogos disponíveis em serviços de redes sociais, a maioria dos consoles mais recentes se conecta à Internet e permite jogar tendo conhecidos e desconhecidos como parceiros ou adversários.

<sup>15</sup> Os mais conhecidos são os sites de compras coletivas, como Groupon e Peixe Urbano.

linguístico, econômico, natural; e outras positivas – devia compor reforçar, exprimir, preservar, reproduzir ou subverter a ordem social” (LATOURE, 2012, p. 20).

Outro questionamento em relação a tal corrente de pensamento, a sociologia do social, é a adição de uma dimensão social a fenômenos vistos como econômicos, jurídicos, psicológicos, como se o social fosse um contexto em que se desenvolvessem atividades não sociais, uma esfera da realidade. Latour contrapõe-se a esse modo de pensar, questionando a validade de “acrescentar ‘fatores sociais’ a outras especialidades científicas” (2012, p. 22). Em sua defesa de uma sociologia das associações, o que liga e associa é visto como elemento mais importante a ser considerado.

Ainda que as duas abordagens sejam muito semelhantes, a busca por associações se volta às conexões entre elementos que não são sociais *per se*. Latour defende que a sociologia do social – e, junto a ela, sua conceituação típica – siga sendo usada em situações já conhecidas. Mas que a sociologia das associações é mais adequada para se pensar situações “nas quais as inovações proliferam, em que as fronteiras de grupos são incertas, em que o leque de entidades a considerar flutua” (2012, p. 31). Nesse contexto o social deve ser olhado em relação

às associações que estão em formação. E tem destaque o conceito de mediador (em oposição a intermediário).

O caráter mediador proposto por Latour se refere a qualquer ligação que cumpra o papel de transformar, traduzir, distorcer e modificar não apenas o significado, mas também qualquer outro elemento que veicule. Nesse sentido, os mediadores se opõem aos intermediários, que são aqueles que apenas transportam, sem transformar, significados ou forças<sup>16</sup>. Ainda que, novamente, estejamos tratando de uma diferença bastante sutil, Latour relaciona os intermediários à conceituação da sociologia do social e os mediadores à das associações.

O autor exemplifica citando uma conversa cotidiana que, “pode se transformar numa cadeia terrivelmente complexa de mediadores onde paixões, opiniões e atitudes se bifurcam a cada instante” (LATOURE, 2012, p. 65). No exemplo, estão presentes tanto o caráter mutável propício ao social como associação, uma vez que é a

<sup>16</sup> Esta é uma diferença importante em relação à noção peirceana de mediação, segundo a qual a transformação de um signo em outro, também chamada semiose, traz em si algo do objeto que o determinou, mas o novo signo, chamado por ele de interpretante, sempre adiciona algo à representação signica do objeto, proveniente da experiência colateral que associa novos signos à semiose. Desse modo, não é possível, na semiose peirceana, transportar sem transformar, nem transformar sem guardar referência com aquilo que determina o signo. Os modos de transformação signica variam conforme as classes de signo, aspecto não abordado neste artigo.

transformação de um diálogo cotidiano banal em algo que mobiliza, transforma, e não apenas transporta, o que o marca; quanto a ideia de que o mediador é tudo aquilo que mobiliza. Entender quais são, onde estão e como se comportam as associações e os mediadores<sup>17</sup> é o fundamental nessa visão de social – mais importante do que conhecer os atores.

Essa última diferença é definidora na maneira de se olhar o social. A partir da visão de social proposta por Latour (2012), interessam mais as associações e mediações do que os atores – ou actantes<sup>18</sup>, tendo em vista que não estamos tratando apenas de atores humanos. Enfocados a partir de suas ligações, os atores tornam-se pontos achatados em forma de estrela, para que possamos enxergar seus vértices, não mais determinantes vetoriais das ligações, mas apenas componentes das redes que devem ser seguidas para que se entenda o social.

Olhar para as mídias sociais a partir de tal enfoque acarreta que qualquer análise proposta não pode se encerrar nos limites de um determinado site, nem

<sup>17</sup> Na visão de Charles Sanders Peirce tudo é signo, o que torna os mediadores também signos. Assim, a mediação signica engloba toda e qualquer manifestação em rede, seja ela técnica, humana, discursiva, institucional etc.

<sup>18</sup> O termo tem origem nos estudos linguísticos do Círculo de Praga, posteriormente adotado na semiótica greimasiana. Latour o utiliza para designar qualquer coisa que modifique uma situação, tenha ou não figuração.

precisa englobá-lo por completo. O que se busca são as associações que se formam, e elas têm delimitações próprias, compostas pelo que faz “outros fazerem coisas” (LATOUR, 2012, p. 158). Uma interface, uma regra, um determinado número de cliques, a mensagem de um amigo, a lembrança de uma música antiga: qualquer elemento que mobilize se torna relevante na formação da rede. Inclusive os atores.

Essa visão, ainda que semelhante à de Santaella e Lemos (2010), difere de uma abordagem muito mais amplamente difundida, centrada nos atores e em seu capital social. Nossa opção por tal discussão do social se dá em função de algo que marca a argumentação de Latour (2012): em um ambiente de mudança e inovação constante, é preciso seguir o que dizem os atores, não pressupor regras e delimitações. Se as associações não estão dadas, se as convergências são temporárias, resta àqueles que se propõem a olhá-las o papel de perscrutá-las o mais livremente possível, de deixar falar os componentes da rede, “a fim de descobrir o que a existência coletiva se tornou em suas mãos, que métodos elaboraram para sua adequação, quais definições esclareceriam melhor as novas associações que eles se viram forçados a estabelecer” (LATOUR, 2012, p. 31).

Assim, não há recorte dado *a priori*, uma vez que todas as redes que se podem pretender seguir são heterogêneas e diferentes entre si. As regras determinadas por um site são acatadas apenas por alguns, assim como nem todas as potencialidades são empregadas por todos. As conexões entre usuários diferem e vão muito além de uma determinada plataforma (usuários do YouTube podem ou não seguir seu vlogueiro preferido também no Facebook, por exemplo). Vídeos saem do ar de acordo com ações na justiça, retornando por meio de republicações virais. A mídia social se faz de diferenças e suas análises precisam levá-las em conta.

### Dinâmica de associação e convergência

A opção por abordar as mídias sociais pelo viés das associações, tal como proposto por Latour (2012), implica em considerá-las em permanente estado de transformação, uma vez que não há recorte dado *a priori*, nem mesmo os limites institucionais de cada ambiente midiático, já que as informações trafegam pela rede em conexões variadas. Essa perspectiva leva em conta a heterogeneidade dos elementos que atuam transformando constantemente a

mídia social e não aquilo que simplesmente a adjetivaria como social.

Com base na noção peirceana de semiose, postula-se que a dinâmica de associação que atravessa e modela as mídias sociais desdobra-se em mediações sýgnicas cada vez mais aprimoradas e complexas, as quais cumprem a função mediadora de continuamente transformar um signo em outro. Nessa perspectiva, a operação semiótica de representação, aqui relacionada à lógica de compartilhamento, associa novos signos à semiose por experiência colateral, ou seja, por aproximações sýgnicas. A dinâmica sýgnica de associação é, portanto, uma dinâmica de conexão. À medida que os usuários comentam e replicam informações em conexões de mídias sociais, mais as mídias sociais crescem em relevância e representatividade na dinâmica associativa das conexões em rede.

Esse processo tem pelo menos duas consequências importantes: por um lado, expande a ação mediadora da mídia social quando esta é utilizada para acessar outros ambientes sociocomunicacionais na internet. É o que ocorre, por exemplo, quando se utiliza a conta pessoal no Google ou no Facebook para acessar outros ambientes da Internet, como YouTube e Instagram. Por outro, favorece a propagação de informações em rede. Quanto mais essas

informações provenientes de mídias sociais circulam *on e offline*, mais aumenta a relevância circunstancial de certos usuários e/ou de certos textos midiáticos em conexões digitais – o que também expande a ação mediadora da mídia social na rede que se forma para além dela. É o caso do poder agenciador de eventos do Facebook durante as *Jornadas de Junho*<sup>19</sup>, em 2013, ou durante os *Rolezinhos*<sup>20</sup>, em Janeiro de 2014, ambos no Brasil. Também é o caso de certos usuários do Twitter que articulam milhares de seguidores, ou ainda de *hashtags* que alcançam grande visibilidade no Twitter, Facebook e Instagram. Buscas temáticas são feitas usando *hashtags* em cada um desses ambientes sociocomunicacionais e em buscadores como Google, o que enfatiza o caráter associativo e convergente das mídias sociais.

Nesse cenário convergente em dinâmica associativa, a ação mediadora de certos programas televisivos é, muitas vezes, preponderante nas mídias sociais. A estreia da 14ª edição de *Big Brother Brasil* e a exibição da mini-

série *Amores Roubados*, ambos da TV Globo, foram os temas mais comentados no Twitter brasileiro na semana de 18 de Janeiro de 2014<sup>21</sup>. Já as personalidades com mais seguidores no Twitter em todo o mundo, em 2013, foram a cantora Lady Gaga e o astro teen Justin Bieber<sup>22</sup>.

Esses exemplos demonstram como a operação semiótica de determinação, relacionada à lógica comunicacional de transmissão, designa instâncias mediadoras nas mídias sociais, as quais operam sob domínio da operação semiótica de representação, relacionada à lógica comunicacional de compartilhamento. Assim, a operação semiótica de representação expande, nas mídias sociais, a determinação oriunda dos meios de comunicação de massa por meio de associações sógnicas (experiência colateral) relacionadas, por exemplo, a comentários, acessos e reproduções textuais conectadas em rede. Nessa perspectiva, toda mídia social é convergente e se expande por associação sógnica. Como dispositivo midiático, a mídia social é, ao mesmo tempo, rede de relações entre textualidades provenientes de variadas instâncias midiáticas e forma mediadora que

<sup>19</sup> Milhares de pessoas vão às ruas do país protestar sobre inúmeras questões. Os eventos são programados em mídias sociais, como Facebook e Twitter. <http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/O-presente-e-o-futuro-das-jornadas-de-junho/4/28321>. Acesso: 20.Jan.2014.

<sup>20</sup> Centenas de jovens se reúnem em shoppings centers de todo o país agenciados por mídias sociais, como eventos do Facebook - <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/01/origem-bdo-rolezinhob.html>. Acesso: 20.Jan.2014.

<sup>21</sup> <http://hashtag.blogfolha.uol.com.br/>. Acesso: 20.Jan.2014.

<sup>22</sup> [http://www.areah.com.br/vibe/celebridades/materia/11/1/pagina\\_1/top-10-celebridades-mais-seguidas-no-twitter.aspx](http://www.areah.com.br/vibe/celebridades/materia/11/1/pagina_1/top-10-celebridades-mais-seguidas-no-twitter.aspx). Acesso: 20.Jan.2014.

se acopla a dispositivos midiáticos variados por meio de aplicativos, que também cumprem função midiática.

Uma vez que a dinâmica de associação das mídias sociais opera por conexões dispersas no ambiente sociocomunicacional da internet, favorece o desenvolvimento de processos de convergência midiática, seja no que se refere à conformação das mídias sociais, seja de outros ambientes midiáticos que a elas se acoplam. Isso é o que ocorre, por exemplo, quando *hashtags* provenientes do Twitter passam a fazer parte do Facebook e do Instagram, ou quando o Twitter é utilizado como segunda tela<sup>23</sup> da televisão.

