

Marina Magalhães

JORNALISTAS NO COTIDIANO DAS REDES DIGITAIS



Marca de Fantasia

Marina Magalhães

JORNALISTAS NO COTIDIANO DAS REDES DIGITAIS



Marca de Fantasia
Paraíba - 2018

JORNALISTAS NO COTIDIANO DAS REDES DIGITAIS

Marina Magalhães

Série Veredas, 28 ♦ 2a edição - 2018



MARCA DE FANTASIA

Rua Maria Elizabeth, 87/407
João Pessoa, PB. Brasil. 58045-180
marcadedefantasia@gmail.com
www.marcadedefantasia.com

A editora Marca de Fantasia é uma atividade da Associação Marca de Fantasia e do NAMID - Núcleo de Artes e Mídias Digitais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Editor: Henrique Magalhães

Foto da capa: H. Magalhães. Foto da autora: Lorena Travassos.

Esta obra baseia-se na dissertação de Mestrado “Jornalistas no cotidiano das redes sociais: estudo do Orkut e da comunidade virtual *Jornalismo Cultural-PB*” apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba em 2011, sob orientação do Prof. Dr. Cláudio Cardoso de Paiva.

Imagens usadas neste estudo de acordo com o artigo 46 da lei 9610, sendo garantida a propriedade das mesmas a seus criadores ou detentores de direitos autorais.

M188j Magalhães, Marina
 Jornalistas no cotidiano das redes digitais. 2a edição.
 - Paraíba: Marca de Fantasia, 2018.
 124p. (Série Veredas, 28)
 ISBN 978-85-67732-86-2
 1. Jornalismo. 2. Jornalismo Cultural. 3. Redes digi-
 tais. 4 Internet. Título.

CDU: 070(0432)

*A todos aqueles que fazem parte
de alguma das minhas tribos.*

*Os homens criam as ferramentas,
as ferramentas recriam os homens.*

Marshall McLuhan

Sumário

- 7. Introdução
- 14. Definição da problemática
- 20. Metodologia
- 24. Comunicação e cotidiano
- 52. Cibercultura, comunidade e cibernacionalidades
- 68. Um Orkut entre redes
- 116. Considerações
- 118. Referências

Introdução

Ao longo da história da cultura surgiram importantes tecnologias de interação social que contribuíram para a consolidação do processo civilizatório. Porém, nada que se compare ao que conhecemos hoje como as redes sociais digitais, nos tempos da comunicação mediada por computador. Para entendermos a trajetória sociotécnica e comunicacional, capaz de influir nos domínios da arte, ciência, economia e política, propomos um recuo histórico para contextualizar as mídias digitais no cenário contemporâneo.

No âmbito da experiência cultural, o desenvolvimento dos meios técnicos e a expansão das mídias promoveram a emergência de novos modos de organização dos atores sociais. O jornal, o rádio, o cinema e a televisão são exemplos de como, historicamente, os meios, as linguagens e as tecnologias de comunicação vêm determinando formas específicas da vida em sociedade.

Esses aspectos se mostram com clareza a partir da leitura dos textos já clássicos de Walter Benjamin, *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (1935), e de Marshall McLuhan, *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1969). Mais recentemente, Derrick de Kherkhove (*A pele da cultura*, 2009), Massimo Di Felice (*Pós-humanismo: a relação entre o homem e a técnica na época das redes*, 2010), Lucia Santaella (*Cultura das mídias*, 2008), Pierre Lévy (*A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*, 2000) e André Lemos (*Cibercultura: tecnologia e vida so-*

cial na cultura contemporânea, 2007), entre outros pesquisadores, vêm colaborando com um embasamento sólido para a compreensão da cultura tecnológica.

Cada um deles, a partir de enfoques teórico-metodológicos diferentes, contribuem para entendermos o significado das relações entre as tecnologias de comunicação e a vida social. Por meio dessas leituras percebemos que na era pré-industrial, no tempo da comunicação interpessoal e dos meios analógicos, existia um forte estilo de coesão social, no qual os indivíduos eram bastante interdependentes. Convém notar que, na tradição, havia uma intensa modalidade de agregação entre os membros da tribo, caracterizada pela partilha dos saberes, dos modos de falar, de interagir e pela preservação dos significados comuns à coletividade, assegurando a sobrevivência do grupo.

Esse “espírito comum” ou “comunitário e tribalista” (MAFFESOLI, 2006), tornou-se mais frágil na chamada “Galáxia de Gutenberg” (McLUHAN, 1969). Isto ocorreu, primeiramente, com a invenção da escrita, e em seguida com o surgimento da imprensa, simultaneamente ao nascimento dos Estados Nações e das línguas nacionais. A partir da mídia impressa iniciou-se um processo que McLuhan (1969) convencionou denominar como “destribalização”, favorecendo um estilo de vida cada vez mais individualizado.

Naquele contexto, foi forjada a configuração de uma experiência sociocultural em que os atores sociais se comunicavam através da leitura: em particular, em silêncio e para si. Cultura resultante do advento dos impressos, contemporâneo ao nascimento dos indivíduos e das cidades, conforme afirma Mattelart no livro *A invenção da comunicação* (1994).

Embora ainda tenha passado por uma série de transformações, essa circunstância histórica se prolongou ao longo do século 20, com o rádio, o cinema e a televisão. Consequentemente, projeta-se uma dimensão narcísica e individualizante da cultura, reforçada pela ideologia dos meios de comunicação de massa, em especial pela televisão, conforme demonstra Muniz Sodré no livro *A Máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil* (1990).

Décadas depois, à época dos computadores pessoais, celulares, laptops, mídias locativas, redes telemáticas, a experiência da informação digitalizada veio a suprimir as barreiras de tempo e de espaço. Este fenômeno trouxe possibilidades de leituras imersivas, comunicações interativas e ações colaborativas, por meio das quais os indivíduos voltaram a se reunir – mesmo distanciados fisicamente – em comunidades virtuais, configurando novas formas de tribalismos.

Este termo usado por McLuhan (1969) e depois por Maffesoli (2006), seguidos por outros autores, ajuda-nos a decifrar o sentido das sociedades e culturas pós-massivas. Ao menos provisoriamente, a ideia nos serve como imagem conceitual para tratarmos das vivências eletrônicas e cibersocialidades¹ cotidianas em que as mídias têm uma influência marcante. É dessa forma que a condição (neo)tribalista (MAFFESOLI, 2006), que contempla a vida em comunidade (BAU-

1. Maffesoli (2006) denomina como socialidade as práticas cotidianas efêmeras, enraizadas no presente, isto é, multiplicidade das experiências banais coletivas descomprometidas com a homogeneização, institucionalização ou racionalização da vida de todo dia. Já o conceito de sociabilidade, para Maffesoli, caracteriza as relações institucionalizadas e formais de uma determinada sociedade. Essa cibersocialidade, portanto, seria sua definição para a atual socialidade em rede na qual internautas do mundo inteiro se relacionam em tempo real (MAGALHÃES, 2009).

MAN, 2005), projeta-se com vigor nas diversas instâncias da vida contemporânea. No caso do jornalismo, desde a hegemonia dos meios impressos, observamos como este consistiu em uma prática que foi se especializando passo a passo, atendendo a uma diversidade de interesses sociais, políticos e mercadológicos, consolidando categorias como jornalismo político, econômico, esportivo e cultural.

Hoje, quando se fala em “comunicação em rede” (SODRÉ, 2002), percebemos uma ampliação da oferta para as demandas específicas, como no caso do jornalismo cultural. Doravante, a comunicação de massa vai conviver com a “comunicação de nicho”, isto é, setorial, segmentada, voltada para públicos diferenciados – o que implica em um novo estilo de relação entre o jornalista, o meio e o leitor.

Neste contexto, a otimização dos recursos tecnocomunicacionais favorece aos interesses dos e-leitores-cidadãos-usuários (PAIVA, 2010) em busca especificamente das notícias referentes às manifestações culturais. As interações mediadas por computador beneficiam, sobretudo, a formação de grupos, comunidades e/ou tribos, que partilham interesses, desejos e expectativas em torno dos eventos, fatos e acontecimentos socioculturais.

Assim, chegamos à perspectiva por meio da qual pretendemos investigar a inscrição do jornalismo cultural na era da informação. Nas próximas páginas, observamos como, a partir da internet e das redes sociais digitais, instalam-se as comunidades virtuais, cujos membros se reúnem e interagem instigados pelos temas relativos a essa modalidade de jornalismo especializado.

Apresentação da comunidade *Jornalismo Cultural–PB*

No universo de conexões e relacionamentos proliferados pelas redes sociais está a comunidade *Jornalismo Cultural–PB*², um dos 996³ grupos virtuais ligados ao tema “jornalismo” pela rede de relacionamentos Orkut. Fundada em 24 de janeiro de 2004, pelo engenheiro turco da Google, Orkut Büyükkökten, na condição de fermenta de interação social e criação de novas amizades, o Orkut se instalou como a rede social digital com a maior participação de brasileiros. Um número que atualmente ultrapassa os 43 milhões de usuários⁴, sendo 28 participantes⁵ associados à comunidade investigada nesse projeto.

Antes mesmo da popularização do Twitter e do Facebook o Orkut inaugurou um diferencial referente à experiência da identificação dos seus participantes, dinamizando socialmente não apenas as questões afetivas, como também os aspectos profissionais, sociopolíticos e mercadológicos, por meio dos fluxos de interações oferecidos pela internet. Este dispositivo foi o primeiro – dentre outros como blogs, chats, fotologs, emails e programas de mensagens instantâneas similares ao “Messenger” ou “Google Talk” – a conceder

2. Disponível em: < <http://www.orkut.com.br/>

3. Levantamento atualizado em 12 de março de 2011.

4. Dados atualizados em 21 de fevereiro de 2011, através de reportagem disponível em: <http://acritica.uol.com.br/noticias/Lider-Brasil-Orkut-crescimento-Facebook_o_416958353.html>.

5. Dados atualizados em 12 de março de 2011.

mais controle aos seus usuários, oferecendo mecanismos de restrição de acesso conforme permissão dos membros, através de uma política própria de privacidade. Assim, apenas internautas cadastrados podem se vincular a agrupamentos sociais diversos, interagindo com participantes que demonstrem afinidades com o seu perfil ou interesse sobre temas em comum.

A partir da observação deste canal de interatividade aberto pelas comunidades do Orkut – distintamente da mediação limitada nos meios massivos – o objetivo proposto na seguinte pesquisa é entender o tipo de mediação realizada pelos jornalistas e demais usuários que participam da comunidade *Jornalismo Cultural–PB*. Através da análise do Orkut e das suas interfaces com outras redes sociais, objetivamos compreender como o grupo, representante de uma categoria profissional tão atuante no contexto das sociedades atuais, revela um campo propício para empreendermos um monitoramento do jornalismo cultural e das relações entre mídia, cotidiano e sociedade.

Partindo desse recorte, investigamos o agenciamento de uma articulação dos discursos dos jornalistas e a formação de um estilo de sociabilidade⁶ em rede, caráter bastante peculiar no contexto das práticas sociais e profissionais, capaz de trazer mudanças à comunicação contemporânea. Trata-se de um fenômeno de coesão comu-

6. Aqui nos referimos ao conceito de Georg Simmel (1906) traduzido por Simone Carneiro Maldonado (2000) como “a interação eletrônica via comunicação escrita sem objetivo comercial, financeiro ou acadêmico” (disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/maldonado-simone-chama-dourada.html>>). Hoje, treze anos depois, percebemos que essa comunicação também pode ser feita através de sons e imagens e que envolve os mais diversos fins, além das questões sensoriais previstas na sociabilidade simmeliana.

nitária, que não é tão recente, como vimos na tendência tribal que acompanha o homem desde o neolítico. Milênios depois, as redes sociais digitais comprovam (e atualizam) a necessidade humana de ultrapassar a simples manifestação para contato e proporcionar a formação de grupos de pessoas com expectativas, preferências e interesses mútuos.

Entretanto, convém ressaltar que o nosso objeto de estudo, a comunidade *Jornalismo Cultural–PB*, consiste em uma amostra das inúmeras comunidades existentes no Orkut. A escolha do tema em um universo tão diversificado, que abrange desde a configuração de grupos como *Filosofia e Psicanálise* até *Filosofia da Cachaça*, não foi aleatória. O foco se justifica pelo fato desta comunidade estar vinculada a um esforço dos participantes em repensar a produção do jornalismo cultural nos veículos de comunicação paraibanos, mas não nos impede de ampliar a discussão para as comunidades do seu entorno quando esta abordagem se mostrar pertinente.

Desta forma, cabe à presente pesquisa investigar as formas das relações sociais que repercutem do mundo dos afetos e do trabalho dos jornalistas. Pela janela aberta do Orkut, miramos as mensagens postadas pelos seus membros-usuários-cibercidadãos no enredo dos fóruns de discussão instalados neste site de relacionamento. Assim, a comunidade *Jornalismo Cultural–PB* será explorada como um espaço virtual onde se estabelecem novas possibilidades de comunicação, identificação e tribalização dos profissionais ligados ao campo jornalístico.

Definição da problemática

Diante do ritmo veloz, da profusão de informações e infinidade de conexões característicos do ciberespaço, faz-se necessário definir uma problemática de pesquisa em redes sociais digitais. Primeiramente, porque significa uma etapa metodológica que confere rigor à argumentação, sinalizando um caminho específico no exercício de investigação científica. Em segundo lugar, porque permite ao pesquisador evitar a dispersão em meio ao excesso de textos, imagens e sons digitalizados, assegurando um direcionamento mais objetivo e consistente ao longo do percurso. Enfim, porque organiza lucidamente as questões básicas referentes ao tema, geradas a partir de uma observação mais cuidadosa do objeto de análise.

Assim, quando mencionamos a problematização do tema e do objeto de pesquisa propriamente dito, referimos o empenho em explorar os matizes do jornalismo – e particularmente do jornalismo cultural – no amplo espectro da sociedade em rede. Ou seja, contemplamos o jornalismo em questão em uma época em que a digitalização da informação modificou completamente o modo de produção, circulação, consumo e repercussão das mensagens e dos objetos culturais.

Com consequência da mutação radical da experiência cultural na dita era da informação, convém repensar o papel do jornalista ligado ao trabalho de interpretação das manifestações culturais. O que está em jogo aqui é investigar a legitimidade e credibilidade do jornalismo cultural na Internet, ambiente em que as notícias são processa-

das em excesso, aceleração, instantaneidade e em cooperação com os mais diversos leitores-usuários-colaboradores.

Se por um lado ganhamos, em termos de democratização do acesso e participação no trabalho da informação, por outro lado, em um contexto tão “aberto” corre-se o risco de legitimar o exercício de uma experiência jornalística sem a exigência de critérios quanto à forma e ao conteúdo. Embora atente para esses aspectos, a problemática do nosso trabalho diz respeito diretamente às noções de cultura, do jornalismo cultural (e dos processos socioculturais) na era da informação.

Logo, conviria retomar preliminarmente a definição de cultura⁷, para aí situar o lugar do profissional de jornalismo cultural. Embora tal discussão tenha sido frequentemente inesgotada nos debates na área das ciências humanas e sociais, suspeitamos que a informatização social traz novos elementos para um enfoque mais atualizado. Sabe-se que com a antropologia, entendida como um feixe de saberes sobre as culturas humanas, ocorreu um deslocamento no conceito de cultura em relação à concepção cultural aristocrática, humanista e eurocêntrica. A partir de então, as outras etnias das várias partes do mundo passaram a ser reconhecidas e valorizadas, como as culturas africanas, orientais, asiáticas, latino-americanas, dentre outras.

Simultaneamente, a expansão dos estudos de semiótica aproximou ainda mais o enfoque no campo da comunicação e da cultura, fazendo com que a linguagem, os signos e o campo simbólico pas-

7. A autora da presente dissertação, Marina Magalhães, propõe uma discussão mais abrangente sobre “cultura” e “jornalismo cultural” em estudo anterior, no livro *Polarizações do Jornalismo Cultural* (2008, Editora Marca de Fantasia).

sassem a ser vistos como uma estrutura importante na formação dos processos mentais e sociais. Com a explosão das mídias e a disseminação dos seus efeitos, assim como as suas mediações pelos grupos sociais, o campo da informação, linguagem e comunicação são instâncias que vieram a merecer explorações mais detidas no âmbito dos estudos da cultura.

Ocorreu algo semelhante com as manifestações culturais emergentes na esfera do capitalismo global. As práticas sociais líquidas, efêmeras e transitórias, a partir da segunda metade do século 20, impuseram outra fisionomia à paisagem sociocultural. Assim, os fatos, acontecimentos e fenômenos ocorridos na vida cotidiana passam a ter uma maior importância no âmbito da experiência cultural. Primeiramente, isto ocorreu no campo do jornalismo (e das mídias), que devolveram os fatos cotidianos às comunidades, por meio de notícias, reportagens e documentários. E posteriormente, os fenômenos cotidianos foram sendo reconhecidos e legitimados pela academia (no domínio das ciências humanas, sociais e da comunicação), que passou a respeitar os modos de pensar, falar e agir, as maneiras de ser e os estilos de comportamento dos atores sociais e suas inter-relações na vida em comunidade. Daí a importância de um recorte metodológico que privilegia os estudos de Mídia, do Atual e do Cotidiano, mirando as comunidades virtuais geradas pelos meios digitais.

Convém entender que a complexidade típica das experiências individuais e coletivas, principalmente ao longo do século 20, levou os estudiosos a se empenharem na decifração das diversidades da cultura, seja ela científica, tecnológica, religiosa, política, de massa, pós-massiva, ambiental ou pós-humanista.

De olho nessa diversidade, o jornalismo – compreendido como registro, reportagem, relato, interpretação dos acontecimentos cotidianos – há muito passou a ser parte da experiência cultural. É o que absorve essa diversidade, reinterpreta e reelabora (esteticamente, tecnicamente e ideologicamente), para depois devolvê-la à sociedade, influenciando no imaginário coletivo e na modulação da ambiência sociocultural e política.

Partindo desse entendimento, no caso deste objeto de pesquisa, o jornalismo cultural, as relações entre a imprensa e a sociedade, a mídia e as manifestações culturais solicitam um olhar específico. Para começar, cumpre situar os meios da comunicação, as mídias e o jornalismo cultural no amplo domínio do capitalismo tardio, em que os mercados globais, impulsionados pelas tecnologias de informação, impõem um outro sentido à experiência cultural. E isto, evidentemente, vale também para o domínio das manifestações artísticas, expressão maior no campo da cultura.

Aqui então já temos uma sinalização importante para enunciar a nossa problemática, que diz respeito ao significado da cultura (e do jornalismo cultural) para os acadêmicos (os estudiosos, críticos, professores da comunicação e áreas ligadas à produção cultural) e para os profissionais do mercado (colunistas, repórteres, editores, publicitários, críticos, gestores) que formam opinião também a respeito do significado da organização cultural.

Não podemos deixar de refletir em nosso estudo sobre a preparação específica do jornalista cultural. E, considerando o avanço das redes de informação, cumpre discutir os atuais meios disponíveis de divulgação. Convém refletirmos acerca do papel do jornalista, como

crítico, intérprete, analista da cultura. É preciso igualmente fazer as necessárias distinções entre os diversos fatos, eventos, manifestações e acontecimentos, pois a partir da expansão dos meios de comunicação em tempo real, da internet, estas noções parecem um tanto misturadas. Em nossa “modernidade líquida” o sentido da história parece se dissipar, mas ao mesmo tempo não podemos deixar de reconhecer a importância da cultura midiática, da efervescência das narrativas cotidianas que estruturam (e atualizam) o imaginário social.

Estrategicamente, estabelecemos um recorte, procurando analisar as grandes questões, dúvidas e interrogações do jornalista cultural na era das redes digitais. Consideramos que estas se incluem no contexto distinto daquele instaurado pelas mídias tradicionais, em que se inserem - por exemplo - a dimensão da subjetividade e da objetividade no trabalho do jornalista cultural. Logo, cumpre focalizar a situação do jornalista tradicional face ao aparecimento dos novos meios informacionais e colaborativos. Caberia examinar até que ponto a convergência midiática e tecnológica está a serviço do jornalismo cultural, ou até que ponto o *métier* do jornalista cultural e o objeto da experiência jornalística se modificaram radicalmente a partir da inserção dos processos digitais, informativos e interacionais.

Todos estes elementos assinalados, em sua aparente dispersão, nos conduzem para a problemática central que diz respeito ao papel dos profissionais que sempre tiveram um lugar específico no contexto da experiência cultural e cujos procedimentos têm sofrido transformações a partir da criação do jornalismo digital, das mídias locativas, colaborativas, das redes sociais. Este é o problema sobre o qual nos debruçamos e pretendemos inspecioná-lo a partir de uma

rede digital específica, o Orkut, uma das primeiras redes populares do Brasil, ampliando a visão para a sua relação com outras redes contemporâneas. E, especificamente, nos voltamos para a comunidade *Jornalismo Cultural–PB*, para observar de que forma são discutidas essas práticas.

Metodologia

Nesta pesquisa sobre redes sociais digitais, colocamos em perspectiva o jornalismo cultural e buscamos organizar metodologicamente uma argumentação a partir das postagens, comentários, intervenções dos jornalistas, pesquisadores, gestores de mídia, profissionais e voluntários ligados aos temas discutidos na comunidade *Jornalismo Cultural-PB*, instalada no site de relacionamentos Orkut. A observação sistemática, o registro, o monitoramento e o esforço de reorganização das postagens capturadas no site constituem passagens obrigatórias em um estudo dessa natureza.

Neste sentido, seguimos um itinerário metodológico sugerido por pesquisadores-especialistas nesta subárea do conhecimento, constituída pelos processos interacionais gerados pela internet. Assim, aliamos os “estudos das redes digitais” e as “análises dos hiperlinks”, assimilando as sugestões contidas num recente opúsculo, pioneiro no campo, *Métodos de pesquisa para a internet* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Deste modo, iniciamos uma primeira exploração do ciberespaço, guiando-nos a partir da empiricidade e estrutura formal da comunidade virtual forjada pelo Orkut.

Em seguida, com a finalidade de analisar o fenômeno da interação dos jornalistas na comunidade virtual em questão, adotou-se como procedimento metodológico a pesquisa exploratória, conceituada por Gil (2002) como um caminho para proporcionar maior familiaridade com o problema. Essa escolha se deve, primeiramente, por-

que as mídias digitais configuram um fenômeno recente na história da cultura, requerendo o exercício de exploração e reflexão mais detido. Depois, porque este tipo de análise considera a interação entre o sujeito e o objeto de conhecimento – e todos nós, queiramos ou não, somos cotidianamente atravessados socialmente e profissionalmente pela irradiação das redes telemáticas.

Finalmente, também adotamos esse procedimento com o objetivo de explorar, sair do próprio habitat e migrar para outras instâncias do acontecimento cotidiano. No nosso caso, significa fazer uma leitura imersiva e colaborativa no âmbito de uma comunidade virtual, ligada ao nosso *métier*, o jornalismo cultural. Isto implica em traduzir o fenômeno comunicacional de forma orgânica, apreender o objeto em sua circularidade, em pleno vigor da experiência viva, em um momento em que os acontecimentos se fazem e se desfazem muito rapidamente.

Isto significa que, de algum modo, seguimos as orientações de um pensador como Bruno Latour (2004), que propõe uma teoria (e metodologia) explorando as inter-relações entre o “ator-rede”, o que vem a ser bastante fecundo em uma exploração das redes sociais propiciadas pelos meios digitais.

De maneira similar, a recorrência à leitura do livro de Alex Primo (2007), trouxe-nos valiosos *insights*, permitindo-nos tornar claras as nossas ideias (teoricamente e metodologicamente), pois sendo um dos primeiros trabalhos voltados para uma categorização dos tipos de “interação digital”, abriu caminhos para a sistematização de nossas análises.

No segundo momento da organização metodológica, a revisão bibliográfica sobre o tema abre o caminho para uma nova visibilidade

do objeto. As redes telemáticas – especificamente o Orkut – sob as lentes dos estudos de mídia, cotidiano e sociedade permitem novas leituras e interpretações, lançando-nos o desafio de compreender o fenômeno de maneira mais ampla, em suas ligações com o mercado, as comunidades locais e as culturas globais. Assim, o estudo se nutre de materiais interdisciplinares, extraídos de obras impressas, revistas especializadas, artigos científicos, videodocumentários, informativos e sites, sobretudo ligados ao campo das culturas midiáticas interativas.

Para aguçar uma contemplação do jornalismo cultural no campo das redes digitais, empenhamo-nos numa revisão teórica da evolução da mídia, destacando a sua interface com as relações sociais, com ênfase no presente, na era das tecnologias colaborativas. Em linhas gerais, buscamos mapear um itinerário no campo das mídias, seguindo o fio condutor das suas inter-relações com os processos socioculturais, desde os impressos até as redes sociais. Uma netnografia (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011) das postagens, comentários, críticas e intervenções dos participantes do Orkut nos mostra os temas mais incidentes, as ideias, os diagnósticos e as expectativas dos membros da comunidade *Jornalismo Cultural–PB* acerca do mundo que os rodeia.

A própria natureza do objeto de estudo – nômade e em constante transformação – implica na necessidade de uma mirada metodológica que possa capturar o sentido de uma experiência em fase de permanente mutação.

O Orkut antecede, historicamente e popularmente, o fenômeno do uso coletivo das redes digitais, sofrendo influências das redes

que lhe sucedem quantitativamente na preferência popular, como o Twitter e o Facebook. Então, metodologicamente é importante notar que o Orkut vai se transformando na medida em que assimila as informações das outras redes (e as modifica também) – o que nos leva a reconhecer os processos de otimização dos recursos sociotécnicos do nosso objeto de estudo.

Em síntese, permanentemente online, o Orkut solicita uma abordagem dialógica, polifônica e multidisciplinar, que possa confrontar os discursos e as linguagens como espelhos dessa veloz transformação social, evitando um enquadramento do objeto numa grade teórica que certamente não abrangeria a dinâmica das redes. A volatilidade do espaço virtual, sobretudo nas redes digitais, também é um aspecto investigado na pesquisa, no terceiro momento do estudo, etapa correspondente às análises.

O *corpus* empírico desta investigação é composto pelas postagens publicadas na comunidade *Jornalismo Cultural–PB*, do Orkut, desde o período de sua criação, em 22 de maio de 2006, até o dia 15 de março de 2011. Com base nas análises dos perfis dos integrantes da comunidade e dos materiais postados nesse recorte temporal, distante de ignorar a existência de outras redes e comunidades relacionadas, buscamos averiguar o movimento das trocas sociais e simbólicas que muitas vezes passam despercebidas em nosso dia a dia.

Deste modo, sinalizamos a nossa mirada metodológica, objetivando decifrar o significado das “novas” comunidades virtuais, que conferem sentido à existência cotidiana – virtualmente e presencialmente – investigando até que ponto elas interferem nos tempos do trabalho, do lazer e dos relacionamentos dos seus participantes.

Comunicação e cotidiano

Sobre a Comunicação

Desde as primeiras comunidades às tribos virtuais contemporâneas, os indivíduos sentem a necessidade de se comunicar como uma condição *sine qua non* do seu cotidiano; fenômeno que se reflete nos primeiros estudos acerca do tema.

E, basta observarmos – etimologicamente – os termos “*comunicare*”, “*communicatio*”, “*comunis*” e “*comunitas*”, para percebermos como estes engendram palavras como “comunicação” e “comunidade”, que jorram das fontes de uma mesma bacia semântica (SODRÉ, 2002).