O processo de convergência, delineado pela dinâmica de associação, enfatiza as camadas de mediações que atravessam cada ambiente midiático, interferindo em suas especificidades simbólicas, discursivas e institucionais. De acordo com APPELGREN (2004), convergência midiática não é um estado, mas um processo que ocorre na interseção entre tecnologias midiáticas, indústrias, conteúdos e audiências. A autora chama atenção para o fato de que convergência e divergência são aspectos de um mesmo processo.

Processos de convergência, portanto, nem sempre são apaziguados. “Convergência não significa perfeita estabilidade ou unidade. Ela opera como uma força constante pela unificação, mas sempre em dinâmica de tensão com a transformação” (JENKINS, 2008, p. 36). A divergência, desse modo, não se opõe à convergência, mas dela participa em dinâmica associativa.

A participação ativa dos usuários na produção, recepção e circulação de textos midiáticos, assim como a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos, são consideradas por Jenkins (2008) aspectos determinantes da convergência midiática. E é pela participação social que a tensão entre múltiplos mercados midiáticos se manifesta. Segundo Verón (2011), quanto maior é a convergência na produção, maior é a divergência na recepção. Isso porque, segundo ele, a convergência faz com que as pessoas consumam o que querem, como querem e quando querem, gerando ainda mais heterogeneidade à recepção.

O Twitter frequentemente expõe essa situação. Se essa mídia social amplifica a caixa de ressonância da televisão, evidenciando a audiência massificada na forma de comentários, *retweets* e *hashtags*, também revela controvérsias, como no caso das explosões em Boston, em 2013. A *Cabe News Network* (CNN) divulgou

<sup>23</sup> Aplicativos para dispositivos móveis de comunicação e mídias sociais, como Twitter, oferecem informações complementares aos programas televisivos. <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/twitter-aposta-em-mobilidade-com-twitter-zero-e-segunda-tela>. Acesso:20.Jan.2014.

equivocadamente que autoridades haviam detido um suspeito. O erro foi prontamente registrado e comentado em mídias sociais, como Twitter<sup>24</sup>, gerando enorme desconforto para a emissora.

Esse exemplo é revelador da dinâmica de associações que caracteriza a mídia social. Os elementos que conformam as associações nas mídias sociais são circunstanciais e heterogêneos, atuando de modo variado nas conexões digitais. Trata-se de formas precárias de coesão midiática, estabelecidas em convergências temporárias e nem sempre apaziguadas entre lógicas comunicacionais dissonantes, embora complementares.

Compreender a mídia social por esse prisma implica em assumir que as concepções de mídia e de social se encontram em constante processo de transformação. E, principalmente, reconhecer que elas trafegam continuamente nos interstícios da rede digital, cuja ambiência sociocomunicacional é a internet. Desse modo, as mídias sociais se tecem em conexões efetuadas por intermédio de dispositivos tecnológicos de comunicação, sendo reconhecíveis não por suas distinções midiáticas e sociais, mas por seus mecanismos de mediação simbólica, discursiva e institucional.

<sup>24</sup> <http://www.estadao.com.br/noticias/arfeelazer,apesar-de-erro-cresce-audiencia-da-cnn-com-cobertura-de-explosoes-em-boston,1023179,0.htm>. Acesso: 20.Jan.2014.

## Considerações finais

As mediações comunicacionais são aqui discutidas na abordagem peirceana, que se refere à semiose, e na abordagem de Latour, relacionada a transformar, traduzir, distorcer e modificar o que quer que veiculem. Ao contrário de se oporem, os dois conceitos se complementam – ainda que partam de referências teóricas distintas.

Assim, o caráter sígnico da mediação, muito mais do que um transporte de significado, é algo que se dá dinamicamente, fazendo convergir as operações semióticas de determinação e de representação de maneira associativa, tendo em vista as diversas e necessárias experiências colaterais envolvidas no processo de semiose. Nesse sentido, a mediação também pode ser vista como um tipo de associação, como algo que “faz fazer”, que mobiliza.

A indistinção que se percebe no comportamento empírico de usuários dos diversos ambientes digitais e analógicos, ou entre mídias sociais e tradicionais, aponta tanto para a amplitude da mediação, quanto para o caráter convergente e associativo das experiências de publicação, distribuição e acesso a conteúdos.

Juntamente a tal fator, a mudança constante e acelerada dos contextos sociocomunicacionais leva à necessidade de instituir um modo de olhar para tais ambientes que permita seguir pistas, rastros, ligações, por onde quer que eles se encaminhem. Pensar a mídia social, assim, faz mais sentido a partir de suas associações – mesmo que elas por vezes sejam não midiáticas ou pouco afeitas ao que tradicionalmente se conhece como social.

## Referências

- AGAMBEN, Giorgio. **O que é um dispositivo?** In: Revista Outra Tavessia. UFSC, Florianópolis/SC, 2º semestre de 2005. Trad. Nilcéia Valdati. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576>. Acesso: 20.Jan.2014.
- ALZAMORA, Geane. Da semiose midiática à semiose hipermidiática: jornalismo emergentes. In: MELO, José; PAIVA, Raquel (orgs). Ícones da sociedade midiática – da aldeia de McLuhan ao planeta de Bill Gates. Rio de Janeiro: Mauad, 2007 – p. 157-175.
- APPELGREN, Ester. Convergence and divergence in media: diferente perspectives. **8th ICC International Conference on Electronic Publishing** Brasilia - DF, Brazil June 2004. Disponível em: [http://www.creativegames.org.uk/modules/Gameart/theory\\_downloads/Ester\\_Appelgren\\_Convergence\\_and\\_Divergence\\_in\\_Media\\_2004.pdf](http://www.creativegames.org.uk/modules/Gameart/theory_downloads/Ester_Appelgren_Convergence_and_Divergence_in_Media_2004.pdf). Acesso: 20.Jan.2014.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais da crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo. In: DELEUZE, G. **O mistério de Ariana**. Ed. Veja – Passagens. Lisboa, 1996. Trad. e prefácio: CORDEIRO, Edmundo. Disponível em: <http://www.ufes.br/ppgpsi/files/textos/Deleuze%20-%20O%20que%20%C3%A9%20um%20dispositivo.pdf>. Acesso: 02/10/2012
- GÓMEZ, Guillermo. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 81-98.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad.: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- JOHANSEN, Jorgen. **Dialogic semeiosis**: an essay on signs and meaning. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press, 1993.
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012. São Paulo: Edusc, 2012.
- MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: Maurice Mouillaud e Sérgio Dayrell Porto (Org). **O jornal – Da forma ao sentido**. 2ª. Ed. Brasília. Ed. UnB. 2002. pp.29-35.
- PARMENTIER, Richard. Signs's place in media res: Peirce's concept of semiotic mediation. In: MERTZ, Elizabeth; PARMENTIER, Richard (eds). **Semiotic mediation**. Orlando: Academic Press, 1985.

- SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hackers, 2004.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Trad.: Milton Camargo Mota. São Paulo: Loyola, 2002.
- SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones** – elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação** – criatividade e generosidade no mundo conectado. Trad.: Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SMITH, Tom. The social media revolution. **International Journal of Market Research** Vol. 51 Issue 4, 2009, p. 559-561.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho** – uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2013.
- VERÓN, Eliseo. El futuro de la comunicación – medios, convergência em producción y divergencia em recepción. In: COMBA, Silvana; TOLEDO, Edgardo (comps). **Comunicación y periodismo** – entrevistas sobre tecnologías/identidades/culturas. Buenos Aires: La Crujía, 2011 – p. 73-82.



# Sites de redes sociais sob a perspectiva da cognição distribuída: um diálogo com a teoria ator-rede?



**patricia g. c. rossini**

UFMG

Jornalista, mestre em Comunicação e Sociedade (UFJF), doutoranda em Comunicação Social (UFMG) e pesquisadora do EME – Grupo de Pesquisa em Mídia e Esfera Pública (UFMG).

*contato: patyrossini@gmail.com*

## RESUMO

As pesquisas em Comunicação incorporam, metodologicamente, reflexões fornecidas por diversas áreas de conhecimento. Neste trabalho, argumentamos que um desdobramento recente em Ciências Cognitivas pode fornecer um poderoso aparato, empírico e filosófico, para investigar as interações sociais através de ferramentas de comunicação online. Por esta perspectiva, as redes sociais digitais podem ser descritas como artefatos cognitivos, formando densos espaços de mediação epistêmica capazes de transformar diversas formas de interações sociais e processos de tomada de decisão. A partir deste arcabouço teórico, este artigo busca delinear um diálogo com a Teoria Ator-Rede de Bruno Latour, sugerindo que a interação entre seres humanos e não humanos forma uma rede estendida de atividade cognitiva.

## PALAVRAS-CHAVE

Cognição distribuída. Sites de redes sociais. Teoria Ator-Rede. Tecnologias cognitivas

## ABSTRACT

Research Communications often absorb reflections from a variety of fields. In this paper, we argue that a recent development in Cognitive Sciences can provide a powerful apparatus, empirical and philosophical, to investigate social interactions through online communication tools. According to this approach, social network sites can be described as cognitive artifacts forming dense spaces of epistemic mediation (cognitive niches), therefore able to transform a variety of social interactions and decision-making processes. This paper seeks an approach with Latour's Actor-Network Theory by suggesting that interaction processes between human and non-humans form an extended network of cognitive activity.

## KEYWORDS

Distributed cognition. Social network sites. Actor-Network Theory. Cognitive technologies.

## Introdução

Os processos mentais envolvidos no aprendizado, nas escolhas, na tomada de decisões, na solução de problemas e no uso de tecnologias são objetos de interesse das Ciências da Cognição. Neste campo, uma linha de pesquisadores defende tese da cognição distribuída, segundo a qual a cognição humana não se restringe aos limites do cérebro e do corpo, mas estende-se pelo ambiente e por artefatos e tecnologias que auxiliam, modificam ou simplesmente alteram a forma como os humanos resolvem problemas, executam tarefas e atingem objetivos (cf. CLARK, 2003, 2006, 2008; HUTCHINS, 1995, 2000; KIRSH, 2009; 2010; MENARY, 2010).

A abordagem das tecnologias com as quais interagimos no cotidiano como atores/agentes cuja participação afeta a interação e a natureza das atividades parece dialogar com o que Bruno Latour (2012) propõe em sua Teoria Ator-Rede (TAR). Com o respaldo de Latour, que aponta a obra *Cognition in the Wild*, de Ed Hutchins (1995) como um exemplo primoroso da TAR (LATOURE, 2012, p.30), defendemos o argumento de que redes sociais digitais podem ser descritas como tecnologias cognitivas, capazes de transformar dramaticamente as competências sociais dos seres humanos, formando espaços complexos de mediação epistêmica (nichos cognitivos).

O artigo parte de breve revisão das contribuições da tese da cognição distribuída para compreender como a interação entre

humanos e tecnologias pode transformar processos mentais relacionados às atividades sociais. Neste percurso, pretendemos evidenciar o diálogo entre este aparato teórico e a TAR - que tem sido adotada por estudos que refletem sobre implicações da interação humana com redes, mídias sociais e variadas ferramentas da internet (BRUNO, 2002; 2012; LATOUR, 2013; PRIMO; 2012). Em seguida analisaremos descritivamente o Facebook sob este prisma, com o objetivo de refletir sobre seu papel de agência nas relações sociais mediadas.