Diversos têm sido os modelos utilizados para explicar os processos de criação, transmissão de informação e interação gerados ao longo das épocas. Contudo, existe algo de comum entre todos eles, pois emergiram impregnados de uma mesma finalidade: livrar o homem da condição de isolamento e colocá-lo no seio da troca ou da *conversação social*⁸.

Para compreender melhor o sentido da Comunicação ligada aos processos de socialização dos indivíduos, capaz de propiciar as trocas de informações e de promover – ao mesmo tempo – transforma-

8. O teórico Francisco Rüdiger utiliza o termo conversação social citando Gabriel Tarde “uma espécie de mediação cotidiana do conjunto das relações sociais, da difusão das ideias e da formação das condutas que têm lugar na sociedade” (RÜDIGUER, 2007).

ções no âmbito da organização social, traçamos agora um panorama de conceitos relacionados à experiência da *comunicação*. Essa palavra, para o pesquisador Dominique Wolton (1997, p.9), “é inacessível, polissêmica, indomável”.

Entretanto, considerando a sua relevância em plena Era da Informação, torna-se imprescindível o esforço de entender o itinerário das tramas teórico-metodológicas que tentam estabelecer algumas noções, terminologias, conceitos e definições para traduzir o sentido da experiência.

Comunicação enquanto processo social

Entre as definições do processo comunicativo, há quem o explique como “um processo aditivo, centrado no fluxo e na transmissão, em forma de rede” (COHN, 2001, p.43); como “uma simulação da consciência de *outrem*, o tornar comum (participar) um mesmo objeto mental (sensação, pensamento, desejo, afeto)” (MARTINO, 2008, p.57); ou ainda como uma questão que “não trata de pôr em comum apenas as diferenças, mas também as indiferenças” (SODRÉ, 2001, p.110).

Muniz Sodré (2001) acrescenta que esta ideia está implícita na origem da palavra *communicatio* (do latim clássico, ciceroniano), que significava propriamente *societas* ou sociedade abordada pelo ângulo comunitário da atração, comércio ou vinculação entre humanos, deuses e humanos, vivos e mortos. Neste caso, o autor se refere à ritualização de um laço que estaria prescrita na expressão *dies communicarius* (em português, Deus comunica).

Contudo, não é raro encontrar a definição de comunicação relacionada ao conceito de sociedade, independentemente da abordagem

se originar no campo da filosofia, antropologia, teologia ou sociologia. Neste último domínio, Wolton (1997) aproxima sua aceção da relação com as estruturas sociais, definindo três sentidos principais da comunicação: a comunicação direta, a comunicação técnica e a comunicação social.

Partindo do pressuposto de que “não há homens sem sociedade, também não há sociedades sem comunicação” (WOLTON, 1997, p.10), o autor explica o ato de comunicar como trocar algo com alguém. No sentido direto, o processo comunicativo é ligado a um modelo cultural, a uma representação do outro, à interação com um indivíduo ou com uma coletividade.

A comunicação norteadada pelo viés da técnica, por sua vez, teria surgido para quebrar as condições ancestrais da comunicação direta, substituindo esse primeiro sentido pelo modo da comunicação à distância, pois: “Hoje em dia entendemos por comunicação tanto a comunicação direta entre duas ou mais pessoas, quanto à troca à distância mediatizada pelas tecnologias (telefone, televisão, rádio, informática, telemática...)” (WOLTON, 1997, p.10).

Enquanto isso, a comunicação na condição de necessidade social é relacionada pelo pesquisador à questão das economias interdependentes, sobretudo devido ao modelo de abertura que impera no âmbito comercial e diplomático. Wolton (1997) aponta a interação como ponto em comum entre os níveis direto, técnico e funcional apresentados.

Entendimento mais simplificado, porém, não destoante do recorte proposto pelos autores citados, impera no senso comum. A compreensão generalizada do que é comunicação vai ao encontro da

situação de diálogo entre duas ou mais pessoas, o que também corresponderia à concepção da comunicação enquanto processo social.

Entretanto, uma visão pouco mais reflexiva acrescentaria que o conceito se estende aos animais e às máquinas, por também se comunicarem uns com os outros. Ainda se podem somar a esse entendimento a comunicação visual, a comunicação por gestos e a comunicação de massa, mostrando que o processo não está restrito à decodificação da mensagem transmitida apenas através de palavras.

A cadeia de conceitos sobre comunicação se desdobra, como uma vasta gama de interpretações, seguindo as inúmeras contribuições dos pesquisadores. Ainda assim, destacaremos a seguir as suas formações etimológicas, seu recorte enquanto saber científico e a sua perspectiva epistemológica, em termos de filosofia social, enquanto fio condutor dos processos de socialização.

Comunicação enquanto verbetes

Responsáveis por informar os variados sentidos de termos em uso por uma comunidade linguística, os dicionários⁹ ampliam o leque de sentidos para a expressão comunicação.

Primeiramente, ao defini-la como “ação, efeito ou meio de comunicar”; “transmissão de signos através de um código (natural ou convencional)”; “processo pelo qual idéias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social”; “relação, correspondência fácil, trato, amizade”; “capacidade ou processo de troca de pensamentos, sentimentos, ideias ou in-

9. Verbetes extraídos do levantamento publicado no artigo *De qual comunicação estamos falando?* (MARTINO, 2008).

formações através da fala, gestos, imagens, seja de forma direta ou através de meios técnicos”, ou “ação de utilizar meios tecnológicos (comunicação telefônico)”.

Essas primeiras significações são expressões que remetem à etimologia do termo, pois indicam o sentido de “relação”, de “pôr em contato” (MARTINO, 2008).

Outras variantes apresentadas pelos dicionários, que também substantivizam a comunicação como “a mensagem, informação (a coisa que se comunica: anúncio, novidade, informação, aviso... ‘tenho uma comunicação para você’, ‘apresentar uma comunicação em um congresso’)”, são questionadas pelo autor, que relativiza esse caminho para a sua definição:

Tome-se a página de um livro, por exemplo. Para um animal ou para uma pessoa analfabeta ou que não conheça o idioma utilizado (código), a página não é senão uma coisa, um objeto, não chegando a se constituir enquanto mensagem. (MARTINO, 2008, p.16).

Esse exemplo reflete uma crítica recorrente sobre a confusão entre o nível empírico e simbólico da comunicação. O primeiro estaria relacionado ao aspecto material, de suporte no processo, como a tinta e o papel, enquanto o nível simbólico exige a interação do leitor e do escritor, classificando a informação, por si só, como uma comunicação, um rastro deixado por uma consciência, podendo ser ativada, resgatada e decodificada a qualquer momento por outra consciência.

Todavia, um sentido revelado pelos dicionários¹⁰ emprega a ideia de concretude ao termo, definido como “lugar por onde se passa de um ponto para outro”, “comunicação de espaços (passagem de um lugar a outro), circulação, transporte de coisas: ‘vias de comunicação – artérias, estradas, vias fluviais’”, atribuindo significado relacionado a transporte.

Esse sentido viria da sua correlação com a atividade econômica e o comércio, resgatada da Grécia Antiga, onde falar bem e transportar mercadorias eram atividades mutuamente associadas. Uma combinação comprovada através das estórias do mitológico deus Hermes, conhecido, ao mesmo tempo, como mensageiro dos deuses e como aquele que zela pelas estradas e viajantes.

A explicação é do autor Luiz Martino (2008), que visualiza, na associação de comunicação à ideia de transportes ou circulação, um interesse antropológico. O teórico sinaliza por meio da delimitação de um processo através do qual a comunicação deixa de ser uma prática social imediata e constitutiva da consciência humana e das relações interpessoais para se tornar um exercício coletivo enquanto estratégia de poder:

A necessidade de ir ao encontro do estranho, estrangeiro, diferente (alteridade) para tentar entendê-los, pode ser um indício, através do desenvolvimento de uma instituição social (o

10. Significados extraídos a partir de levantamento pessoal da autora através do dicionário de português Michaelis, disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=comunicação>>. Acessado em 20 de agosto de 2010.

comércio) do que talvez tenha sido a primeira tomada de consciência da separação entre uma prática natural e espontânea e uma atividade consciente e racional (pois orientada para fins) de gerar comunicação. (MARTINO, 2008, p.19).

Ainda entre os verbetes dos dicionários, há a associação do termo comunicação com “disciplina, saber, ciência ou grupo de ciências”, em referência aos saberes que se debruçam sobre o estudo da matéria, como veremos no tópico seguinte.

Comunicação enquanto Ciência

Quando a modernidade trouxe o homem e as suas relações com a técnica e a natureza para o centro das atenções, rompendo com a tradição das comunidades e a legitimidade prévia de poucos locutores autorizados, o novo sujeito dotado de razão, vontade e capacidade de ação se vê às voltas com a palavra, seu instrumento primordial. A pesquisadora Vera França (2008) recorre à teoria de Michel de Certeau para explicar que, por esse motivo, a influência da época problematizou a questão da comunicação e voltou seu interesse para a comunicação, prática até então comum ao homem, que passou a ter mais atenção.

A virada da modernidade se caracteriza em primeiro lugar, no século XVII, sobre a desvalorização do enunciado e pela concentração sobre o ato de enunciar, a enunciação. Quando se tinha certeza quanto ao locutor (“Deus fala ao mundo”), a atenção se voltava para o ato decodificar os Seus enunciados, os ‘mistérios do mundo’. Mas quando essa certeza fica perturbada com as

instituições políticas e religiosas que lhe davam garantia, pergunta-se sobre a possibilidade de achar substitutos para o único locutor: Quem falará? E a quem? Com o desaparecimento do Primeiro Locutor surge o problema da comunicação, ou seja, de uma linguagem que se deve *fazer* e não somente *ouvir*. (CERTEAU, 1994, p.229, *apud* FRANÇA, 2008, p.46).

França (2008) ainda atualiza a ideia de comunicação como um conceito, uma forma de apreensão das mais diferentes práticas compreendidas pelos meios de comunicação de massa e pelos processos comunicativos que sempre existiram, sendo apenas problematizados e complexificados pela modernidade. A definição do termo, porém, é recente, conforme a autora cita através de Debray (1993):

Na França, o termo comunicação remonta ao século XIV, inventado por Nicole Oresme, filósofo e físico, conselheiro do rei Carlos V que fundou a primeira biblioteca real. (...) No século XIV, esse conceito era novo, pois o universo medieval conhecia apenas o conceito de comunhão que supõe uma não-distância, uma simbiose não somente entre os seus atores, mas também entre os médiuns e as mensagens. A intriga midiológica se trama talvez, completamente a montante, em redor desse primeiro desgrudamento, dessa flutuação, dessa liberação de uma distância problemática, insólita, entre um saber e uma forma, uma informação e um médium lingüístico (o latim), reflexo de uma distância nova entre os homens em que a questão da circulação do sentido surge como algo que já não é evidente, que deixou de ser “natural” (DEBRAY, 2008, p.33 *apud* FRANÇA, 2008, p.41).

Todas essas variações comprovam que a tarefa aparentemente simples de definir a comunicação torna-se complexa no ponto onde começamos a desdobrar as suas particularidades. A dificuldade também é atestada por seu caráter interdisciplinar, motivo o qual tantas outras disciplinas se debruçam a investigar aquilo que lhes é cabível, a partir de seus métodos e interesses particulares.

Porém, dentre tantas acepções características da polissemia do termo, para dar continuidade à reflexão proposta inicialmente sobre a formação de novas tribos no ciberespaço, adotaremos como conceito de comunicação aquele que a coloca como eixo desse processo de reorganização social, recorte que atenda ao que pretendemos abordar na presente pesquisa.

Comunicação enquanto elo das tribos

Para entender a comunicação como processo fundamental na ligação dos indivíduos na formação das tribos¹¹, enfocaremos sua nuance mais elementar no presente estudo, com o intuito de contemplar os objetivos da pesquisa sem descredenciar as suas demais significações.

Assim, propomos uma análise mais esmiuçada da etimologia do termo, que segundo Luiz Martino (2008, p.12) vem do latim, *communicatio*. Da expressão, distingue-se a raiz *munis*, referente a “estar encarregado de”, que acrescido do prefixo *co*, associado à ideia

11. As tribos são “microgrupos”, segundo definição do sociólogo Michel Maffesoli (2006). O autor utiliza-se dessa metáfora para explicar o processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa é chamada a representar dentro desse grupo.

de simultaneidade ou reunião, podem ser traduzidos como “atividade realizada conjuntamente”. A arrematação da terminação *tio*, completaria a ideia de atividade.

Este sentido, segundo o autor, foi o significado pioneiro do termo comunicação no vocabulário religioso, no qual a expressão teria aparecido pela primeira vez. Em uma época de Cristianismo Antigo, quando a vida eclesiástica era marcada pelo isolamento – esforço entendido como necessário para a reflexão que levaria ao conhecimento de Deus –, *communicatio* denominava justamente o momento em que os eclesiastas quebravam essa postura individualizada para “tomar a refeição da noite em comum”.

Mais que uma simples ceia, a atividade representava a ruptura na condição de isolamento em que viviam:

[...] e nisto reside a diferença entre a *communicatio* eclesiástica e o simples jantar da comunidade primitiva. Não se trata, pois, de relações sociais que naturalmente os homens desenvolvem, mas de uma certa prática, cuja novidade é dada pelo pano de fundo do isolamento. Daí a necessidade de se forjar uma nova palavra, para exprimir a novidade dessa prática. (MARTINO, 2008, p.13).

Entre tantas acepções ora simplificadas ora complexas do termo, a significação original, empregada pelos eclesiastas há milênios de anos, traz implicações essenciais para a contemplação do presente estudo. Especifica a comunicação enquanto um conjunto de relações, cujos elementos destacam os indivíduos de um contexto de isolamento,

rompendo a situação através de uma realização em comum, tal qual acontece com as tribos que estudaremos nos capítulos posteriores.