### **Pensando com nichos e artefatos cognitivos**

A noção de cognição distribuída foi introduzida por Vygotsky (1978) e Minsky (1985), que sugeriram que processos cognitivos poderiam estar distribuídos entre membros de um grupo (HUTCHINS, 2000). No entanto, estes e outros autores desenvolveram teses baseadas em “sociedades mentais”, cujo foco era voltado para processos sociais externos que interferem em processos mentais internos.

Outra corrente de autores, à qual este trabalho se alinha, parte do pressuposto de que a cognição humana não se restringe aos limites do cérebro e do corpo, mas distribui-se num sistema formado pelo corpo (do agente) em interação com artefatos sociais, culturais e tecnológicos, além do próprio ambiente. Esta visão tem sido desenvolvida a partir da obra *Cognition in the wild* (HUTCHINS, 1995), que também propõe o termo “cognição situada” - no sentido de que nas tarefas em que agentes interagem com artefatos (acoplados ou incorporados) à cognição situa-se tanto no cérebro como nos artefatos externos. Para Hutchins, os artefatos passam a integrar o sistema cognitivo do ser humano a partir do momento em que transformam, aumentam ou possibilitam variadas atividades cognitivas (2000).

Sob este prisma, a cognição distribuída compromete-se com dois princípios teóricos - os limites da unidade de análise para cognição e os mecanismos que supostamente participam dos processos cognitivos (HUTCHINS, 2000, p.1). Neste sentido, os processos distribuem-se no sentido de que a operação do sistema cognitivo envolve coordenação entre estruturas internas e externas (materiais e ambientais) e, ao longo do tempo, de maneira que produtos de eventos anteriores podem transformar a natureza de eventos posteriores (idem, pp.1-2).

Para Andy Clark, seres humanos são *ciborgues* “em um sentido radical de seres simbioses homem-tecnologia: sistemas cujas mentes e *selves* encontram-se distribuídos através do cérebro e de circuitaria não biológica” (2003, p.3). Para Clark (2003), artefatos cognitivos são ferramentas construídas pelos homens que atuam como próteses capazes de transformar capacidades humanas, criando novas habilidades e modificando drasticamente processos de solução de problemas e tarefa. Sabe disso quem registra com papel e caneta, lembra por meio de agendas, navega com o auxílio de bússolas e se comunica por meios eletrônicos.

Mais recentemente, Clark (2006, p.370) sugeriu que estamos imersos em nichos cognitivos estruturados por linguagem – “ao materializar pensamentos em palavras, nós estruturamos nossos ambientes, criando ‘nichos cognitivos’ que aumentam e investem-nos com uma variedade de modos nada óbvios”. No sentido atribuído pelo autor<sup>1</sup> (2008, p.62), a construção de nichos cognitivos seriam os “processos pelos quais seres constroem estruturas físicas que transformam espaços de problemas de maneiras que auxiliam (ou impedem) o pensamento e o raciocínio sobre determinados domínios”.

<sup>1</sup> A partir da definição em biologia (LALAND et al., 2007),

Esta visão encontra respaldo no que Kirsh (1995) denomina de “uso inteligente do espaço”. O autor sugere que os seres humanos atuam sobre o espaço com o objetivo de organizar o pensamento, criando espaços “inteligentes” que atuam sobre a cognição reduzindo a complexidade do ambiente e simplificando as escolhas, a percepção ou os processos de computação interna. Assim, corpo, mente e espaço passam a constituir o sistema cognitivo distribuído.

Um desdobramento contemporâneo desta perspectiva no campo da semiótica, que constitui o campo de pesquisa em *cognitive semiotics*, trata a cognição distribuída - e, fundamentalmente, a interação do ser humano com os artefatos e com o ambiente - como processos semióticos de abdução e significação (MAGNANI & BARDONE, 2008; BARDONE, 2012).

A noção de nicho semiótico (HOFFMEYER, 2008) é vizinha à ideia de nichos cognitivos e concentra-se na descrição de espaços de mediação epistêmica constituídos por signos ou artefatos semióticos de diversos tipos e modalidades. Trata-se de um ambiente caracterizado pela semiose - relações de significação que ocorrem a todo momento entre o agente e o ambiente. O termo busca “abranjer a totalidade de signos ou pistas nas imediações de um organismo - signos que ele precisa ser capaz de

interpretar e significar para garantir sua sobrevivência e bem estar” (HOFFMEYER, 2008, p.13).

Magnani e Bardone (2008) apresentam uma perspectiva de nichos cognitivos alinhada à noção de Clark, mas a argumentação destes autores é fundamentada predominantemente na Semiótica de C. S. Peirce. Nesta perspectiva, humanos são descritos como *chance seekers* - caçadores de oportunidades continuamente engajados em processos de coletar e extrair informações do ambiente para adquirir conhecimento (2008, p.5). Os autores partem do pressuposto de que tomamos nossas decisões e solucionamos problemas com base em informações incompletas, de forma que formulamos hipóteses, respostas e conclusões questionáveis, que podem ser revertidas por desdobramentos futuros (2008, p.4).

Para Magnani e Bardone (2008), o processo de construção de nichos permite que os seres explorem recursos externos e incorporem ao sistema cognitivo aqueles que consideram oportunos para a realização de tarefas. Como o processo está relacionado ao uso de ‘atalhos’ cognitivos presentes no mundo, o papel da abdução é fundamental. Segundo Peirce, a abdução consiste no processo de examinar evidências para elaborar hipóteses, um método de inferência que parte da observação de um fenômeno para buscar possíveis

conclusões (CP 1.67). Trata-se do processo de raciocínio que dá origem às novas ideias. Já o raciocínio que parte das razões em busca das consequências é chamado dedução (MAGNANI & BARDONE, 2008, p.9-10).

Assim, o que Magnani e Bardone (2008, p. 11-12) chamam de abdução manipulativa é a interação entre seres e artefatos, que propicia novas formas de interpretação do mundo. A abdução manipulativa é a redistribuição do esforço cognitivo e epistêmico para manipular objetos e informações que não podem ser representadas ou encontradas internamente. A ideia é que, neste processo, o agente estrutura seu o ambiente, tornando possível o acesso a novas formas de informação que poderão ser utilizadas para inferir hipóteses explanatórias (MAGNANI & BARDONE, 2008, p.11-12).

Magnani e Bardone (2008) recorrem ao conceito de *affordances*<sup>2</sup> para explicar a interação entre os seres e o nicho. *Affordances* - ou oportunidades para ação - seriam aquilo que um objeto possui como valor

percebido diretamente, que *significa* os signos que ele incorpora e sobre os quais podemos inferir - por instinto ou aprendizado - formas possíveis de interação com o objeto (MAGNANI & BARDONE, 2008, p.26). *Affordances* só podem ser percebidas e porque os organismos têm o poder da abdução. O processo abduativo é o mediador da relação corpo-ambiente (idem, pp.19-22).

A ideia central da tese de Magnani e Bardone (2008) é que a manipulação abduativa é um processo essencial para a experiência. Seres não só exploram recursos que percebem no ambiente, mas criam artefatos para modificar o que percebem e desencadear novos processos cognitivos. Os artefatos, criados, tornam-se disponíveis socialmente e desencadeiam novas formas de aprendizado (MAGNANI & BARDONE, 2008, pp.33-35).

Assim como propõe a TAR, seria acurado dizer que, para a tese da Cognição Distribuída, os artefatos não-humanos, assim como o próprio ambiente, **são agentes da interação** que afetam e são afetados na interação com humanos. Assumir artefatos e tecnologias como parte do sistema cognitivo significa dizer que os objetos também agem sobre nós (LATOURET, 2012, p.97). Não se trata de uma afetação causal ou simbólica, que excluiria esta abordagem do escopo da TAR (LATOURET, 2012, p.29-30),

<sup>2</sup> O termo *affordances*, no sentido atribuído por Gibson no campo da ecologia, sugere que humanos e animais são agentes híbridos, em certo sentido, porque eles dependem fortemente do ambiente e daquilo que ele oferece. Conforme definição de Gibson, *affordances* podem ser: 1) oportunidades para a ação; 2) valores e significados das coisas que podem ser percebidos diretamente; 3) fatos ecológicos; 4) algo que implica na mutualidade do observador e do ambiente, dependendo necessariamente da interação entre eles (MAGNANI & BARDONE, 2008).

mas da concepção dos objetos como *atores* no processo de interação.

O que desejamos esclarecer, a partir desta revisão, é que a interação dos seres humanos com o ambiente digital - no caso, as redes sociais -, tem importantes consequências em termos cognitivos. Se artefatos e tecnologias são desenvolvidos para prover humanos de novas capacidades e modificam a forma como solucionamos problemas, tomamos decisões e executamos tarefas, podemos sugerir que os sites de rede social podem transformar a forma como criamos e mantemos relações sociais. Isso significa dizer que redes sociais virtuais provêm seus usuários de novas capacidades de socialização, afetando substancialmente a forma como estes interagem.

## A Teoria Ator-Rede e a interação social virtual

A Teoria Ator-Rede (TAR), ou sociologia das associações, é uma teoria contemporânea que teve origem na década de 80 com o objetivo de compreender estudos de ciência e tecnologia. Esta perspectiva reivindica uma nova concepção do que é social, partindo de uma descrição do mundo a partir das ações de atores.

É fundamental para esta teoria o entendimento de que seres não-humanos são agentes que integram e afetam redes de associações (LATOURET, 2012, p.29).

Para a TAR, o social é produto das associações entre atores heterogêneos – seres humanos e não-humanos – que produzem rastros quando acontece. Trata-se de observar processos de interação entre os atores híbridos num movimento peculiar de reassociação e reagregação. Rejeita-se o “social” da forma como é entendido pela sociologia tradicional - como adjetivo de um objeto ou fenômeno, que supõe suas consequências posteriores e sugere certa estabilidade naquilo que se pretende explicar (PRIMO, 2012, p.626). Neste sentido, o entendimento clássico que é aquele que define sites de redes sociais como espaços de conversação virtual no qual indivíduos criam perfis pessoais para articular e interagir com conexões e conteúdos (BOYD & ELLISON, 2007) não abrange o que o autor entende por “social” (PRIMO, 2012). O social dessas redes estaria relacionado às associações que são mediadas por estas estruturas (LATOURET, 2012)<sup>3</sup>.

O termo Ator-Rede, como explica Bruno, pressupõe movimento contínuo de ação: os atores dependem uns dos outros para agir, uma vez que a ação é sempre

<sup>3</sup> As redes, por sua vez, “não existem como um objeto que estaria aí antes de haver ação, ou que subsiste após cessarem as ações” (BRUNO, 2012, p.695).

distribuída em rede, e que a rede só existe enquanto há ação. Os atores, portanto, precisam interagir com outros a todo momento, pois a ação nunca é individual e afeta, de forma diferente, cada um de seus participantes (BRUNO, 2012, p.685-696).