Em consonância com este sentido também está uma das definições de comunicação de Dominique Wolton (1997). Este autor trabalha com dois significados da palavra: o sentido de partilha, próximo da concepção de comunicação normativa, e o sentido da ideia de difusão e transmissão, próximo do entendimento de comunicação funcional.

O sentido normativo seria o mais indicado para a aplicação nesse estudo, por remeter à vontade de intercâmbio, de partilhar alguma coisa em comum, para uma compreensão mútua. Enquanto a ideia de comunicação funcional, segundo o autor, estaria mais ligada às necessidades de comunicação e das sociedades abertas, nos seus aspectos econômicos, financeiros e de serviços.

Contudo, objetivando consolidar a aplicação da comunicação inserida no contexto de reorganização social em novas experiências de tribalismo, é importante diferenciar a expressão do termo participação, no que diz respeito ao seu sentido mais amplo ou platônico, que segundo a tradição filosófica explicada por Martino (2008) estaria relacionada à relação dos seres sensíveis com as ideias.

Como exemplo, o autor compara as folhas das árvores com as esmeraldas, afirmando que ambas participariam da “Idéia de Verde” por “terem algo em comum”, o que não significaria uma relação comunicativa propriamente dita, apenas pelo fato de apresentarem características ou propriedades semelhantes.

[...] comunicar não é ter “algo em comum”, apenas por ser membro da mesma comunidade. Não se trata de comungar alguma prática, fazer alguma coisa juntamente com outras pes-

soas, uma espécie de “ação ou hábito coletivo”. Como vimos, no próprio sentido etimológico do termo já aparece a comunicação como produto de um encontro social, a comunicação designa um processo bem delimitado no tempo, mas ela não se confunde com a convivialidade. (MARTINO, 2008, p.14).

Esse tipo de relação intencional exercida sobre o outrem que exprime a noção de comunicação também pode ser simplificada, sob essa mesma ótica, na decomposição do termo comum + ação, que também significaria ação em comum. Na perspectiva desse pesquisador em especial, entretanto, esse “algo em comum” não diz respeito às coisas materiais, mas sim ao mesmo objeto de consciência.

A ideia apresentada, de compartilhamento de consciências, difere dos processos que ocorrem entre corpos materiais ou organismos. Nas coisas, por exemplo, a relação de transmissão entre dois objetos ou uma máquina e outra se estabelece através da troca de força e de calor, enquanto os animais reagem aos estímulos específicos das suas espécies (estímulo-organismo-resposta). Apenas para o ser humano a comunicação se constitui como uma relação, assumindo sua forma simbólica, por se tratar de um ser da comunicação.

[...] *consigo* (subjetividade) com *o mundo*, ambos entendidos como o produto da comunicação com *outrem*, pois assim como a subjetividade não é um dado natural, as coisas não se apresentam ao ser humano de forma direta, mas são construídas graças à mediação do desejo, conhecimento e reconhecimento de outrem. (MARTINO, 2008, p.23)

Com base no conceito de comunicação – enquanto instrumento de ruptura da condição de isolamento humano, e das mensagens como construção de significados a partir da mediação da consciência dos atores envolvidos no processo comunicativo – estudaremos a importância do ato de se comunicar. Propomos, no próximo tópico, um breve panorama de como essa necessidade impactou diretamente na vida social e no cotidiano do homem ao longo dos tempos.

A comunicação e as civilizações

Neste tópico, tomaremos como base a obra de Antonio Hohlfeldt (2008), autor que especifica a comunicação como uma habilidade que se aprende, exclusivamente humana e eminentemente social, própria dos seres incapazes de viver sozinhos. Ele classifica o processo comunicacional em quatro níveis:

- a) Intrapessoal: do indivíduo para consigo mesmo, que ocorre internamente, em uma só pessoa, referida pela psicologia;
- b) Interpessoal, que se dá entre duas pessoas;
- c) Grupal, que acontece entre uma pessoa e um grupo, ou ao contrário;
- d) Comunicação de massa, através dos veículos de comunicação;
- e) Caberia, ainda, repensar a comunicação na era da informação: comunicação pós-massiva, digital ou interativa.

Entretanto, como recorte de comunicação humana, o autor associa os processos comunicacionais aos desenvolvimentos sociais ao

longo da história, destacando cinco diferentes momentos da civilização ocidental.

O ponto de partida é a invenção da escrita pelos sumérios em 3.500 aC., que depois do seu surgimento entre judeus e gregos teve papel fundamental no registro, codificando as diferentes narrativas mitológicas dos povos, a exemplo da epopeia de *Gilgamesh*, do *Antigo Testamento* judaico-cristão, do hindu *Bhagavad-Gita* e do *Corão* árabe. Sem esses arquivos de ideias, costumes e ensinamentos, seria impossível manter a continuidade das tradições nas civilizações seguintes, como acontece até hoje – com o diferencial que essa inteligência coletiva contemporânea agora acontece dentro da internet, em sites como Google ou Wikipedia.

Hohlfeldt (2008) afirma que foi no século V aC., em meio ao processo de urbanização das antigas comunidades rurais gregas, sobretudo motivado pela expansão do comércio impulsionado por um tratado entre Esparta e Atenas – prevalecendo esta segunda como império em relação às civilizações vizinhas – que surgiram os primeiros estudos sobre a comunicação humana. Nessa época, também são apontadas as práticas pioneiras como estratégia de poder, pelos sofistas¹², intelectuais acusados de manipular a mente humana através das palavras.

12. São os filósofos de perspectiva extremamente crítica, que passaram a ser mal vistos pela sociedade após o surgimento dos problemas nos contratos assinados por Atenas e Esparta, o que teria desencadeado as chamadas Guerras do Peloponeso, que levariam ao desaparecimento das sociedades gregas. (HOHLDFELDT, 2008, p.68).

Contribuições importantes desse grupo de pensadores para o estudo da comunicação foram dadas por Platão, com *O Mito da Caverna* no livro VII de *A República*, e por seu discípulo Aristóteles.

Por meio de uma alegoria, o primeiro fala dos seres, do processo de comunicação e do conhecimento. Explica a negação da possibilidade de troca de informações entre os homens, condenados à escuridão¹³ e à condição de prisioneiros da caverna, pois aquele que se aventurasse a desfrutar da liberdade fora dela enfrentaria o risco de se adaptar à luz ou de não ter as suas novas experiências compreendidas quando retornasse. Podemos aproximar esse mito do que acontece atualmente nas redes sociais, uma vez que os indivíduos analógicos de outras gerações também precisam se adaptar para serem incluídos no admirável mundo novo digital.

Aristóteles, discípulo de Platão, por sua vez, admitiu a possibilidade da comunicação, considerando o homem um agente de modificação da natureza por excelência. O filósofo considerava o ato de imitar indissociável do ser humano, afirmando, contudo, que as imitações ocorriam de modos diferentes, sendo o primeiro a refletir sobre os gêneros artísticos. Ele partia do pressuposto que o ser humano não é um ser individual, mas coletivo, um animal social¹⁴, diferenciando-o de outros animais pela capacidade racional traduzida em linguagem, responsável por expressar sentidos como o bem e o mal, o justo e o injusto.

13. Metáfora do Mito da Caverna, de Platão, relacionada à ignorância humana.

14. Conforme afirma em *Política*, texto do filósofo grego composto por oito livros (I: 1252a - 1260b, II: 1261a - 1274b, III: 1275a - 1288b, IV: 1289a - 1301b, V: 1301b - 1316b, VI: 1317a - 1323a, VII: 1323b - 1337a, VIII: 1337b - 1342b).

A fundamentação aristotélica insere a ideia de Retórica como parte do contexto da Dialética, como um recurso utilizado para a persuasão, sendo o primeiro teórico a formular a situação comunicativa por excelência, baseada em: o que fala, aquilo de que fala e aquele a quem fala¹⁵. Essa prática fazia com que os gregos se sentissem como parte de uma sociedade, integrando-a dentro de uma comunidade. “A comunicação, assim, contribuía, no dia-a-dia, para constituir e formalizar a comunidade grega, integrando todos os seus participantes” (HOHLFELDT, 2008, p.80).

Essa retórica antiga, que nos meios de comunicação de massa foi centrada nos poderes do Estado, da Igreja e dos veículos de comunicação, hoje retorna em um modelo democrático e plural, no qual todos têm vez e voz na era da informação.

O segundo momento apontado como marco na civilização ocidental, por sua vez, vem de Roma, do século I aC. ao século I dC. As narrativas dos feitos bélicos marcaram o texto romano, principalmente no caso do imperador Júlio César, o primeiro a registrar suas façanhas, muitas vezes de próprio punho, em primeira pessoa e em estilo próprio¹⁶. Essa preferência o diferenciava de seus antecessores, que preferiam fazer referências às conquistas do passado.

Júlio César também foi pioneiro na adoção do latim como língua única nas atividades públicas, forçando os povos dominados a fala-

15. Teorema relido vinte séculos depois por Harold Lasswell: emissor (fonte), mensagem, receptor.

16. Segundo Holhfeldt (2008, p.81), estilo hoje denominado primeira pessoa enfática, muito comum no discurso do Direito, que é o uso da primeira pessoa do plural, nós, ainda que se referindo apenas e unicamente a uma pessoa. No caso do imperador romano, a ideia era frisar a realeza na qual se achava investido.

rem o idioma dos seus dominadores, evitando problemas na comunicação. O imperador romano ainda teria instituído a elaboração de *actas diurnas* sobre as sessões diárias do Senado, apontadas como embrião da notícia jornalística como a vemos atualmente – seja nos jornais impressos, nos portais de notícias ou blogs jornalísticos –, por se tratar de um relato fidedigno de um acontecimento, com periodicidade e atualidade. Primeiramente, as atas eram afixadas nos muros do Senado, passando depois a ser copiadas e distribuídas para informar a população das regiões distintas, estratégia ampliada nas atuais postagens nas redes de alcance global.

Essas medidas mostram que algumas das organizações da sociedade, tais como o sistema de correios, lançado décadas depois por César Augusto, sobrinho-neto e herdeiro de Júlio César, provém da já antiga necessidade de se manter um sistema de comunicação mais eficaz. A construção de estradas especiais, para facilitar a troca de informações entre o império romano e as sedes administrativas das províncias, reforça a tese de que o desenvolvimento da cidade também está relacionado ao processo comunicativo – como também vivenciamos nos projetos de pavimentação digital que começaram a conectar as cidades brasileiras.

Sem questionar a importância e utilização das estratégias romanas, modelos de comunicação continuados e aperfeiçoados na atualidade, as práticas foram associadas ao controle social, com fins de garantia de poder e do pleno exercício político. “Antecipando-se às crises, mantendo-se informados de tudo o que acontecia, os governos romanos evidenciaram que uma das funções básicas da comuni-

cação é, justamente, a de garantir não apenas a informação, quanto a opinião consensual” (HOHLFELDT, 2008, p.83).

A Itália, entre os séculos XV e XVI, é o terceiro marco registrado neste panorama, com a popularização do tipo móvel e da imprensa. Propagados pelos mercadores europeus, com destaque para os situados às margens do Mediterrâneo, nas cidades-estado de Gênova e Veneza, os novos produtos possibilitaram a difusão de informações em tempo jamais visto.

Como reflexo da criação da imprensa, a partir do século XVII, por volta de 1605, folhas informativas, muito parecidas com os atuais jornais, passaram a ser vendidas nas entradas das cidades europeias e nas feiras, onde os mais letrados liam os textos em voz alta para que aqueles que não sabiam ler pudessem entender.

“Essa foi, na verdade, uma nova função logo descoberta para os processos de comunicação: a popularização de novidades” (HOHLFELDT, 2008, p.88). Assim, se compararmos o imperativo do inédito e do instantâneo, daquela época, com o que acontece nas mensagens de até 140 caracteres trocadas via Twitter, perceberemos que nem tudo é mera coincidência – e sim um aperfeiçoamento técnico ao longo das civilizações.

No centro das mudanças sociais provocadas pela Revolução Burguesa, em 1789, na França, começa o quarto momento histórico no qual a comunicação teve um papel relevante. Esta época foi marcada pela valorização da educação, já que a nova classe emergente, a burguesa, não possuía sangue azul ou antepassados ligados à nobreza para ostentar. Foram rompidos os laços entre a escola e a religião e todos passaram a ter acesso à educação.

Ao lado da Revolução Burguesa estava uma conquista importante da época, a atividade dos enciclopedistas, que tinham como finalidade reunir em uma única obra, por meio de verbetes de diferentes autores, o conjunto de conhecimentos disponíveis em toda a Europa. Sua obra de maior destaque foi a *Encyclopédie*¹⁷, iniciada em 1757, com 17 volumes, realizada por Denis Diderot (1713-1784). Inicialmente, contou com a colaboração de autores do quilate de Voltaire, Montesquieu, Rousseau e Jacourt, que aos poucos abandonaram o projeto com medo de sofrer represálias.

Medida semelhante no que diz respeito à valorização do conhecimento foi a aplicação prática da máquina a vapor à indústria da impressão, umas das inúmeras descobertas do período pós-Revolução Industrial, que possibilitou o barateamento e a popularização do livro. Jovens e mulheres recém-alfabetizados passaram a ler mais, atraídos pela acessibilidade, facilitada pelos gabinetes de leitura e pela profusão de gêneros literários.

Foi assim que, em pouco menos de um século, a França poderia dar-se ao luxo de experimentar um processo tão curioso quanto aquele que Émile de Girardin e seu sócio, Armand Dutacq, lhe proporiara no ano de 1836: o jornal diário, vendido com antecedência, através de assinatura, tendo como chamariz o

17. Projeto inspirado em obra similar do inglês Ephraim Chambers (1680-1740), publicada em 1727 (HOHLFELDT, 2008, p.89).

chamado romance-folhetim¹⁸. [...] a reunião das duas práticas e, mais que isso, a sua utilização para a promoção da assinatura do jornal, isso sim foi a grande novidade (HOHLFELDT, p. 90-91).