Latour recorre aos termos mediação e intermediação para evidenciar o caráter performativo dos atores. A intermediação seria o simples registro e transmissão de informações, que não interfere nas associações - intermediadores transportam significados sem transformá-los. Já a mediação pressupõe a agência do meio, suas *affordances* e os efeitos que ele produz nas associações. “Os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam” (2012, p.65). A noção de rede refere-se ao desencadeamento coletivo de ações onde cada participante é tratado como mediador - algo que transforma na e pela ação (BRUNO, 2012, p.695).

A noção de mediação no sentido atribuído por Latour compartilha uma essência com a ideia de mediação epistêmica desenvolvida no campo teórico da cognição distribuída e da semiótica cognitiva. Ambas sugerem um caráter transformador e performativo dos agentes na interação. Essa aproximação entre os conceitos é explorada por Bruno (2002), para quem a concepção das

tecnologias e artefatos como agentes transformadores do pensamento e da ação humana ajusta-se à visão latourniana dos objetos humanos e não-humanos como agentes performativos em processos de constante interação e transformação. A autora sugere que a noção de “quase-sujeitos” e “quase-objetos” seria adequada para designar os agentes em interação, uma vez que ambos são constituídos pela ação entre humanos e artefatos – não sendo inteiramente um ou outro (BRUNO, 2002).

Para falar de redes ou mídias sociais sob a ótica da TAR, Primo sugere que o que há de “social” em sites como o Facebook está relacionado ao papel de mediação que estes ambientes exercem. O Facebook seria o actante não humano de uma rede de interações, que transforma e interfere na natureza das relações humanas mediadas. “Assumindo-se os princípios da Teoria Ator-Rede, um meio digital precisa ser tratado como um ‘mediador’ ao fazer diferença nas associações” (PRIMO, 2012, p.633).

Além de suas *affordances*, que determinam as formas de interação entre usuários e a interface e entre perfis, o Facebook também possui filtros, algoritmos e engrenagens ocultas que agem sobre os conteúdos aos quais os atores serão expostos, interferindo ainda nas oportunidades de associação entre atores humanos no meio (PRIMO, 2012, p.633-634). Os dispositivos virtuais,

portanto, integram a rede como actantes ao passo que atuam sobre as interações que ocorrem entre seres humanos, propagando, traduzindo e distribuindo as ações dentro e fora dos ambientes virtuais.

Sobre as chamadas redes sociais virtuais – as novas “redes” –, Latour enfatiza que a expressão digital das interações entre atores tem ampliado enormemente a dimensão das redes – “quanto mais digital, menos *virtual* e mais *material* torna-se uma atividade promovida” (2013, p. 28). O autor refere-se, por exemplo, à infinidade de atores envolvidos em processos que parecem virtuais e cuja rede estende-se para o universo material - sites de redes sociais são redes que englobam servidores, programadores, gestores, empresas, usuários, entre uma infinidade de atores cujas atividades podem afetar todo o complexo de associações.

Fernanda Bruno (2012) também destaca a rastreabilidade das ações que acontecem em ambientes digitais como importante recurso para a TAR. “Na internet (...) o rastro acompanha necessariamente toda ação, salvo que medidas para evitá-lo sejam tomadas. O que se torna potencial é a sua recuperação” (BRUNO, 2012, p.687). Considerando-se que o social é aquilo que emerge das associações entre atores e suas redes, o trabalho de descrição destes coletivos complexos é facilitado pela rastreabilidade propiciada pelas tecnologias digitais

– onde as ações dos atores geram dados sobre suas associações e redes (BRUNO, 2012; LATOUR, 2013).

A trajetória dos rastros das ações dos atores inseridos em redes digitais, por exemplo, pode ser recuperada pelo pesquisador de forma relativamente simples se comparada aos meios tradicionais de comunicação. Isso permite observar e descrever as associações constitutivas de fenômenos sociais que ocorrem nos ambientes de interação mediada e verificar de que forma cada uma contribui para a construção de coletivos (BRUNO, 2012, p.697-698).

Para Bruno (2012), descrever as tramas formadas pelas ações em redes digitais é produzir conhecimento sobre um fenômeno e reinventar um espaço político. Se a tarefa da política é a composição de um mundo comum, e se a composição do mundo comum é o trabalho de construção das redes ampliando a participação de mais agentes heterogêneos – distribuindo as ações e fazendo proliferar os mediadores –, retraçar os rastros digitais que constituem uma rede é uma tarefa cognitiva e política (2012, p.700).

Ainda que os termos “mídias sociais” e “redes sociais” sejam definições deficitárias do ponto de vista da TAR, uma vez que consideram o “social” como rótulo, Primo (2012) defende que ambos podem ser usados como conceitos “guarda-chuva” para representar um conjunto

de meios digitais. O autor propõe, como alternativa, o termo “mídia participativa”, descrita como meios sociais nos quais os valores e poderes derivam da participação ativa das pessoas. Neste sentido, “mídia participativa poderia representar também a mídia que participa» (PRIMO, 2012, p.636).

No entanto, mais do que refletir sobre os conceitos amplamente utilizados na literatura, este trabalho concentra-se num esforço descritivo das redes sociais virtuais como nichos cognitivos, que coloca essas tecnologias como actantes nos processos de interação social mediados. Assim, retomando o diálogo com a perspectiva da cognição distribuída, poder-se-ia argumentar que a rede de associações formada pelo homem em interação com o meio digital e suas *affordances* transforma substancialmente a maneira como ele se relaciona com outros indivíduos utilizando o Facebook.

### **Redes sociais como artefatos cognitivos: um esforço descritivo**

Temos trabalhado com a ideia de que redes sociais digitais poderiam ser descritas como nichos cognitivos,

espaços estruturados por artefatos que atuam de variadas maneiras sobre processos mentais relacionados à interação social e à tomada de decisão (ROSSINI & QUEIROZ, 2013). Neste artigo, demonstramos como essa perspectiva alinha-se à proposta da TAR.

O argumento central aqui desenvolvido sugere que o sistema cognitivo distribuído, formado pelo homem em interação com as redes sociais digitais, aumenta notavelmente seu potencial de sociabilidade, uma vez que estes ambientes são dotados de *affordances* que dão suporte a uma série de atividades de socialização entre usuários. Contudo, mais do que apenas fomentar interações, essas tecnologias também atuam sobre elas, transformando-as. As redes sociais seriam, portanto, espaços de mediação - no sentido adotado por Latour (2012) – que oferecem variadas oportunidades para ação e atuam sobre a forma como indivíduos interagem.

Os sites de redes sociais atuam sobre competências sociais diversas ao mediar relações interpessoais. A tabela 1 identifica e descreve como os artefatos distribuídos no Facebook podem afetar usuários e suas conexões:

Artefato	Descrição	Funções / Efeitos
Chat	Sistema de mensagens instantâneas no qual o agente visualiza seus contatos disponíveis <i>online</i> ou <i>offline</i> . A natureza das interações pode ser síncrona ou assíncrona. Essa função permite a conversação entre dois ou mais usuários.	Interação mútua, que pode fortalecer laços sociais e facilitar a manutenção destes, sobretudo entre agentes geograficamente distantes. Atua nos laços fortes, com quem o agente se relaciona com frequência, mas também pode ocorrer entre laços fracos. Alerta o emissor quando a mensagem é visualizada. A ausência de reciprocidade pode afetar negativamente uma relação.
Mural	Espaço para conversações síncronas ou assíncronas e compartilhamento de links, status, vídeos, etc. É também onde fica registrada a atividade recente do agente □ publicações, comentários, vínculos de amizade, etc.	Visibilidade das interações mútuas ou reativas entre agentes, sendo as mútuas conversações e comentários e as reativas, o ato de curtir publicações ou adicionar outros à rede de amigos. Oferece sinais que ajudam um agente a fazer inferências sobre o outro e assim, conhecê-lo indiretamente.
Feed de notícias	Visibilidade das atividades dos <i>amigos</i> (conexões), tais como compartilhamento de status ou links no mural, fotos e criação de novos vínculos sociais. Pode ser organizado por notícias mais recentes ou mais relevantes. Na segunda categoria, entram as atualizações mais comentadas ou "curtidas" entre as conexões do agente.	O indivíduo recebe as atualizações e tem oportunidades para ação: comentar, curtir ou acessar determinado conteúdo. O Facebook interfere na visibilidade dos conteúdos □ por meio de algoritmos ocultos para o usuário □, definindo as publicações visíveis com base em interações do indivíduo (com outros usuários e com o próprio site). Esse tipo de agência é "invisível" para os usuários e pode afetar relações sociais, uma vez que determina quais conexões serão privilegiadas no <i>feed</i> de notícias de cada usuário.
Aniversário	Aviso exposto na página inicial do indivíduo, alertando-o para a data de aniversário de suas conexões. Oferece opção de enviar mensagens para o mural do aniversariante.	O artefato <i>lembra</i> o usuário do aniversário de um <i>amigo</i> e incentiva o envio de uma mensagem. A atitude pode fortalecer o laço social □ uma vez que sua existência depende, conforme Latour, de movimentos contínuos de associação. O artefato também contribui para o surgimento de novas interações, ao passo que aumenta a visibilidade da relação entre perfis.
Grupos	Espaços coletivos de conversação	Os grupos são espaços onde

Artefato	Descrição	Funções / Efeitos
Grupos	Espaços coletivos de conversação que, na prática, funcionam como "murais" alimentados pelos participantes, que podem postar mensagens, links, enquetes, etc.	Os grupos são espaços onde indivíduos se reúnem por interesses em comum ou pela vontade de ser sociável. A ideia de agrupamento satisfaz a proposta da TAR: embora a tecnologia agregue os perfis, o grupo só existe se há interação entre os participantes.
Eventos	Visíveis na página inicial do usuário, apresentam determinada programação, pessoas que confirmaram presença e oferecem três opções reativas de interação: eu vou / não sei / não. Além das informações do evento, contém <i>mural</i> para compartilhamento de conteúdos, visíveis aos convidados.	Têm função semelhante a dos grupos, mas a finalidade é reunir pessoas interessadas em participar de eventos, dando visibilidade às participações e às conexões sociais da rede. O agente pode saber, de antemão, se seus amigos ou desafetos estarão presentes.
Adicionar amigos	Mecanismo para criar conexões mútuas. É um pedido de "amizade" que depende da aceitação da outra parte. O Facebook também sugere "pessoas que você talvez conheça", indicadas por possuírem conexões semelhantes e dá a opção para o usuário de indicar conexões aos seus amigos, sobretudo quando estes são novos na rede.	É a ferramenta que permite a articulação da rede por meio da adição de conexões. Ao sugerir que o agente possa conhecer outros com quem compartilha "amigos em comum", o sistema modifica a dinâmica dos laços sociais e amplia a rede de associações. Para o agente, a adição de um conhecido sinaliza a expansão de suas conexões.

Tabela 1. Facebook: relação entre artefatos, funções e propriedades características. Fonte: elaboração da autora.

Os exemplos identificados na Tabela 1 não têm o objetivo de limitar as formas de agência do Facebook. A intenção é identificar circunstâncias nas quais a mediação virtual transforma relações interpessoais. É preciso ressaltar que a ausência ou precariedade de alguns recursos – como arquivamento e busca – também afetam as relações mediadas porque dificultam ou impossibilitam a recuperação de rastros do passado.

No Facebook, os atores humanos se apropriam dos recursos disponíveis para construir representações virtuais do *self*, objetos não humanos que substituem o corpo material na interação virtual. A construção de perfis públicos (ou semi-públicos) dotados de fotografias e informações pessoais na Internet tem a finalidade de produzir empatia. Esses rastros da vida cotidiana contribuem para destacar as ações de determinado ator e conferir materialidade ao seu perfil virtual.