A produção de romances em série, tais quais os outros produtos industriais, a massificação da comunicação e o alargamento do público consumidor desses produtos seriam classificados anos mais tarde como embrião da Indústria Cultural, pelos teóricos frankfurtianos Adorno e Horkheimer. Pois, foi o romance-folhetim que deu origem ao modelo de narrativa contínua, com enredo e múltiplos personagens, que influenciou um estilo que as histórias em quadrinhos, o cinema, o rádio e a televisão – ora nas famosas telenovelas, ora nos seriados e programas de *reality show* – explorariam.

○ marco das novas tecnologias

O quinto e último marco histórico apontado por Hohlfeldt (2008) se inicia no século XX e vai até os dias atuais. Esse período de desenvolvimento tecnológico, contudo, foi precedido por uma safra de descobertas bastante férteis que diriam muito sobre os anos seguintes. Foi a época da invenção do cinema, pelos irmãos franceses Lumière, em 1895; do surgimento das chamadas Ciências Humanas, com destaque para os estudos de Charles Darwin e Sigmund Freud, além dos avanços nas Ciências Exatas.

18. Caracterizava-se por uma narrativa dinâmica, construída em partes que deviam atingir um suspense a cada momento em que terminasse o espaço da publicação, de modo a manter o leitor preso até a próxima edição. Costumava-se iniciar a publicação de um novo romance sempre num período próximo à renovação das assinaturas (HOHLFELDT, 2008, p. 91-92).

As descobertas tecnológicas do século anterior também foram fundamentais para o estopim dos novos meios de comunicação tais como os vemos hoje, a exemplo da eletricidade, pelo italiano Alessandro Volta (1853); o telefone sem fio, por Alexander Graham Bell (1876); o fonógrafo, por Thomas Alva Edison (1878), mesmo criador da lâmpada elétrica; o telégrafo, por Baudot (1878), e a radiodifusão telegráfica, por Guglielmo Marconi (1896).

O dinamismo era tamanho que, para muitos autores, como Hohlfeldt (2008), o século XIX não terminou com o início do ano de 1900, mas só após os grandes impactos da 1ª Grande Guerra Mundial, em 1914. Quinze anos depois, como tentativa de revisar as descobertas tecnológicas citadas, surge a televisão, quase simultaneamente na Inglaterra, na União Soviética e nos Estados Unidos. A invenção funcionava pela emissão de pontos elétricos, transmitidos em linhas justapostas, que permitiam a leitura de imagens, transmissíveis a longas distâncias.

As redes telemáticas

Cerca de vinte anos depois, no contexto da 2ª Grande Guerra, surgiu outra gama de artigos tecnológicos, a exemplo do radiotransmissor e o computador eletrônico, em 1959. A primeira geração destas máquinas produziu equipamentos gigantescos, que correspondiam a prédios inteiros, compactados quase 20 anos depois para o modelo *personal computer*, graças à descoberta dos chips, na década de 1960.

Ainda em 1957, a União Soviética enviou ao espaço o Sputnik, seu primeiro satélite artificial, seguida pelos Estados Unidos, que um ano depois criaram a ARPANET, rede pioneira de comunicação

informatizada desenvolvida para fins militares. Em 1962, chegou a vez dos norte-americanos enviarem ao espaço seu primeiro satélite de comunicações, o TELSTAR, somando um importante avanço para a comunicação:

Tudo isso constituiria o que Zhigniew Brzezinski denominará de tecnotrônica (1969), isto é, a combinação de diferentes tecnologias que, a menos de cada cinco anos, permite um novo salto tecnológico, em movimentos cada vez mais rápidos e amplos (HOHLFELDT, 2008, p.96).

Esse panorama baseado no levantamento histórico de Antonio Hohlfeldt (2008) propôs um recorte, com base em marcos importantes no processo de formação das comunidades ocidentais. A retrospectiva também poderia ter sido elaborada a partir da experiência dos índios, dos maias, dos incas, dos astecas ou das comunidades orientais, que passaram por processos semelhantes de evolução tecnológica e organização social, guardadas as particularidades de cada uma dessas civilizações.

O percurso escolhido, contudo, objetiva mostrar que, embora as conquistas tecnológicas mais recentes tenham possibilitado a reconfiguração dos modelos de comunidades anteriores, cujas motivações estudaremos mais adiante, o desenvolvimento social está diretamente vinculado ao desenvolvimento de um sistema de comunicação eficaz.

○ lugar da comunicação no cotidiano

Mirando o longo itinerário da história das civilizações, percebe-se que estudar a vida cotidiana também é se debruçar sobre a presença dos meios de comunicação no dia a dia das pessoas. Essa necessidade visa observar de que forma esta mídia incide em sua vida social, tanto em seus aspectos mais amplos como específicos.

Na contemporaneidade, em especial, os meios de comunicação ocupam uma posição central nas atividades diárias dos indivíduos. Ao longo de todo o dia, fazem-se presente tanto nos lares – através das notícias jornalísticas, propagandas e programas de entretenimento transmitidos pela televisão, rádio, jornais e sites –, quanto nas ruas, na comunicação visual urbana, através dos outdoors, pichações, panfletos, faixas e demais meios de informação.

As relações de trabalho, antes restritas ao contato pessoal, recado, carta ou telefone, hoje dispõem de uma mobilidade de longo alcance, por conta das facilidades tecno-comunicativas obtidas com os aparelhos celulares, via emails e redes digitais – uma vez que os “telefones” mais modernos já funcionam como uma espécie de computador portátil. A mesma mediação vem influenciando nas atividades no campo educacional, nas salas de aulas, com os cursos de ensino à distância e a realização de atividades online.

Partes dos momentos de lazer e descanso também estão contaminadas pelos *media*, seja no momento de assistir as telenovelas, os seriados televisivos, ir ao cinema ou simplesmente navegar na Internet em seus *smartphones* e *I-Phones*. É como se o dia a dia das

pessoas sofresse a influência dos meios, desde a hora em que elas se acordam ao momento em que vão dormir, ocupando um papel central em seus cotidianos. Basta observar que nas famílias, cada membro, à sua maneira, desenvolve as atividades diárias enquanto permanece conectado a algum meio de comunicação e informação.

Para o sociólogo francês Michel Maffesoli (1985, p.64), a ideia de cotidiano – cada vez mais impregnado pelos suportes tecno-comunicacionais – não deve ser definida como um conceito, limitado, fechado e inorgânico. Ele o define como um estilo de época, um conjunto de signos que representa determinado momento histórico:

[...] o cotidiano não é um conceito que se pode, mais ou menos utilizar na área intelectual. É um estilo no sentido [...] de algo mais abrangente, de ambiente, que é a causa e o efeito, em determinado momento, das relações sociais em seu conjunto [...] de tudo o que foi dito, deve-se lembrar que o estilo pode ser considerado, *strictu sensu*, uma encarnação ou ainda a projeção concreta de todas as atitudes emocionais, maneiras de pensar e agir, em suma, de todas as relações com o outro, pelas quais se define uma cultura (MAFFESOLI, 1985, p.64).

A teoria maffesoliana pode ser aplicada na presente pesquisa no momento em que enfocamos o cotidiano das tribos, considerando a diversidade de estilos e épocas ao longo da história. Conforme explica Wellington Pereira (2007), apoiado nas postulações do autor, a cultura e a comunicação começam a interagir com o cotidiano no problema da alteridade, de reconhecimento do outro e na maneira de pensar

e agir dos indivíduos. Sendo assim, evitaremos pensar o estilo como algo pessoal, mas estabelecido pelas próprias tribos e comunidades.

O cotidiano como procedimento metodológico

A presença da comunicação é marcante no cotidiano do homem desde o princípio dos tempos. Entretanto, esta experiência foi problematizada com enfoques e interpretações diferentes pelas mais distintas civilizações, seja como fator de vinculação social, instrumento de manipulação ideológica das massas, organização da sociedade ou como uma ferramenta importante nas mais diversas atividades diárias.

Uma característica singular do campo comunicacional é a perspectiva de análise da comunicação na vida cotidiana sob a influência de outras áreas de conhecimento. Neste ponto, especificamos as interfaces da comunicação com a sociologia do cotidiano, ramo da sociologia compreendida como uma corrente teórico-metodológica que aborda o cotidiano a partir das situações de interação.

Os instrumentos analíticos aplicáveis nessa área da sociologia enquadram-se num modelo que podemos denominar de situacionismo metodológico, que propõe a formulação de questionamentos a partir das nossas questões mínimas, segundo definição de José Machado Pais (2003).

O pesquisador explica que esse caminho procura desenvolver capacidades para um “surpreendimento” com a realidade para que melhor se possa problematizá-la, partindo do cotidiano que nos rodeia e de todos os seus enigmas, deslocando a atenção da sociologia antes centrada exclusivamente nos grandes dispositivos e sistemas sociais.

No caminho contrário ao que tantas teorias propõem em relação à estratificação de conceitos, no sentido positivista do termo, para interpretar fenômenos sociais dinâmicos – como os relacionamentos mediados pelos meios de comunicação –, torna-se necessário proceder de forma mais maleável, como esse recorte da sociologia do cotidiano propõe: o estudo do instante, a iluminação da parte, da superfície, do fragmento, para tentar compreender mais profundamente a realidade de uma época.

O cotidiano em Simmel

A proposta do pensador alemão Georg Simmel é transformar o cotidiano em uma permanente surpresa – surpreendimento este que poderemos comprovar mais adiante, na análise das trocas simbólicas cotidianas das redes sociais. Para o autor, o que é típico encontra-se enfatizado no particular; o normal, no acidental; o essencial ou significativo, no que parece superficial ou fugaz. (PAIS, 2003).

Partindo dessa ótica, Simmel sugere a observação da realidade naquilo que nela é único e transitório, ao mesmo tempo em que dela se extrai o essencial, da forma, a tipicidade. Apenas uma *sociologia do talvez* oferece a flexibilidade capaz de respeitar a ambivalência, as contradições e mutações do real, sem simplificá-las ou colocar em risco seus aspectos mais peculiares.

Em uma acepção geral, o cotidiano posto em questão é aquele que se passa todos os dias, sem grandes novidades, aquilo que está dentro da nossa rotina e muitas vezes chega a ser classificado erroneamente como monotonia, enquanto nada de relevante parece passar. Entretanto, Pais (2003) explica que é justamente no apa-

rente nada de novo do cotidiano que encontramos acontecimentos e possibilidades de resistência que possibilitam a sua própria renovação, ressaltando que a etimologia do termo “rotina” está diretamente associada à ideia de rota (caminho). Do latim, via, *rupta*, donde derivam as expressões ‘rotura’ ou ‘ruptura’: ato ou efeito de romper ou interromper; corte, rompimento, fratura.

[...] se o cotidiano é o que se passa quando nada se passa – na vida que escorre, em efervescência invisível –, é por que “o que se passa” tem um significado ambíguo próprio do que subitamente se instala na vida, do que nela irrompe como novidade (“o que se passou”?), mas também do que nela flui ou desliza (o que se passa...) numa transitoriedade que não deixa grandes marcas de visibilidade (PAIS, 2003, p.28).

Por trás da cotidianidade estabelecida existe uma produção e reprodução de rotinas diretamente relacionadas ao processo de socialização, de assimilação das relações sociais e das significações particulares a comportamentos habituais.

Nesse campo de ritualidades, a comunicação sempre esteve presente. Das transmissões dos costumes em rituais das antigas tribos, passando pelo compartilhamento das ideias durante as refeições dos eclesiastas até os hábitos recentes de desenvolver atividades diárias após ler o jornal – e/ou enquanto se ouve rádio, assiste à televisão ou verifica os emails nos intervalos entre as nossas atribuições – a comunicação sempre esteve intrinsecamente ligada à ordem do dia, ocupando um papel protagonista ou coadjuvante a nossas ações.

O ritual cotidiano

Mauro Wolf (1982, p.52) explica que o ritual cumpre uma importante função reguladora da interação na vida cotidiana: “O ritual não é uma fórmula vazia que esconde os funcionamentos reais das instituições: é, melhor dizendo, o conjunto de actos através dos quais o sujeito controla e torna visíveis as implicações simbólicas do seu comportamento quando se acha diretamente exposto ante outro indivíduo”.

Ao longo das civilizações, o cotidiano humano sempre se desenvolveu em torno desses rituais, nos quais a comunicação vem ocupando tanto o papel de meio como o de fim nas atividades diárias. Ações estas que se moldaram com a inserção de novas técnicas, que dos sinais de fumaça utilizados pelas tribos vizinhas de antigamente transformaram-se em chips e cliques capazes de acessar um *outrem* que esteja nessa imensa aldeia global, espalhada por todo o mundo.

Sendo assim, a proposta de pensar a comunicação com foco nas interações cotidianas deve levar a descobrir, ao fundo dessa aparentemente efêmera teia das relações mediadas pelos meios de comunicação, o enigma que se esconde entre os cliques mais banais: a eterna necessidade humana de se encontrar no outro.

Cibercultura, comunidade e cibernsocialidade

O internauta, que hoje participa de redes sociais digitais, interage em tempo real com usuários de todas as partes do mundo, no afã de se engajar em grupos nos quais encontre elementos de identificação e pertencimento. Provavelmente, nem percebe que a prática que supre a sua necessidade de se aproximar do outro está enraizada em seus antepassados mais antigos.

Esse desejo de interação, de ir além da simples manifestação para contato, é uma característica inerente ao ser humano e propicia a formação de grupos com ideias, preferências ou perfis em comum, configurando o que Michel Maffesoli (2006) convencionou chamar de tribalismos.