A complexidade dos perfis pessoais presentes nas redes sociais mais conhecidas permite uma representação bastante personalizada do agente e tem a finalidade de assegurar que as atitudes do agente na rede sejam vinculadas ao seu perfil<sup>4</sup>. Em geral, as informações pessoais do usuário podem fomentar novas conexões a partir da formação de grupos<sup>5</sup>, por meio de interações reativas com a interface gráfica. A representação virtual do perfil evidencia, no ambiente virtual, redes às quais o indivíduo se associa em sua vida cotidiana. Este aspecto revela uma característica notável das redes virtuais: “a expressão

digital tem ampliado enormemente a dimensão material das redes: Quanto mais digital, menos virtual e mais material torna-se uma atividade promovida (LATOURET, 2013. p.28, grifos do original).

Esses laços associativos operam como signos (ou sinais), representam qualidades e características de um agente que não são diretamente percebidas e podem desencadear inferências sobre sua personalidade (DONATH, 2008). Quando alguém se associa a um grupo de discussão do clube da cidade, por exemplo, pode-se inferir que ele provavelmente frequenta o clube, se interessa por atividades ao ar livre ou por esportes. Trata-se de uma representação virtual de uma rede material de associações, nos termos da TAR. Sinais nem sempre são honestos e confiáveis (DONATH, 2008). No entanto, em redes sociais virtuais, há o incentivo para que as representações do agente sejam correlatas a sua vida *online* e *offline*, e o fato de estar conectado a amigos e conhecidos aumenta os custos para a transmissão de sinais enganosos, já que a exibição pública das conexões influencia o comportamento dos agentes nas redes sociais (BOYD & DONATH, 2004). Considerando-se que os usuários do Facebook tendem a se associar a pessoas com quem já se relacionam *offline* (BOYD & ELLISON, 2007), é possível supor que a mediação transcende o ambiente virtual e afeta as relações que ocorrem face a face.

.....  
<sup>4</sup> No entanto, podem existir perfis falsos (os conhecidos *fake*s), que se apropriam da imagem de outros para assumir outra identidade no espaço virtual. Nas redes sociais, a elevação dos custos para a manutenção de um *fake* e a disponibilização de mecanismos de coerção, como a denúncia, pode evitar a presença deste tipo de agente.

<sup>5</sup> Agrupamentos relacionados a informações de trabalho ou formação acadêmica, por exemplo.

## Considerações Finais

Neste artigo, argumentamos que redes sociais virtuais podem ser descritas como nichos cognitivos ou semióticos, espaços epistêmicos estruturados constituídos por atalhos cognitivos que atuam de variadas maneiras sobre as associações interpessoais mediadas por estes ambientes. Ou seja, as redes virtuais podem ser descritas como ambientes de artefatos e tecnologias cognitivas com as quais seres humanos interagem, configurando um sistema cognitivo distribuído que atua sobre competências sociais.

O acoplamento deste nicho cognitivo (rede social) à cognição humana amplia e transforma suas capacidades relacionadas à interação, seja com outras pessoas ou com o meio virtual, e as atividades cognitivas distribuem-se por todo o sistema. Em outras palavras: ao utilizar uma

rede social, os elementos e ferramentas (conversações, informações, conteúdos) que o indivíduo manipula e com as quais interage passam a fazer parte de seu sistema cognitivo e, por conseguinte, afetam sua tomada de decisão.

Consideramos o arcabouço teórico da cognição distribuída adequada para o estudo das redes sociais. Essa perspectiva é útil para o entendimento dos efeitos que a interação com estruturas externas exercem sobre processos cognitivos, sejam elas modificações no ambiente ou artefatos construídos. Essa abordagem parece integrar a proposta defendida por Latour em sua Teoria Ator-Rede, conferindo aos atores não humanos valor performativo e transformador nas relações de interação com atores humanos.

## Referências:

- BARDONE, Emanuele. **Seeking Chances: From Biased Rationality to Distributed Cognition**. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2011.
- BOYD, d, ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13 (1), article 11. Outubro, 2007.
- BRUNO, Fernanda. Tecnologias cognitivas e espaços do pensamento. In: FRANÇA, Vera; WEBER, Maria Helena; PAIVA, Raquel; SOVIK, Liv. (Org.). **Livro da XI Compós 2002: Estudos de Comunicação**. Sulina, 2003, v. 1, p. 193217.
- \_\_\_\_\_. Rastros Digirais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia**. Porto Alegre, v.19, n.3, pp. 681-704, dezembro, 2012.
- CLARK, Andy. **Natural-Born Cyborgs: Minds, Technologies and the Future of Human Intelligence**. Oxford University Press, NY, 2003.
- \_\_\_\_\_. Language, embodiment, and the cognitive niche. In: **TRENDS in Cognitive Sciences**, vol.10, No.8, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Supersizing the mind: embodiment, action and cognitive extension**. Oxford University Press, 2008.
- DONATH, J. Signals in Social Supernets. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**. No.13, p.231–251. 2008.
- DONATH, J; BOYD, d. Public Displays of Connection. **BT Technology Journal**, Vol 22 No 4. Outubro, 2004.
- HOFFMEYER, Jesper. ‘The Semiotic Niche’, **Journal of Mediterranean Ecology**, vol.9, pp. 5-30, 2008.
- HUTCHINS, Ed. **Cognition in the wild**. Cambridge, MA: MIT Press, 1995.
- \_\_\_\_\_. Distributed Cognition. **IESBS Distributed Cognition**, UCLA, San Diego, California.
- KIRSH, David. The intelligent use of space. **Artificial Intelligence**, 73, pp. 31-68, 1995.

\_\_\_\_. Problem Solving and Situated Cognition. In, Philip Robbins & M. Aydede (Eds.) (pp. 264-306) **The Cambridge Handbook of Situated Cognition**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

\_\_\_\_. Thinking with External Representations. **AI and Society**. Springer: London, (2010) 25:441–454.

LALAND, Kevin; KENDAL, Jeremy; BROWN, Gillian. The Niche Construction Perspective: implications for evolution and human behavior. In: **Journal of Evolutionary Psychology**, 5, pp.51-66, 2007.

LATOIR, Bruno. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

\_\_\_\_. Redes, sociedades, esferas: reflexões de um teórico ator-rede. **Informática na Educação: Teoria e Prática**. Porto Alegre, v.16, n. 1, jan./jul., 2013.

MAGNANI, Lorenzo; BARDONE, Emanuele. Sharing Representations and Creating Chances through Cognitive Niche Construction: the Role of Affordances. In: L. Magnani and Y. Osaka (eds), **Communications and Discoveries from Multidisciplinary Data**, Springer, New York, 2008, pp. 3-40.

MENARY, Robert, ed. **The Extended Mind**. Cambridge: MIT Press. 2010.

PEIRCE, Charles S. **Collected Papers (CP)**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 8 v., 1978.

PRIMO, Alex. O que há de social nas mídias sociais? Reflexão a partir da teoria ator-rede. **Contemporânea | Comunicação e Cultura**, Salvador, v.10, n.03, pp. 618-641, set/dez 2012.

ROSSINI, Patricia G. C. ; QUEIROZ, João . Interaction Agency on Social Network Profiles: An Approach of Semiotic Niches on Virtual Identities. In: VAN ORDEN, Nicholas (ed). **Navigating Cybercultures**. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2013.

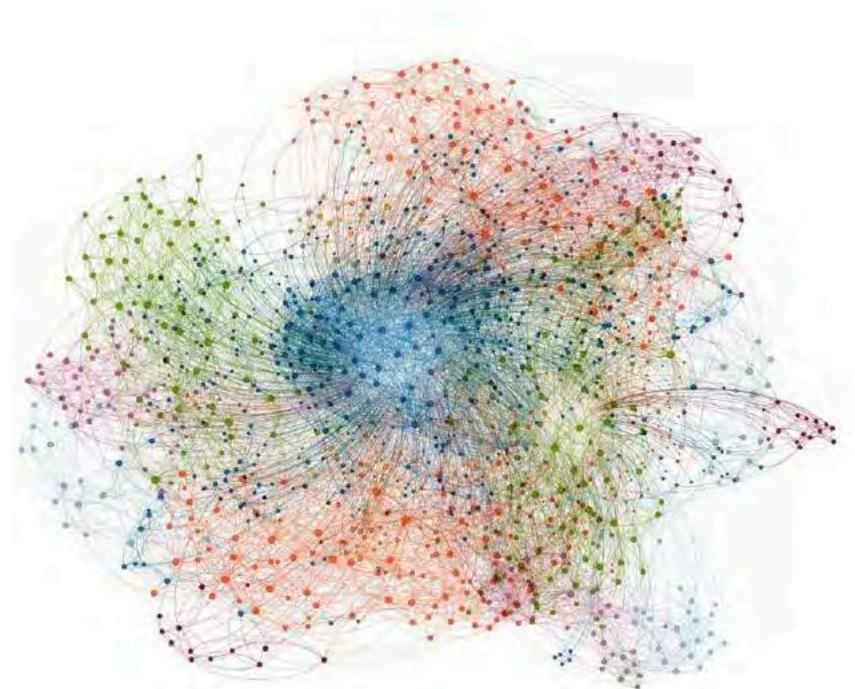
# Proposta metodológica para parametrização das redes nas mídias sociais quanto à constituição relacional

**monica franchi carniello**

UNITAU

Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Professora e  
Pesquisadora da Universidade de Taubaté – SP.

contato: [monicafcarniello@gmail.com](mailto:monicafcarniello@gmail.com)



## RESUMO

Uma das características do ambiente midiático contemporâneo é a possibilidade relacional viabilizada pelas mídias estruturadas em rede. Os grupos que se formam possuem características e finalidades variadas, constituindo uma multiplicidade de vínculos relacionais distintos. Esse artigo tem como objetivo propor uma parametrização dos grupos presentes nas mídias sociais quanto à constituição relacional, almejando uma contribuição metodológica para a compreensão da formação de redes sociais. Para tal, adotou-se a pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa e delineamento bibliográfico. Chegou-se em uma proposta de dimensões e parâmetros para identificação dos grupos quanto ao objetivo; ao fluxo de comunicação; aos laços sociais; à tipologia dos vínculos; à institucionalização; à temporalidade; aos atores no grupo; e à constituição. Observa-se que as mídias sociais se configuram como um espaço das relações sociais que podem se formar de maneiras distintas e são passíveis de análise a partir dos parâmetros propostos para uma identificação estrutural de cada grupo constituído.

## PALAVRAS-CHAVE

Mídias Sociais. Redes Sociais. Parâmetros.

## ABSTRACT

One of the characteristics of the contemporary media environment is the relational possibilities made viable by the network structured media. The formed groups have different characteristics and purposes, providing a plurality of different relational links. This paper aims to propose a parameterization of the groups present in social media as it relational constitution, aiming a methodological contribution to understand the formation of social networks. To this end, it was adopted the exploratory research, with qualitative and bibliographic approach . Was reached a proposal for dimensions and parameter settings to identify groups on the objective, the flow of communication, social ties, the types of relations; institutionalization ; temporality; the social actors in the group , and it' s constitution . It is observed that social media are configured as a space of social relations that can be formed in different ways and are amenable to analysis by the proposed parameters for structural identification of each formed group.

## KEYWORDS

Social Media. Social Networking. Parameters.



## Introdução

O processo inovativo tecnológico que resultou na implementação das mídias digitais estruturadas em rede como um instrumental e fluxo de comunicação possibilitou, entre outras coisas, a ampliação das possibilidades relacionais entre os indivíduos. Ao reestruturar parte do sistema midiático para o modelo em rede, potencializou em grande dimensão a comunicação humana, com foco nas relações diretas entre pessoas, sem a necessidade de um centro emissor produtor de conteúdo, como usual nas mídias tradicionais. Esse contato entre os indivíduos amplia as possibilidades dos fluxos comunicativos, reconfigura parte das relações sociais anteriormente existentes e pode promover maneiras de interação social e socialização que extrapolam os limites geográficos, constituindo um espaço interacional específico.

A formação de grupos se consolida com a emergência da denominada cultura digital, que resulta em formas de interação e agrupamentos sociais específicos, bem como em diversas aplicações da comunicação digital por parte de indivíduos, instituições formais e não formais.

Na perspectiva acadêmica, os procedimentos metodológicos para análise e compreensão das redes sociais são diversos e, em sua gênese, o enfoque quantitativo se destacou, seguido de uma

demanda por abordagens qualitativas para incorporar nos estudos as perspectivas dos atores envolvidos (HEIN et al, 2013).

As perspectivas e abordagens sobre esse processo sociocomunicativo advém de áreas do conhecimento distintas, tais quais a Psicologia, Sociologia, Antropologia, oscilando entre posicionamentos que foram elencados com Heim (1999, p.31-45) como realistas ingênuos, idealistas e céticos. Hein (2013) afirma, sobre os métodos de análise de redes sociais, que

No sólo no existe claridad con respecto a lo que constituye una investigación cualitativa de redes sociales. También se observa un alto grado de improvisación en las técnicas de recolección y análisis utilizados. De este modo, cuando se habla de estudios cualitativos de redes sociales, por lo general se hace referencia a estudios de metodologías mixtas (HEIN et al, 2013, p.60).

Neves (2003, p.1) reforça que “a noção tradicional de rede social e as metodologias de análise de redes sociais constituem um domínio interdisciplinar em que as ciências sociais se articulam com a matemática formal, a estatística e a metodologia dos computadores”,

A proposta metodológica desse artigo visa fornecer parâmetros para a identificação da constituição estrutural de uma rede, um passo necessário para outras análises que podem ocorrer de forma subsequente.

As redes consideradas são as presentes nas mídias sociais, que em sua essência se constituem como colaborativas. “Refiro-me às mídias sociais como o conjunto de todos os tipos e formas de mídias colaborativas” (TORRES, 2009, p. 113). Já Mayfield (2008, p. 5, tradução nossa) afirma que “mídias sociais são entendidas como um conjunto de novo tipo de mídia online, que compartilha a maioria ou todas características a seguir: participação [...], abertura [...], conversa[...], comunidade [...], conectividade [...]”. Se possuem a integração entre os usuários como premissa, viabilizam, portanto, relações sociais entre indivíduos, o que por sua vez possibilita a formação de redes sociais, compreendidas como agrupamentos de usuários com origens, finalidades e atuações distintas.

Tal abordagem se justifica pela multiplicidade de grupos que se formam nesse ambiente rizomático, permeando relações de trabalho, de consumo e pessoais.

Como a convergência das mídias implica a circulação e reconfiguração das mensagens entre as mídias, que operam em uma plataforma única, a digital, a distinção do

conteúdo e usos torna-se mais sutil e difícil de identificar, em função da hibridização de sua finalidade.

Dessa forma, o objetivo desse artigo é propor uma parametrização dos grupos presentes nas mídias sociais, almejando uma contribuição metodológica e conceitual para a compreensão da formação de redes sociais em ambiente online. Para tal, faz-se necessário abordar os processos sociais em ambiente midiático.

A pesquisa caracteriza-se como exploratória, com abordagem qualitativa e delineamento bibliográfico.

## **Processo relacional em ambiente midiático: redes e mídias sociais**

Uma abordagem simplista das mídias sociais, permeada pelo senso comum, seria a atribuição às mídias de todo o processo social vivenciado na contemporaneidade. É fato que as mídias estão presentes de forma intensa na sociedade atual, no entanto é relevante ressaltar que “não devemos cair no equívoco de julgar que as transformações culturais são devidas apenas ao advento de novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura” (SANTAELLA, 2003, p.24).

Bourdieu (2007) confirma tal posicionamento:

Contra todas as formas do erro interacionista o qual consiste em reduzir as relações de força a relações de comunicação, não basta notar que as relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações [...] (BOURDIEU, 2007, p.11)

Portanto, para compreender a formação de grupos e as relações sociais em ambiente midiático, torna-se necessária a consideração da articulação desses grupos em outros espaços relacionais, independente desses espaços existirem em ambiente *on* ou *offline*.

Não se trata da negação de que as mídias sociais têm um papel determinante nas relações sociais contemporâneas, mas sim de evitar a consideração isolada do espaço relacional das mídias sociais. Santaella (2008, p.21) denomina esses espaços de espaços intersticiais, uma vez que “eles têm a tendência de dissolver as fronteiras rígidas entre o físico, de um lado, e o virtual, de outro, criando um espaço próprio que não pertence nem propriamente a um, nem ao outro”. Ressalta-se que “sem

que os espaços físicos e os espaços digitais anteriores deixem de existir, cria-se, na verdade, um terceiro tipo de espaço, inteiramente novo [...]” (SANTAELLA, 2008, p.22). Tal afirmação reforça a importância dos espaços sociais previamente existentes ao surgimento das mídias sociais como elementos que constituem e influenciam diretamente a formação de grupos em ambiente midiático.

Para compreender o lugar das mídias sociais nas relações sociais, Ferreira (2008) propõe o conceito de midiaticização, resultante da relação entre dispositivos, processos sociais e processos de comunicação. Enfatiza a relação de influência bilateral entre esses elementos, reforçando a interconexão entre as variáveis.

Os dispositivos são configurados conforme determinados processos sociais, mas também são por ele configurados; que os dispositivos afetam os processos de comunicação, assim como são delineados por esses; e que os processos de comunicação e a produção social estão em relação, inclusive no que se refere às práticas sociais estruturadas e às distribuições das condições de existência individuais e institucionais (FERREIRA, 2008, p. 2-3).

A partir dessas reflexões, torna-se possível entender que no ambiente das mídias digitais podem ser

formadas redes sociais, mas que estas não dependem exclusivamente das mídias para serem viabilizadas. “Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura da rede social” (RECUERO, 2009, p.29). Com o advento das mídias sociais, as redes existem, dialogam, atuam também em ambiente online, que se constitui como uma outra espacialidade relacional. Lemos (2008) a nomeia de espaço informacional, que consiste em múltiplas camadas de conexão entre o físico e o virtual. É fato que as relações e práticas sociais ocorrem em simultaneidade em espaços físicos e virtuais.

Tal contexto incita a reflexão sobre o tipo de relações, ou laços, que são estabelecidos nesses ambientes informacionais. Wolton (2003, p.103) se posiciona ao afirmar que “estimulam-se indivíduos organizacionais ‘sem rosto’ (ou seria outro rosto?), a virtualização das relações e dos diálogos. É a era das solidões interativas, segundo Wolton (2003). Tal concepção homogeniza as relações possíveis via mídias digitais. Defendo a ideia de que há uma variedade de relações que podem ocorrer no espaço informacional, que depende, entre outros fatores, de como essa relação se articula também fora do espaço virtual. Daí o intento desse artigo, que propõe uma parametrização dos tipos de grupos que atuam nas mídias sociais, de maneira a permitir uma leitura metodológica

que abranja a gama relacional que ocorre em ambiente *online*.

A partir da instauração de um fluxo permanente de comunicação midiática e do desdobramento de múltiplas conexões entre usuários, instituições e sistemas, entre suportes de interfaces dinâmicas, há formas de relacionamento surgindo e sendo estabelecidas no âmbito de uma nova cultura midiática. (NICOLAU, 2008, p.2)

As mídias sociais são mais do que facilitadoras nas relações sociais, uma vez que essas relações trazem mudanças significativas nas próprias relações. A própria possibilidade de criar e compartilhar mensagens com velocidade altera os discursos dos grupos. “Social media has exploded as a category of online discourse where people create content, share it, bookmark it and network at a prodigious rate” (ASUR; HUBERMAN, 2010, p. 492).

Para compreender como se articulam as relações sociais nas mídias sociais, faz-se necessário compreender os elementos que as caracterizam. Segundo Recuero (2009), as redes sociais se compõem de dois elementos, os atores sociais, denominados “nós”, e suas conexões, que são os laços sociais e interações (RECUERO, 2009). Tais redes sociais podem se constituir tanto fora quanto

no espaço das mídias sociais que, conforme já abordado, geram uma terceira dimensão. Uma das consequências do advento das mídias sociais é a exposição, a visibilidade que os grupos adquirem, acrescido da mobilidade, uma vez que é possível fazer parte de redes independente da localização geográfica. Santaella (2007) afirma que a internet minimizou, progressivamente, os obstáculos materiais que dificultavam a troca de informações, o que provocou uma transmutação da percepção do tempo e espaço e da concepção dos modos de viver e de se relacionar.

As plataformas nas quais operam as mídias digitais em geral permitem:

construir um perfil público ou semi-público em um sistema interligado, articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão, ver e cruzar suas listas de conexões e aquelas feitas por outros no sistema (BOYD; ELLISON, 2007, p. 211, tradução nossa).

Tais relações possuem níveis distintos de força e constituição. Marques (1999, p.46) afirma que “a análise de redes nos permite identificar detalhadamente os padrões de relacionamento entre atores em uma determinada situação social, assim como as suas

mudanças no tempo”. O autor afirma, ainda, que as redes são estruturadas por “vínculos entre indivíduos, grupos e organizações construídos ao longo do tempo. Esses vínculos têm diversas naturezas e podem ter sido construídos intencionalmente, embora a sua maioria tenha origem em relações herdadas de outros contextos” (1999, p.46).

Recuero (2009) propõe os conceitos de laço, interação e relação social como elementos das redes sociais. Segundo Wasserman e Faust (1994 apud RECUERO, 2009, p. 24), laço é aquilo que estabelece ligação entre dois atores. A autora explicita ainda que “Um laço é composto por relações sociais, que por sua vez, são constituídas por interações sociais. Uma interação social é aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares” (RECUERO, 2005, p. 89).

Pelas abordagens apresentadas, infere-se que as constituições relacionais das redes são múltiplas. Essa ideia é reforçada por Marques (1999, p.46) ao afirmar que “o pressuposto central da análise de redes sociais [...] é o de que o social é estruturado por inúmeras dessas redes de relacionamento pessoal e organizacional de diversas naturezas”. Transpõe-se essa perspectiva para as redes atuantes nas mídias sociais. Partindo dessa premissa de variedade relacional, é apresentado, a seguir, um conjunto

de parâmetros para compreensão estrutural de grupos formados nas mídias sociais.