As comunidades virtuais são exemplos do tribalismo contemporâneo, através das quais os membros se reúnem em espaços mundialmente abrangentes e desterritorializados, para falar de suas experiências, anseios e gostos por assuntos mais diversos. Há grupos de discussão em rede que contemplam desde os temas relativos à profissão, questões acadêmicas, políticas, econômicas, artísticas, projetos pessoais e coletivos, até tópicos mais efêmeros, a exemplo de marcas de produtos, sentimentos, lugares e situações.

Mas nem sempre é preciso ligar o computador para reconhecer a formação das tribos. Basta sintonizar uma emissora de rádio ou televisão e observar a sua programação cada vez mais segmentada, dirigida a um público específico. Mais fácil seria sair às ruas: é lá

que fervilham as múltiplas tribos urbanas, onde seus participantes se identificam pela maneira de vestir, por jargões e gírias, pela forma de se expressar nas artes, em gestos, posturas, pichações, deixando as suas marcas na arquitetura das cidades.

Porém, as tribos reunidas em *raves* dançando freneticamente ao som da música eletrônica são levadas pela mesma pulsão atrativa dos índios, quando bailavam ao som dos instrumentos artesanais? O que os *emos*, jovens que pintam os olhos de preto e escutam *hard core* melódico, têm em comum com os cara-pintadas politizados, que foram às ruas lutar pelo *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor?

Qual a relação entre as informações inscritas nas cavernas pelas sociedades primitivas, com o fim de perpetuar a tradição para as gerações posteriores, e o avanço na transmissão imediata de dados de um celular do Brasil para um aparelho do Japão?

Esse conjunto de questões, em sua aparente dispersão, atualiza um debate acerca dos seres humanos e as novas redes telemáticas. Se através da tecnologia o homem conseguiu romper as fronteiras geográficas e temporais, tornando-se tão independente do outro no acesso à informação, por que ainda sente a necessidade de se encontrar nos seus semelhantes, formando novos estilos de tribalização?

Para repensar este fenômeno, propomos uma leitura de obras de alguns autores que trataram sobre o eixo-temático “comunidade”, explorando como as primeiras comunidades se comunicavam, de que forma os avanços tecnológicos fizeram parte do processo de organização social até chegar aos elementos motivadores da formação das novas tribos.

O que é comunidade

O termo “comunidade” virou uma expressão recorrente nos mais diversos setores da vida social. A palavra é utilizada para expressar desde um conjunto de países unidos economicamente, a exemplo da Comunidade Europeia, até o grupo de professores e estudantes envolvidos em projetos e pesquisas, tal qual a comunidade científica. Também existem exemplos de comunidade espírita, comunidade ecológica, comunidade esportiva, comunidade de bairro e comunidade virtual, nosso objeto de pesquisa. Porém, entre tantos empregos do termo, o que se entende etimologicamente por comunidade?

De acordo com o dicionário Michaelis¹⁹, comunidade vem da origem latina *communitate*, que remete a: “qualidade daquilo que é comum; comunhão” ou “participação em comum; sociedade”. O mesmo dicionário apresenta os sentidos sociológicos do termo, como “agremiação de indivíduos que vivem em comum ou têm os mesmos interesses e ideais políticos etc.”; “lugar onde residem esses indivíduos”; “comuna”, ou “totalidade de cidadãos de um país, o Estado”.

Os múltiplos sentidos expressos pelo dicionário demonstram a abrangência do termo. Porém, para estruturar didaticamente a pesquisa, nos apropriaremos da divisão proposta sob a luz do sociólogo polonês Zigmunt Bauman (2005). O autor recorre a Siegfried Krauer para explicar que as comunidades, às quais as identidades se

19. Extraído de: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=comunidade>>. Acessado em 2 de agosto de 2010.

referem como sendo entidades que as definem, podem ser divididas em dois tipos: as de vida e destino, cujos membros “vivem juntos numa ligação absoluta” e outras que são “fundidas unicamente por ideias ou por uma variedade de princípios”.

Comunidades de proximidade

As primeiras comunidades surgidas na história estariam relacionadas ao conjunto de pessoas unidas por uma condição determinada, geográfica ou familiar. Bauman (2005, p.24), apoiado na teoria de Phillippe Robert, mostra que “durante a maior parte da história das sociedades humanas, as relações sociais têm se mantido firmemente concentradas nos domínios da proximidade”.

Mesmo quando a conscientização em relação à necessidade de identificação ainda não era tão latente – o que veio a se transformar com as mudanças sociais da Modernidade, como veremos mais adiante – fazer parte de uma tribo era uma questão de sobrevivência. Não apenas no que diz respeito à divisão das tarefas, mas, sobretudo, como condição do processo comunicativo e como forma de manutenção das tradições de um povo.

McLuhan (2007) afirma que nas primeiras formas de tribalização a linguagem oral era incorporada como instrumento fundamental e indispensável para a comunicação e sobrevivência social. Logo, as comunidades primitivas organizavam ritos em que todo o conhecimento adquirido era armazenado na memória coletiva e a única maneira de repassá-lo era através destes momentos, passando de geração a geração para que as descobertas pudessem ser levadas adiante.

Essa “oralidade primária” também foi tratada por Pierre Lévy, na obra *As Tecnologias da Inteligência* (2004).

O processo de comunicação apresentado, entretanto, encontrava limitações, pois dependia da memória dos anciãos e da presença dos interlocutores para transmitir os padrões culturais às gerações futuras. Além da capacidade física e intelectual dos transmissores da mensagem, seu conteúdo ficava, geralmente, restrito à área geográfica de determinada tribo, o que veio a ser superado graças à capacidade humana de dominação da técnica.

Com inteligência e sensibilidade que os diferenciam dos demais seres vivos, os homens criaram ferramentas para suprir as suas necessidades imediatas e driblar as limitações, principalmente no que diz respeito à comunicação. Primeiramente, através de extensões corporais como forma de auxílio nas atividades físicas; milênios mais tarde, pelo prolongamento da capacidade criativa ou intelectual, até chegar às extensões sensoriais ou afetivas, tais como vemos hoje.

Conforme afirma Francisco Rüdiger (2007), as primeiras técnicas eram adotadas com a finalidade de driblar as adversidades básicas da época, como a criação de roupas, utensílios domésticos, a produção de fogo e, por conseguinte, a escrita, que foram se aperfeiçoando e acompanharam a evolução humana.

Estas transformações saíram do processo comunicacional para interferir diretamente nos modos de organização social, diluindo as tribos formadas em torno das tradições, da comunicação presencial e oral. Com as novas ferramentas de execução das tarefas, as comunidades romperam com as limitações espaciais e passaram a ser

integradas em uma sociedade interligada por estradas, comércio e meios de comunicação, como estudaremos no tópico a seguir.

Comunidade diluída em sociedade

Com o passar dos anos e das mudanças tecnológicas, as formas de interação humana foram se aprimorando lado a lado com as mídias que surgiam em cada época, provocando uma breve ruptura com os exemplos de agrupamentos sociais anteriores.

McLuhan (1969) explica essa relação entre as criações e a organização social ao citar, entre tantos exemplos, o da estrada de ferro. Ele conta que a estrada pode não ter introduzido diretamente movimento, transporte, roda ou caminhos da sociedade humana; porém, a invenção teria sido responsável por acelerar e ampliar a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidade, de trabalho e de lazer totalmente novos.

Após a invenção da imprensa no século XV, criada por Gutenberg, a mídia impressa difundiu-se, proporcionando às pessoas um modelo de comunicação individual, diferente dos encontros de outrora. McLuhan (1969) cita a escrita e a imprensa como estopim desse processo, que teriam destrabalizado o homem por representar um meio que se lê só, em silêncio e para si, gerando um paradigma centrado na individualidade abordado também por Marques de Melo (1977, p.227):

Considerando que os indivíduos estavam agrilhoados à vida da tribo, uma vez a sobrevivência cultural resultava daquelas informações oriundas dos mais velhos, a escrita realmente proporciona um rompimento dos laços tribais, libertando o

homem da dependência direta aos ancestrais e pondo à sua disposição um vasto patrimônio de experiências, conservando sob a forma de registros gráficos.

Este processo de “destribalização” através da mídia impressa caracterizava-se pela utilização individualista dos meios. Porém, na evolução das vias de comunicação, após a passagem do modelo formal de comunicação para o modelo da comunicação de massa, vemos uma nova ruptura. Com a chegada das redes de comunicação informatizadas, em meados do século XX, vieram também mudanças estruturais que transformaram definitivamente as sociedades modernas.

A cada época da história da humanidade corresponde uma cultura técnica particular. [...] As principais características da sociedade de comunicação (chamada também de sociedade da informação ou informacional), onde a saturação dos ideais de modernidade (razão, progresso, futuro, etc.), aliada às novas possibilidades da microeletrônica, parece proporcionar o surgimento de novas formas de sociabilidade (LEMOS, 2005, p.15).

A relação entre tecnologia e sociedade é compartilhada por outros autores, sobretudo no que se refere ao papel dos meios de comunicação. Luiz Martino (2008) traça um panorama das transformações nas estruturas coletivas ocorridas a partir do século XVIII, destacando as crises políticas e sociais, a Revolução Industrial, o aparecimento do mercado, a dissociação do poder estatal do poder do clero, a explosão demográfica e a emergência do indivíduo moderno.

Uma nova ordem social emergente chamada Sociedade, para o autor, trouxe características bastante singulares em oposição à antiga forma de organização em comunidade, como o deslocamento do centro da vida social, indo do passado para o presente.

Martino (2008) se baseia em Max Weber para explicar que houve uma modificação na forma de inserção do indivíduo na coletividade. Com a chegada dos tempos modernos, a experiência comunitária deixou de se dar automaticamente pelos laços de sangue ou valores da tradição para tornar-se um problema que cada indivíduo tem diante de si – e que não pode ser resolvido sem levar em conta a vontade racional de se inserir na coletividade. Esta mudança gerou um questionamento em relação ao processo de identificação dos indivíduos, que vai resultar na crise do individualismo moderno.

Individualismo moderno *versus* tribos pós-modernas

Os conflitos épicos dos indivíduos, para o bem ou para o mal, refletem uma das particularidades que diferencia o homem de outros seres vivos: a capacidade de dominação da técnica. Como vimos anteriormente, a inteligência e sensibilidade humana foram elementos fundamentais ao longo dos tempos para a criação e utilização de ferramentas que suprissem as suas necessidades imediatas.

Se as primeiras técnicas eram adotadas com a finalidade de driblar as adversidades básicas, como a criação de roupas, utensílios domésticos e produção de fogo, outras técnicas, como a escrita, surgiram para acompanhar a evolução humana. O desenvolvimento moderno, por sua vez, originou uma cultura extremamente maquinicista, rela-

cionada com a Revolução Industrial do século XVIII. E, em épocas recentes, o estabelecimento de novos sistemas funcionais veio a reforçar a continuidade evolutiva da técnica, quando os computadores chegaram para calcular, operar e pensar no lugar dos homens.

Esse impacto dos avanços tecnológicos repercutiu não somente nas capacidades físicas e intelectuais dos indivíduos. A crença nas maravilhas eletrônicas e nos encantos da modernidade – a exemplo do rompimento de padrões e dissolução das instituições ditatoriais – criou, por outro lado, um tecno-abismo científico. Segundo Bauman (2005) é neste momento que as relações humanas vêm tornando-se cada vez mais frágeis e efêmeras, deixando uma lacuna nas satisfações afetivas de cada um.

Todavia, a tecnologia, com a sua capacidade de criar dependência e suprir necessidades, também oferece soluções para essa questão, abrindo possibilidades diversas de relacionamentos virtuais através das redes sociais digitais como Orkut, Facebook, Youtube, Twitter e a blogosfera.

McLuhan (1969) já alertava que os indivíduos modernos se aproximariam rapidamente da última fase das extensões do homem, à medida que se desenvolvia a simulação tecnológica da consciência. Entretanto, o mesmo autor que responsabilizou o desenvolvimento da escrita e, mais tarde, da imprensa em larga escala pelo surgimento de uma cultura individualista e empobrecedora, previu uma nova mudança proporcionada pelas redes.

À luz das suas ideias, as telecomunicações e as novas tecnologias seriam potenciais ferramentas de reagrupamento dos indivíduos, sobretudo pela natureza audiovisual que aguçaria os sentidos mais imedia-

tos, propiciando a reconstrução de uma sociedade em rede – a famosa Aldeia Global – explicada como uma experiência humana coletiva, compartilhada, sentimental e indiferenciada das primeiras tribos.

Encontro alívio [porém] em ver que o indivíduo isolado, letrado e visual não tem mais lugar numa sociedade que implode, eletricamente estruturada. [...] A perspectiva imediata para o homem ocidental... é a de transformar-se rápida e seguramente numa criatura profundamente estruturada e complexa, emocionalmente consciente de sua total interdependência em relação ao resto da sociedade humana (McLUHAN, 1969, p.69).

Nesta perspectiva filosófica, Pierre Lévy (2000), Derrick de Kerckhove (1997), Massimo Di Felice (2010), dentre outros autores contemporâneos, alertam para a consolidação de uma inteligência coletiva (e conectada) mediada pelas estratégias tecno-comunicacionais tão ricas em exemplos, como bibliotecas virtuais similares à Wikipédia ou ao Google, projeções em 3D e ciberpoesia, todos elementos de empoderamento social.

Essa perspectiva que teve origem nos estudos culturais canadenses confirma-se diariamente com o surgimento crescente de ambientes virtuais. Os computadores ligados em rede criam um estado de entendimento e unidade universais tecnologicamente engendrado, um estado de absorção na palavra que pode juntar a humanidade em uma só família (McLUHAN, 1969).

Essa Aldeia Global imaginada, na verdade, vem se concretizando em pequenas tribos com grupos de indivíduos atraídos por elementos de identificação diversos na escala da grande *rede*. O crescente

uso deste termo, por si só, chama a atenção nesses tempos de informática da comunicação, por ser um exemplo do surgimento de uma nova configuração dos relacionamentos humanos.

Rüdiger (2007) retoma a ideia de McLuhan (1969) tentando explicar o processo de ordenamento social, com a tribalização, destribalização e retribalização da sociedade, fomentada pela tecnologia e pelas inovações midiáticas.

Primeiro, sabe-se, os homens se constituíram em comunidades, associações heterônomas, fundadas na crença em valores comuns, instituídos em termos transcendentais. A modernidade surge com a ruptura desses princípios de vinculação e a promoção de um individualismo em cuja base se afirma o conceito de sociedade. Agora, o movimento histórico se encarrega de projetar esse indivíduo num processo de fragmentação social e desintegração interior que, pouco a pouco, vai tornando difícil sustentar esse conceito (RÜDIGUER, 2007, p.66).

A dificuldade de lidar com a própria individualidade e liberdade conquistadas, uma vez que o indivíduo agora pode exercer a sua identidade, antes moldada pelas instituições sólidas de poder – Igreja, Estado, Escola – tem deixado de ser um privilégio para se tornar uma problemática comum no mundo moderno. Bauman (2005) explica que essa repartição em fragmentos mal coordenados é uma característica da época líquida, na qual a existência humana individual é fatiada numa “sucessão de episódios fragilmente conectados”.

Como resultado da falta de estruturas norteadoras, ao mesmo passo em que libera o desenvolvimento das múltiplas identidades

surge um vácuo angustiante. O sociólogo explica que as estruturas tradicionais não são capazes de incluir facilmente os novos conteúdos, tendo em vista que “logo se mostrariam muito desconfortáveis e incontroláveis para acomodar todas as identidades novas, inexploradas e não experimentadas que se encontram tentadoramente ao nosso alcance” (BAUMAN, 2005, p.33).

Agora, os modelos e referências são renovados constantemente; os laços dos relacionamentos presenciais vão se afrouxando diante da ânsia de viver todas as possibilidades oferecidas pela vida moderna, e os sentimentos acompanham a velocidade dos bytes, o que gera uma insegurança crônica em relação ao comprometimento afetivo e efetivo.

Outro autor que atentou para o período de “transformação da intimidade” vivido na Modernidade Alta, ou Modernidade “tardia”, como define os tempos atuais, foi Giddens (2002). Segundo o teórico, uma das características distintivas da época é a crescente interconexão entre os dois “extremos” de extensão e da intencionalidade: influências globalizantes de um lado e disposições pessoais do outro. “A modernidade, pode-se dizer, rompe o referencial protetor da pequena comunidade e da tradição, substituindo-as por organizações muito maiores e impessoais” (GIDDENS, 2002, p. 38).

A vida social moderna é explicada por ele através de profundos processos de reorganização espaço-temporal, associados à expansão de mecanismos de desençaixe, que descolam as relações de seus lugares específicos, recombinao-as através de grandes distâncias no tempo e no espaço, a exemplo do que acontece nas redes sociais digitais.

Neste novo cenário dialógico, emerge a busca incessante pela confiança, fundamental para a proteção na realidade cotidiana e a

tentativa de distanciamento de riscos, através dos novos traços culturais que as gerações anteriores não tiveram que enfrentar. Conforme este pensamento, uma “relação pura” é definida por Giddens (2002) como aquela em que a confiança não se apoia em critérios externos à própria relação, como parentesco, dever social e obrigação tradicional. Sua existência estaria ligada à retribuição que ela própria pode dar, pressupondo compromisso com as partes envolvidas e com a própria relação.

“É, portanto, um equívoco entender ‘a procura contemporânea da intimidade’, como muitos têm feito, apenas como uma reação negativa a um universo social mais impessoal e distante” (GIDDENS, 2002, p.14). Este universo que, visto de forma desencarnada dos usuários parece frio e maquínico, tem trazido bálsamo para as necessidades de relacionamento no século XXI. Na busca pelo suprimento das angústias emocionais, as redes sociais apresentam uma espécie de alívio imediato, através do qual é possível exercer a identidade em mutação, participar dos grupos nos quais encontra elementos de identificação e se desvincular deles na velocidade que lhe convier.

Poucos de nós, se é que alguém, são capazes de evitar a passagem por mais de uma ‘comunidade de ideias e princípios’, sejam genuínas ou supostas, bem-integradas ou efêmeras, de modo que a maioria tem problemas em resolver (para usar os termos cunhados por Paul Ricoeur) a questão de *la mêmète* (a consistência e a continuidade de nossa identidade com o passar do tempo). Poucos de nós, se é que alguém, são expostos a apenas uma ‘comunidade de ideias e princípios’ de cada vez, de modo que a maioria tem problemas semelhantes com a ques-

tão da *l'ipséite* (a coerência daquilo que nos distingue como pessoas, o que quer que seja) (BAUMAN, 2005, p.19).

Bauman (2005) acredita que a proximidade física pode ser facilmente confundida com a proximidade espiritual. Porém, para ele, as novas formas de socialização eletronicamente mediadas não conseguem substanciar a identidade pessoal. Como explicação, sustenta que dificilmente essas possibilidades poderiam ser um substituto válido das formas sólidas de convívio que, “graças à solidez genuína ou suposta, podiam prometer aquele reconfortante (ainda que ilusório ou fraudulento) ‘sentimento de nós’ – que não é oferecido quando se está ‘surfando na rede’” (p.31).

Outro autor a tratar do contexto da realidade mista no qual vivemos é Roy Ascott (2003). Para ele, precisamos lidar ao mesmo tempo com o mundo virtual e o mundo físico real, demandando que o corpo acompanhe a evolução da mente, como nas gerações anteriores. Com base neste pressuposto, podemos ir além e afirmar que, principalmente as emoções, também precisam acompanhar a evolução do corpo, da mente e da tecnologia.

Devido ao excesso de mudanças e uma demanda cada vez mais frequente do bem-estar emocional, vivemos um período marcado por complexidades. Por um lado, livre de modelos que tanto limitaram a nossa liberdade; por outro, não sabemos mais o que fazer sem tais referências. Podemos exercer as nossas múltiplas identidades, mas não queremos ficar marcados por nenhuma delas, para que prevaleça o desejo de experimentar todas as possibilidades que virão. Um exemplo disso é a modalidade de vínculos realizados com

as comunidades virtuais de um site como o Orkut, que migram para outras redes sociais, como Facebook, Twitter, Youtube etc.

Como nós, indivíduos permanentemente conectados, passamos muitas horas do nosso cotidiano na frente do computador, é natural que o refúgio para dirimir as nossas carências emocionais, exercer as nossas identidades sem limitações e participar de diversos grupos de identificação sejam as redes sociais.

Contudo, não basta apenas participar, é preciso ser lembrado. Nada como estabelecer contato com pessoas do mundo inteiro, exteriorizar cibersubjetividades através de textos, fotografias e “escritas de si”, em busca de um empoderamento que nos torne capazes de liderar debates e fóruns, atrair um milhão de amigos e colecionar fãs, acumulando investimentos no âmbito do chamado capital social²⁰.

A maior extensão dos afetos ainda pode ser registrada através das declarações, comentários, críticas ou depoimentos trocados via Orkut, Facebook, Youtube, Twitter, blogs, correspondência por emails, conversas reservadas nos chats e até por meio do próprio sexo virtual, que podem render afagos carinhosos – ainda que sejam por meio de emoticons²¹ – entre uma teclada e outra.

Diferentemente da realidade sem intermediações, que juntamente com os prazeres de um contato face a face oferece riscos de desen-

20. Expressão utilizada por Raquel Recuero (2009) para demonstrar o prestígio pessoal na grande rede através do número de conexões.

21. Palavra derivada da junção dos seguintes termos em inglês: emotion (emoção) + icon (ícone). É uma sequência de caracteres tipográficos ou imagem (usualmente, pequena), que traduzem ou querem transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. Comumente utilizados em programas de mensagens rápidas.

tendimento e decepções, os perigos parecem minimizadas na rede. Trocar de parceiros, de comunidades ou de redes de relacionamento só depende de um clique, como poderemos observar nas análises que compõem o nosso capítulo seguinte.

Um Orkut entre redes

As redes sociais digitais como Orkut, Facebook, Twitter e blogs têm potencializado o diálogo entre os indivíduos, demonstrando a influência desses suportes nas formas cotidianas de comunicação e relacionamento social. O tema vem sendo cada vez mais integrado pela mídia tradicional (impressos, rádio e televisão), como fonte de notícia e como ferramenta para continuidade, interação e aprofundamento das reportagens transmitidas no espaço limitado dos meios analógicos.

Empresas, instituições e organizações dos mais diversos segmentos, que aproveitam o “território livre” da internet para lançarem seus trabalhos, transformam as redes em uma espécie de linha direta com os clientes. A partir desses perfis empresariais, os gestores adicionam amigos virtuais, participam de comunidades sobre temas de seu interesse e lançam promoções destinadas a um público específico.

A estratégia faz com que os perfis dos usuários deixem de ser simples dispositivos de trocas afetivas para se tornar um verdadeiro banco de dados à disposição dos recrutadores mais atentos, uma vez que parte considerável destes atores sociais chega a participar ativamente de comunidades temáticas sobre o mercado profissional.

Estrategistas das campanhas políticas ocorridas durante as eleições brasileiras de 2010 também atentaram para a potencialidade das redes. Espelhados no Presidente Barack Obama – que em 2008 venceu o seu adversário John McCain, apoiado por um grande su-

porte dos usuários das redes sociais²² –, Dilma Rousseff (PT), Presidente do Brasil, e Ricardo Coutinho (PSB), Governador da Paraíba, também se apropriaram dos canais oferecidos pelas redes telemáticas para interagir com os seus eleitores. Este último, inclusive, chegou a anunciar os principais chefes administrativos do seu governo através do Twitter, rompendo com a intermediação do papel do profissional da imprensa na transmissão da notícia, mantendo o diálogo direto com os seus interlocutores.

Como se pode observar, as redes sociais, “agrupamentos complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais de comunicação” (RECUERO, 2009) ampliaram a capacidade de conexão dos indivíduos em esferas distintas, em torno de temas comuns. Essa pluralidade de espaços de auto-expressão, compartilhamento de ideias, produtos, serviços e discussões sobre temas de interesse público exigem um internauta-cidadão cada vez mais competente, sensível e interagente.

Em função – ou como resultado – desse novo modelo de ator social, surgem oportunidades para o exercício da liberdade de criação de múltiplos perfis, para o acesso às informações produzidas em escala global e para o empoderamento coletivo. O poder de comunicar e soltar a voz nas redes, diferentemente da comunicação no tempo forte das mídias tradicionais, mostra as nuances da cultura contemporânea, que “associada às tecnologias (ciberespaço, simulação, tempo real, processo de virtualização, etc.), vai criar uma nova re-

22. Caberia aqui consultar o livro *Redes Sociais na Internet* (Sulina, 2009), de Raquel Recuero, que menciona o uso do YouTube na campanha de Barack Obama durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos, em 2008.

lação entre a técnica e a vida social que chamamos de cibercultura” (LEMOS, 2007, p.16).

Para fins de análise desse universo de sites de relacionamento, tomamos como objeto de estudo o Orkut, devido à sua estrutura tribalista, colaborativa, comunitária, além de se tratar da rede com o maior número de perfis de usuários brasileiros – conforme informamos anteriormente, aproximadamente 43 milhões²³. Como um dos diversos espaços de inteligência coletiva, neste percebe-se como interesses acadêmicos, profissionais, políticos, culturais, mercadológicos e afetivos configuram comunidades ou grupos discursivos que coabitam no interior de uma rede social digital.

É chegada a etapa de demonstrar como as novas tecnologias – nascidas nos anos 1950, com a informática e a cibernética, popularizada nos anos 1970, com o surgimento do microcomputador, e estabelecida nas décadas seguintes com a informática de massa e o *boom* das redes telemáticas – tornaram-se vetores de novas formas de agregação social, a exemplo da comunidade *Jornalismo Cultural–PB*.

23. Pesquisa recente, de 2012, aponta o Facebook como a rede de relacionamentos preferida entre brasileiros atualmente, com 46 milhões de usuários, posicionando o País no segundo lugar do ranking de usuários, atrás apenas dos Estados Unidos. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/facebook/facebook-tem-900-milhoes-de-usuarios-5-sao-brasileiros/>>. Acessado em 17 de março de 2013.

Descrição do Orkut

Mesmo com uma gama de suportes tecnomidiáticos à disposição, uma rede social digital não existe sem a presença de usuários. Os atores sociais trabalham de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e, conseqüentemente, da constituição de laços.

É a partir dos próprios atores²⁴ que surgem as redes, como mostra o filme *A rede social* (2010), sobre a história do Facebook²⁵, criado em fevereiro de 2004, por dois alunos de Harvard, nos Estados Unidos, com o objetivo de conectar virtualmente estudantes de uma mesma universidade. Em pouco mais de dois meses, o projeto caseiro de Mark Zuckerberg e Eduardo Saverin agregou outros centros acadêmicos do país, abrangendo em seguida os cinco continentes e inspirando a criação de outros modelos de redes sociais com fins diversos.

Primeira rede social a se popularizar no Brasil, o Orkut é um exemplo de plataformas de interação virtual contemporâneas com propostas similares ao Facebook. O site de relacionamentos, criado em janeiro de 2004, chegou ao ciberespaço com a finalidade de conectar internautas do mundo inteiro – embora tenha atraído um contingente maior de brasileiros em relação aos usuários de outras nacionalidades.

24. Ou, como a autora prefere frisar, representação de atores sociais, uma vez que “um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem representar um único nó (como um *weblog*, por exemplo), que é mantido por vários atores (um grupo de autores do mesmo *blog* coletivo)” (RECUERO, 2009, p. 25).