## Parametrização das redes sociais: uma proposta metodológica

A partir do referencial teórico abordado, pretende-se propor um conjunto de parâmetros para identificação da constituição de grupos que atuam no espaço interacional das mídias sociais. Tal sistematização é uma concepção metodológica que visa fornecer subsídio para os estudos da área, bem como organizar o conhecimento já produzido sobre o assunto. Para tal, foram usados conceitos e parâmetros já propostos por autores, bem como sugeridas novas proposições.

As dimensões propostas para análise das redes que atuam nas mídias sociais são:

- quanto ao objetivo;
- quanto ao fluxo de comunicação;
- quanto aos laços sociais;
- quanto à tipologia dos vínculos;
- quanto à institucionalização;

- quanto à temporalidade;
- quanto à constituição;
- quanto aos atores.

Compreender os grupos quanto ao objetivo refere-se à intencionalidade do grupo, a finalidade com a qual foi criado, independente da gênese ser decorrente de relações sociais anteriores ou terem se iniciado no espaço das mídias sociais. Propõe-se classificar as redes em comerciais ou mercadológicas, institucionais, pessoais e temáticas. Tal proposta parte de uma adaptação e adequação dos tipos de comunicação propostos por Kunsch (2003), com a devida relativização pela amplitude de possibilidades comunicacionais inerentes aos grupos estudados. As comerciais referem-se a grupos formais, de empresas que fazem uso das mídias sociais para divulgação de ofertas, buscando conquistar clientes e efetivar ações de venda, caracterizando a finalidade mercadológica.

As institucionais também se referem a redes de organizações formais, mas que buscam apresentar a estrutura da empresa ou organização, com o intuito de promover uma imagem institucional e/ou mesmo dialogar com seus públicos, sem a finalidade comercial imediata.

O terceiro parâmetro refere-se a redes formadas por pessoas físicas, perfis individuais por meio dos quais as pessoas ampliam suas relações sociais.

E, por fim, identificam-se os grupos de base temática, cuja formação se deu por um interesse comum a algum assunto, como, por exemplo, uma rede de pessoas que apreciam o cinema nacional ou redes que se formam em função de uma ação de ativismo político.

A dimensão fluxo de comunicação se refere ao uso dos recursos de comunicação das mídias sociais, partindo da premissa da potencialidade colaborativa desses meios. Para propor tal identificação, parte-se da ideia de Galindo (2002), que distingue reatividade de interatividade. Para o autor, interatividade implica em uma bidirecionalidade, o que significa que ser interativo é ser imprevisível, ou seja, ter comunicação de mão dupla com a ativa participação dos atores. Adaptando essa ideia, propõe-se a parametrização dos fluxos de comunicação em um grupo que atua nas mídias sociais como reativos, participativos e colaborativos. O fluxo reativo indicaria as respostas de membros do grupo a partir de um estímulo de outro membro do grupo, tal qual uma pergunta ou a solicitação de uma tarefa. O fluxo participativo seria a manifestação voluntária dos membros do grupo ao emitir mensagens, sem a necessidade de um estímulo de outro ator-chave do grupo. Já o fluxo colaborativo seria o uso

da potencialidade máxima das ferramentas das mídias sociais que resultariam em uma concepção de um discurso coletivo, no qual um ator pode complementar e interferir diretamente na mensagem do outro, tal qual a construção de um texto literário coletivo.

Ao se analisar os grupos quanto aos laços sociais, o fundamento teórico está em Granovetter (1983), reforçado por Recuero (2009), que divide os laços sociais em fortes e fracos.

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade (RECUERO, 2009, p.2)

Compreender a tipologia dos laços é elemento fundamental para análise dos grupos e reforça-se a ideia que mesmo redes com laços fracos podem ter um impacto social representativo.

Na dimensão tipologia dos vínculos, cabe verificar se os elos são formais ou informais, conforme Cunha (2006), ambos capazes de ação e transformações sociais representativas. Para ilustrar um vínculo informal, cita-se o exemplo de um grupo de amigos. Um vínculo formal pode

se expressar por um grupo de profissionais que formam uma rede para discutir um projeto em construção.

Em relação à institucionalização, é observado se o grupo é institucionalizado, o que caracteriza a posição do grupo na sociedade. Um grupo de condôminos organizado pelo síndico que discute as questões relativas ao condomínio é um grupo institucionalizado, uma vez que o condomínio existe formalmente, possui estatuto com regras de conduta e normas e é reconhecido legalmente pelo município. Já um grupo de amigos não é necessariamente institucionalizado, ou um grupo que se forma para uma ação de ativismo político sem a liderança de um partido específico, tal qual ocorreu com os protestos ocorridos no Brasil em junho de 2013<sup>1</sup>.

A análise quanto à temporalidade identifica se o grupo/rede é efêmero, criado a partir de um tema por acontecimento pontual, ou se é duradouro, pautado em relações que perduram. Cabe ressaltar que a temporalidade do grupo não possui relação direta com o

seu impacto na sociedade. Um grupo pode se formar e dissolver de maneira rápida e, no entanto, causar grande impacto nas relações sociais, como é o caso dos eventos denominados “rolezinhos no shopping”<sup>2</sup>;

Para identificar os grupos quanto à constituição, cabe considerar a gênese da rede, ao verificar se esta se deu no espaço das mídias sociais ou se é decorrente de uma história social anterior e que passou a atuar também no espaço das mídias sociais, ganhando visibilidade e novas possibilidades relacionais entre os atores, evidenciando a relação bilateral evidenciada por Ferreira (2008).

Compreender as redes quanto aos atores significa proceder identificação dos papéis desempenhados pelos atores, suas interações on e off line e a estrutura hierárquica das relações on e off line. Segundo Hanneman e Riddle (2005), “because ‘positions’ or ‘roles’ or ‘social categories’ are defined by “relations” among actors, we can identify and empirically define social positions using network data”.

<sup>1</sup> Em 2013, no Brasil, ocorreram várias manifestações sociais em várias cidades. O motivo inicial foi a contestação do aumento nas tarifas de transporte público, mas posteriormente abrangeu outros temas que expressaram a insatisfação da população, como os gastos públicos em grandes eventos esportivos internacionais e a má qualidade dos serviços públicos em geral. Esses movimentos foram declarados apartidários e as mídias sociais foram um instrumento importante para organização e divulgação das manifestações, contrapondo a cobertura da imprensa dos grandes grupos de mídia.

<sup>2</sup> Em 2014 grupos de jovens passaram a organizar, fazendo uso das mídias sociais, passeios em shopping centers, fato que expôs as contradições sociais da sociedade brasileira, evidenciando as consequências socioculturais decorrentes de, entre outros fatores, desigualdades na distribuição de renda. Inicialmente sem conotação política, e sim como forma de diversão, tais eventos ganharam dimensão política e adesão de grupos organizados.

O Quadro 1 sistematiza as dimensões e parâmetros propostos para as redes sociais que atuam em ambiente midiático.

**Tabela – Parâmetros para análise de redes sociais em ambiente midiático**

Dimensões	Parâmetros
Quanto ao objetivo	Comerciais
	Institucionais
	Pessoais
	Temáticas
Quanto ao fluxo de comunicação	Reativos
	Participativos
	Colaborativos
Quanto aos laços sociais	Fortes
	Fracos
Quanto à tipologia dos vínculos	Formal
	Informal
Quanto à institucionalização	Institucionalizados
	Não institucionalizados
Quanto à temporalidade	Efêmeros
	Duradouros
Quanto à constituição	Relacionados a uma história social anterior
	Formados/ oriundos em ambiente online
Quanto aos atores	Possuem relacionamento <i>offline</i>
	Possuem relacionamento apenas <i>online</i>
	Possuem relacionamento <i>oneoffline</i>
	Estrutura hierárquica do grupo em ambiente <i>offline</i>
	Estrutura hierárquica do grupo em ambiente <i>online</i>

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Para realizar tal identificação das redes, torna-se necessário operacionalizar uma coleta de dados das redes sociais estudadas que consiste na combinação de técnicas de pesquisa. Para aferir parte das informações acima, a observação das atividades da rede nas mídias sociais por um período determinado de tempo é suficiente. Outras informações, tais quais a constituição do grupo, pode exigir a realização de entrevistas com membros da rede para compreender o processo de formação daquele grupo, bem como sua estrutura hierárquica, que refere-se às relações entre os atores.

## Considerações finais

O artigo teve como objetivo propor um conjunto de parâmetros para análise dos grupos presentes nas mídias sociais, almejando uma contribuição metodológica e conceitual para a compreensão da formação de redes sociais em ambiente online. A busca de suporte teórico e caminhos metodológicos para fundamentar e compreender o cenário midiático contemporâneo faz parte do universo da pesquisa acadêmica no campo da comunicação, uma vez que “um aspecto que singulariza essas tecnologias é sua capacidade de engendrar novas formas de sociabilidade, novas formas de ação social, e o que nos interessa aqui mais proximamente, novas formas de produção de si, novos processos de subjetivação” (CALVINO, 2009, p. 46).

Com a convergência das mídias, que passam a ser pautadas na linguagem digital, conceitos anteriormente delineados se dissolvem ou se remodelam, uma vez que

os fluxos de comunicação ganham novos contornos. Cabe aos pesquisadores de comunicação identificar, conceituar e compreender as características que fundamentam esse cenário, bem como discutir as mudanças geradas em vários campos da sociedade, entre elas nas formas de agrupamento social, objeto desse artigo.

A sistematização de dimensões e a proposta de parâmetros apresentada é um ponto de partida conceitual e metodológico que visa contribuir com estudos sobre as mídias sociais, buscando romper com visões que homogenizam e exaltam a emergência das redes sociais na Internet como um fenômeno isolado e universal, e, assim, propor um olhar mais detalhado sobre os tipos de redes, vínculos e laços que existem no espaço das mídias sociais sem desconectá-los da história social do grupo fora do ambiente midiático.

## Referências

- ASUR, S.; HUBERMAN, B.A. Predicting the Future with Social Media. In: **2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology**, v. 1, p. 492-499, 2010. Disponível em: <<http://arxiv.org/pdf/1003.5699.pdf>>. Acesso em: 20jan. 2014.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 15 mai. 2012.
- CALVINO, M. Mesa de abertura. In: **Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2. ed. Conselho Federal de Psicologia. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.
- CARNIELLO, M. F. Categorização das Redes nas Mídias Sociais. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais do ... Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0284-1.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2014.
- CUNHA, Manuela Ivone P. da. Formalidade e informalidade: questões e perspectivas. **Etnográfica**, Lisboa, v. 10, n. 2, p. 219-231, 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0873-65612006000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0873-65612006000200001&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20jan. 2014.
- FERREIRA, J. Miatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. **E-Compós**, Brasília, v. 10, p. 1-15, 2007. Disponível em: <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/196/197>>. Acesso em: 12 mai. 2012.
- GALINDO, D. S. **Propaganda Inteira &ativ@**. São Paulo: Futura, 2002.
- GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: a network theory revisited. **Sociological Theory**, v. 1, p. 201-233, 1983. Disponível em: <<http://www.soc.ucsb.edu/faculty/friedkin/Syllabi/Soc148/Granovetter%201983.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2014.
- HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. **Introduction to social network methods**. Riverside, CA: University of California, Riverside, 2005. Disponível em: <<http://faculty.ucr.edu/~hanneman/>>. Acesso em: 20 jan. 2014.
- HEIM, M. The cyberspace dialectic. In: LUNENFELD, P. **The digital dialectic: New essays on new media**. Cambridge, MA: MIT Press, 1999.

HEIN, K. Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net. QF. **Redes. Revista hispana para El análisis de redes sociales**, v.24, n. 2, dez. 2013. Disponível em: <<http://revistes.uab.cat/redes/article/view/v24-n2-hein-tomazic-henriquez-et-al>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

KUNSCH, M. M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2002.

LEMOS, A. Mídias Locativas e Territórios Informativos. In: SANTAELLA, L.; ARANTES, P. (Org.), **Estéticas tecnológicas: Novos Modos de Sentir**, São Paulo: EDUC, 2008.

MAYFIELD, A. **What is social media**. ICrossing, 2008. Disponível em: <<http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

RECUERO, Raquel. Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes

Sociais no Orkut e nos Weblogs. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social / PUCRS, Porto Alegre, v. 1, n. 28, 2005. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/recuero\\_compos.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/recuero_compos.pdf)>. Acesso em: 31 mar. 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

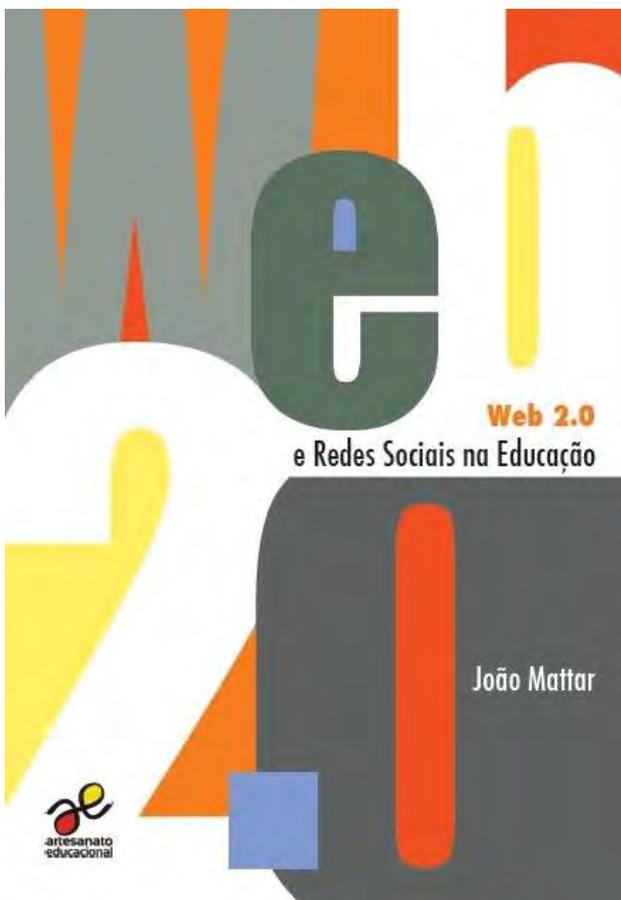
SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social / PUCRS, Porto Alegre, v. 1, n. 22. Porto Alegre, 2003.

TORRES, Claudio. **A bíblia do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2009

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

resenha





**bruno dos santos joaquim**

USP

Lato Senso em Ética, Valores e Cidadania na Escola pela Universidade de São Paulo. Professor de Ensino Médio na rede pública do Estado de São Paulo.

contato: [brunosjoaquim@hotmail.com](mailto:brunosjoaquim@hotmail.com)

Este início de século trouxe transformações relevantes, especialmente naquilo que se refere à relação da sociedade com o saber. Hoje essa nova relação é marcada pela expansão da cibercultura, das tecnologias da Web 2.0 e da construção da inteligência coletiva. Há uma nova dinâmica na produção e multiplicação do conhecimento, diretamente atrelada às novas tecnologias. A educação precisa agora ser pensada neste contexto e se faz cada vez mais necessário refletir acerca dos limites e possibilidades do uso das redes sociais e outros recursos da Web 2.0 como ferramenta de aprendizagem.

João Mattar, no livro “Web 2.0 e redes sociais na educação”, traça um relato, carregado de reflexão, sobre a utilização das tecnologias da Web 2.0 como ferramenta educacional. Há um longo debate entre

autores na elaboração de conceitos e na busca por teorias que expliquem este novo processo de aprendizagem, mas sua análise está sempre associada a relatos do uso das ferramentas e das redes sociais em atividades educacionais, o que sugere que a relevância de seu trabalho atende tanto pesquisadores quanto docentes interessados em trabalhar com estes recursos.

O debate teórico é expresso no primeiro capítulo, em que procura definir e diferenciar os conceitos de Web 2.0 e de redes sociais. No segundo capítulo, Mattar resgata as contribuições das teorias pedagógicas clássicas e pós-constructivistas com o objetivo de avaliar suas contribuições para a compreensão das novas formas de aprendizagem. Faz também uma abordagem bastante detalhada acerca do conectivismo, pedagogia baseada em rede, e dos

MOOCS – Massive Open Online Courses, como tentativa de explorá-lo. No terceiro capítulo, o autor traça relatos do uso das redes sociais e outras ferramentas, plataformas e interfaces em educação, como blogs, microblogs, wikis, imagens, podcasts, vídeos, games e outros. Por fim, o último capítulo é dedicado a refletir sobre a avaliação em ambientes cibernéticos de aprendizagem, em que se critica o uso exclusivo de avaliações de múltipla escolha em cursos EaD organizados na mera compilação de conteúdos, que não promovem qualquer interatividade.

A Web 2.0 representa uma mudança significativa nas relações de comunicação no ciberespaço, desde que o conceito foi estabelecido em 2004. Nela a web se transforma em plataforma, oferecendo ao usuário acesso à tecnologias que tornam desnecessárias a instalação de softwares caros em seu computador e favorecendo a criação de redes de inteligência coletiva e colaboração, como as wikis e os Docs, por exemplo. A contribuição dos usuários passou a ter papel fundamental na atualização dos softwares, em beta perpétuo, na produção de conteúdo, no trabalho online em grupo, isto é, a Web

2.0 é ancorada na ideia de colaboração. Neste contexto observa-se que as tecnologias da Web 2.0 que mais vêm se expandindo e que se fundamentam na colaboração e no compartilhamento de conteúdo são as redes sociais.

Os softwares de redes sociais podem ser considerados tecnologias da Web 2.0. Apesar de não terem sido elaborados para fins educacionais há diversas experiências de usos bem sucedidos das redes sociais no processo de aprendizagem no lugar, ou em conjunto, dos Ambientes Virtuais de Aprendizagem. As possibilidades de socialização e interatividade que as redes sociais promovem podem ser pedagogicamente bastante eficazes.

João Mattar promove um debate entre teorias de aprendizagem tradicionais e aquelas que propõem novas estratégias pedagógicas para dar conta desta nova relação do aluno com o conhecimento. Independente da teoria pedagógica que será entendida pelos especialistas como a mais abrangente, o autor demonstra a inevitável necessidade de mudança de

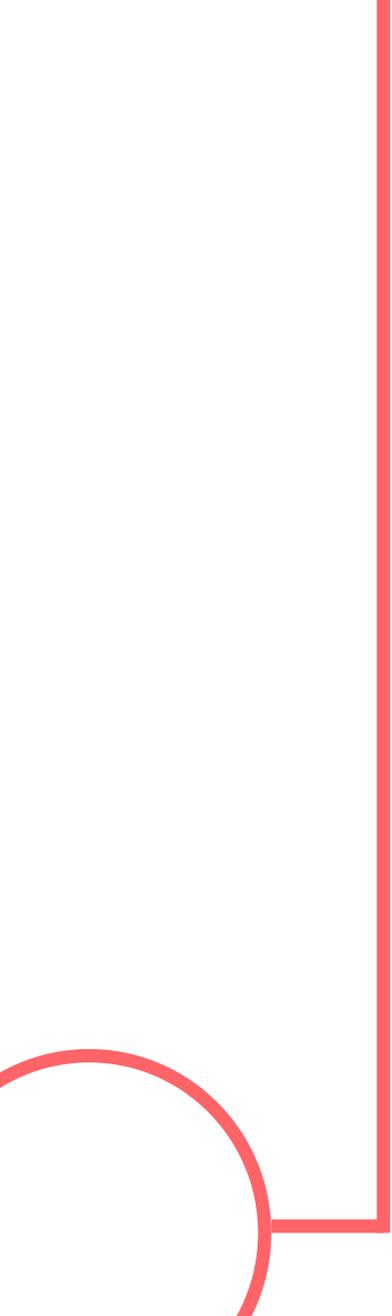
postura – e até de função – do professor ao incorporar e combinar ferramentas da Web 2.0 e das redes sociais.

O uso das redes sociais, em especial o Facebook, vem se expandindo aceleradamente entre os jovens no Brasil e no mundo. Há diversos relatos indicando que a interatividade deste ambiente e principalmente a presença massiva dos estudantes o torna uma ferramenta educacional poderosa. Ele oferece diversos recursos que permitem o compartilhamento de conteúdo em grupos de usuários, a construção colaborativa de conhecimento, a promoção de fóruns de debate, enfim, o Facebook e outras redes sociais com amplo acesso e interatividade podem funcionar muito bem como espaço de aprendizagem, desde que haja intervenção das instituições de ensino e seus professores.

Vale ressaltar, por fim, que as questões abordadas na obra de Mattar são ainda bastante novas, e que demandam muita experimentação e pesquisa. Algumas instituições se debruçam sobre as redes sociais, criando políticas para lidar com elas. O próprio Facebook vem

produzindo documentos para orientar educadores e escolas neste sentido. No entanto, o ponto central deste livro sugere algumas reflexões ainda demorarão a serem concluídas: as plataformas específicas de ensino e aprendizagem são mesmo tão necessárias diante da expansão das redes sociais e toda sua interatividade? Quais são as dificuldades no uso das tecnologias da Web 2.0 e das redes sociais como ferramentas pedagógicas? Há uma ferramenta ou uma rede social mais adequada, ou deve-se pensar no uso conjunto de todas? As teorias pedagógicas tradicionais são conta de compreender o processo de ensino e aprendizagem na cibercultura? Quais são as novas funções atribuídas ao professor? É necessária uma mudança de postura em qual direção? A Web 2.0 e as redes sociais serão definitivamente incorporadas pelas instituições de ensino e pelas políticas públicas educacionais como poderosos recursos de aprendizagem?

MATTAR, João. **Web 2.0 e redes sociais na educação**. São Paulo: Artesanato Educacional, 2013, 191 p. - ISBN 978-85-64803-00-8.



entre

vista



## com a Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Raquel Recuero

Raquel Recuero é jornalista, professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Letras e do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas. É formada em Jornalismo pela UCPel e em Direito pela UFPel, com mestrado e doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Suas áreas de interesse são redes sociais e comunidades virtuais na Internet, conversação e fluxos de informação e capital social no ciberespaço e jornalismo digital.

Atua ainda como consultora na área de mídia social, tanto na área de pesquisa, incluindo palestras e cursos de formação, quanto nas áreas de planejamento, desenvolvimento e monitoramento. Já trabalhou com empresas como Google, MySpace, Lolapps, AG2 dentre outras.



*clique na imagem do vídeo para seguir à entrevista.*

realizada por **cândida almeida**

SENAC-SP / PUC-SP