25. O filme de David Fincher foi inspirado no livro *Bilionários por acaso – A criação do Facebook: uma história de sexo, dinheiro, genialidade e tradição* (Editora Intrínseca, 2010), escrito por Ben Mezrich.

Em 2011, ano de realização da presente pesquisa, os brasileiros correspondiam a 50,60% do total de perfis na rede analisada, enquanto em segundo lugar estavam os indianos, com 20,44% dos perfis cadastrados, seguidos pelos estadunidenses, com 17,78% dos internautas participantes do sistema. Usuários originários de outras sete nações também faziam parte desse universo, ainda que numericamente fossem menos expressivos, tais como indivíduos do Paquistão (0,86%), Paraguai (0,44%), Reino Unido (0,40%), Portugal (0,36%), Japão (0,34%) e Canadá (0,33%)²⁶.



Figura 1 - Dados demográficos do Orkut

Fonte: seção “Sobre o Orkut”, disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#-MembersAll>. Acessado em 8 de março de 2011

26. Dados fornecidos pelo Orkut na seção “Sobre o Orkut”. Disponível no site: www.orkut.com. Acessado em 18 de fevereiro de 2011.

Uma pesquisa revelada pelo instituto Ibope Nielsen²⁷ também atestou a relevância do Orkut no Brasil: a rede contava com 90% de penetração entre os usuários brasileiros de redes sociais. Outro estudo realizado pela mesma organização, em outubro de 2010, mostrou que o Orkut teve 36 milhões de visitantes únicos naquele mês, enquanto o Facebook, site de relacionamentos em ascensão no País, recebeu apenas nove milhões naquele mesmo período.

Os atores e seus perfis

Diferente de redes sociais digitais como o Facebook, o blog e o Twitter, nas quais o usuário pode criar um perfil virtual, participar representativamente da rede e aguardar que os outros participantes lhe sigam, para ingressar no Orkut a princípio era necessário receber um convite de outro membro da rede. A condição já implicava, numericamente, que ao criar o perfil nessa plataforma o usuário já teria, pelo menos, uma conexão com um amigo, através do qual poderia encontrar outros amigos potenciais, interagir e formar laços sociais com esses interagentes.

Com as mudanças ocorridas ao longo desta primeira década de existência do Orkut, atualmente qualquer internauta pode entrar no site de relacionamento e criar o seu perfil virtual de forma “independente”. A solidão, porém, dura pouco. A partir dos contatos do histórico pertencente ao endereço de correio eletrônico registrado

27. Os números foram retirados da reportagem *Líder no Brasil, Orkut completa 7anos sem temer crescimento ‘monstruoso’ do Facebook* (2011). Disponível em: <http://acritica.uol.com.br/noticias/Lider-Brasil-Orkut-crescimento-Facebook_o_416958353.html>.

no cadastro do novo usuário, o próprio Orkut sugere alguns amigos para aquele que acaba de ingressar na rede, assim como acontece com outras redes, como o Facebook, Badoo ou LinkedIn.

Essa proposta do Orkut não difere das demais redes sociais vistas sob a ótica da “rede pequenos mundos”, que aposta na coincidência entre indivíduos desconhecidos. A estrutura baseia-se na ideia de que “todas as pessoas estariam interligadas umas às outras em algum nível”, como pode ser comprovado através de ferramentas de sugestão ou localizador de amigos a partir de outros amigos oferecida pelo Orkut.

Essa teoria, entretanto, não nasceu com as redes, mas veio de pesquisas iniciadas na década de 1950, pelo sociólogo Stanley Milgram, continuada através de novas abordagens por sucessores como Granovetter, Duncan Watts e Steven Strogatz, outros realizadores de experimentos para observar o grau de separação entre as pessoas.

No primeiro deles, Milgram enviou uma carta a vários indivíduos de forma aleatória, para que ela fosse entregue a um alvo específico. A experiência pôde revelar que a encomenda passou por um número pequeno de pessoas, o que contribuiu para a ideia de que as pessoas estariam a poucos graus de separação uma das outras.

Em tempos atuais, uma vez convidado através de email – que seriam as cartas de Milgram neste século XXI – ao Orkut, o novo usuário terá a oportunidade de criar o seu perfil virtual na rede, utilizando-se de todos os elementos textuais, audiovisuais e de hiperlinks que possam ajudá-lo a expressar a sua identidade e impressionar os amigos potenciais. Desta forma, frente à crise identitária pós-moderna demonstrada no capítulo anterior, o sistema possibilita que o

usuário se aproprie das ferramentas para expressar uma (ou várias) das múltiplas identidades pela qual deseja ser reconhecido entre os demais usuários dessa rede, exercendo o que Sibilia (2003), chama de “imperativo de visibilidade”, explicada por Raquel Recuero (2009) como a necessidade de exposição pessoal, caracterizada pela expressão “é preciso ser visto para entrar na rede”.

Em cada perfil, uma vitrine

Logo na página de boas-vindas, o Orkut mostra a que veio. Na altura da pesquisa a rede social se utilizava de três imperativos para saudar novos usuários e fidelizar os antigos. “Igual à vida real”, dizia a primeira saudação, oferecendo a seguinte possibilidade ao participante: “Fale com todos os seus amigos ou apenas com grupos separados. Você controla quem vê o quê. Interaja com o seu melhor amigo, seu chefe e até com a sua avó com privacidade”.

A proposta inicial já sinaliza aspectos relevantes da rede, como a inclusão das esferas afetiva (“amigos”), profissional (“chefe”) e familiar (“avó”) em uma mesma rede social. Ainda possibilita ao participante que ele se utilize das ferramentas de privacidade na hora de expressar as suas “identidades” para cada uma dessas ambiências sociais.

Na segunda saudação, o Orkut fazia o apelo “Comunique-se”, abrindo a proposta de “Chats, scraps e comentários: converse com cada grupo de amigos como você quiser”. Se lembrarmos que a rede iniciou apenas com a ferramenta de troca de *scraps* (recados) entre os usuários, a recente integração do programa de *chats*, juntamente com a possibilidade de o internauta comentar fotos, vídeos, gráficos, textos e áudios postados, sinaliza um processo de convergência mi-

diática. Com essas novas ferramentas, é como se o Orkut agregasse o bate-papo do Messenger ou GTalk (Google Talk), com os vídeos do Youtube, os comentários do Facebook e as atualizações dos Twitters e blogs, reunindo vários produtos midiáticos em uma mesma plataforma, tendência que também acontece em outras redes.



Figura 2 - Bem-vindo ao Orkut

Fonte: Página de abertura do Orkut. Disponível em: <www.orkut.com>

Por fim, a terceira e última sauda o da página de abertura do Orkut trazia o imperativo “Divirta-se! Compartilhe fotos, vídeos e novidades facilmente. Participe de comunidades para discutir assuntos de seu interesse”. A sauda o não apenas realça o apelo de compartilhamento de ideias, fotos, textos e produtos midiáticos, como também incentiva a exposi o dos usuários, destacando a pulsão agregadora demonstrada nas redes sociais digitais – nas quais os usuários se reúnem para tratar de assuntos com os quais tenham afinidade.

The image shows a screenshot of a user profile on the Orkut social network. The profile is for Marina Magalhães. At the top, there are navigation links like 'página inicial', 'perfil', 'página de recados', 'amigos', and 'comunidades'. The profile header includes the name 'Marina Magalhães' and a profile picture. Below this is a bio section with a status update: 'Um show de Jorge Ben Jor dentro de nós'. The bio also shows statistics for scraps (13), photos (376), and fans (0). There is a 'Sorte de hoje' section with a quote: 'Um homem que não pensa por si mesmo, definitivamente não pensa'. Below the bio is a 'próximos aniversários' section with a grid of friends' birthdays, including Mônica Hoje!, George Ardilles (20 março), Caio (20 março), A (21 março), Thiago (21 março), and others. To the right, there is a 'publicidade' section for Groupon with an offer for a manicure in SJ Campos for up to 70% off. At the bottom right, there is a 'meus amigos (288)' section with a grid of friend avatars and names like PERGENTINO, Antônio, and Wilma.

Figura 3 - Perfil simples do usuário

Fonte: Página pessoal da pesquisadora. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Home>>

Uma vez cadastrado na rede, o usuário preenche o seu perfil. A versão básica desse perfil possibilita espaço para foto, publicação de status referente ao programa de bate-papo oferecido pelo próprio Orkut (se o usuário está “disponível”, “ocupado”, “invisível” ou “offline”), o sexo (“feminino” ou “masculino”) e o país.

Ao lado da foto e do menu do usuário, existe um perfil opcional mais detalhado, que inclui: espaço para uma frase (geralmente uma definição, poesia, trecho de música ou frase de efeito que define o usuário); ícones demonstrando o número de recados, fotos pessoais, fotos de outras pessoas nas quais o usuário foi marcado, vídeos, números de fãs (cada usuário pode ser fã de outro amigo virtual ou receber indicações de fãs), além de ícones com atribuições como

“confiável”, “legal” e “sexy” (outras qualidades atribuídas por usuários amigos dentro da rede, que podem atestar a popularidade do perfil); idade; data de nascimento e estado civil do usuário.

The image shows a screenshot of the Orkut website's profile editing interface. The page title is "Editar perfil" and the user's name is Marina Magalhães. The interface is divided into several sections:

- Navigation:** Links for "página inicial", "perfil", "página de recados", "amigos", and "comunidades". A search bar is located in the top right corner.
- Profile Summary:** A small profile picture of Marina Magalhães, her name, and status "off-line".
- Profile Tabs:** "geral" (selected), "social", "contato", "profissional", and "pessoal".
- Form Fields:**
 - * nome: Marina
 - * sobrenome: Magalhães
 - * sexo: feminino masculino
 - relacionamento: casado(a)
 - data de nascimento: maio 9
 - ano de nascimento: 1984
 - cidade: [empty]
 - estado: [empty]
 - CEP: [empty]
 - * país: Brasil
 - idiomas que falo: Português (Brasil)
 - escola (ensino médio): [empty]
 - faculdade: [empty]
 - empresa/organização: [empty]
 - interessado(a) em: amigos
- Privacy Settings:** "apenas meus amigos" for birth date and "só eu" for school and company.
- Left Sidebar:** Options for "alterar foto", "recados", "fotos", "vídeos", "depoimentos", "eventos", "promova", "Apps", "listas", "mensagens", and "atualizações".

Figura 4 - Perfil geral do usuário

Fonte: Disponível em: < <http://www.orkut.com.br/Main#EditSummary>>

Além da versão resumida disponível na página inicial, o Orkut oferece mais cinco opções de perfis para os usuários: geral, social, contato, profissional e pessoal. O primeiro inclui informações comuns a qualquer apresentação, como definição do estado civil ou “relacionamento”, com as opções “solteiro(a)”, “casado(a)”, “namorando”, “casamento liberal” e “relacionamento aberto”; data e ano de nascimento; cidade; estado; CEP, idiomas falados; escola (onde o usuário cursou o ensino médio); faculdade; empresa/organização,

além da questão sobre os interesses daquele perfil na rede (que podem ser “amigos”, “companheiros para atividades”, “contato profissional” e “namoro” – este último com as opções “homens”, “mulheres” e “homens e mulheres”).

Outras ferramentas de expressão do “eu” no Orkut são oferecidas pelo perfil social. Nesta página, os usuários podem informar se têm filhos (através das opções “não” ou “sim” – podendo ainda responder “sim, moram comigo”, “sim, não moram comigo”, ou “sim, visitam de vez em quando”); etnia (com uma relação de opções que vai do “hispanico-latino” ao “indígena americano”); religião (assim como na etnia, com diversas opções, desde “zoroastra” até “cao cai”) e visão política (que vai do “muito conservador, de direita” ao “libertário ao extremo”, passando pelo “apolítico”).

O perfil social também traz questões bastante particulares de casa usuário, como humor (“extrovertido/extravagante”, “seco/sarcástico”, “inteligente/sagaz”, “simpático”, “pateta/palhaço”, “misterioso” ou “rude”); orientação sexual (“heterossexual”, “gay”, “bissexual” e “curioso”); estilo (com 11 opções de definição, de “alternativo – meu próprio estilo” a “urbano – sigo a tendência das grandes metrópoles); fumo e bebo (ambos com os graus de consumo, de “socialmente” a “excessivamente”) e moro (“só”, “com companheiro(a)”, “com filho(s)”, “amigos visitam com frequência”, “com outra(s) pessoa(s)”, “com animal(is) de estimação”, “com meus pais” ou “baladeiro de plantão”). Ainda há outras questões que não oferecem alternativas prontas de respostas, possibilitando a descrição livre do usuário: cidade natal, página web (com link direto para o blog, Twitter, Fa-

cebook, site etc.), quem sou eu, paixões, esportes, atividades, livros, música, programas de TV, filmes e preferências gastronômicas.

Mais um campo para a apresentação do usuário existente no menu de perfis é referente a contatos. Nesta página, o usuário poderá publicar seu email principal, email secundário, nome de usuário, telefone residencial, telefone celular, endereço, cidade, CEP e país. O perfil seguinte é o profissional, com informações sobre os seguintes itens: escolaridade (com opções de cinco níveis, do “ensino fundamental” ao “PhD”), faculdade, curso, diploma, ano, profissão, setor, sub-setor, empresa/organização, site da empresa, cargo, descrição de trabalho, e-mail do trabalho, telefone de trabalho, habilidades profissionais e interesses profissionais.

O último perfil é chamado de pessoal. Como diz o próprio nome, traz informações sobre a personalidade e as características físicas do participante, tais como: frase do perfil, o que mais chama a atenção em mim, altura, cor dos olhos, cor do cabelo, tipo físico, arte no corpo (com opções de tatuagem e piercings), aparência, do que mais gosto em mim, o que me atrai, o que não suporto, primeiro encontro ideal, com os relacionamentos anteriores aprendi, cinco coisas sem as quais não consigo viver, no meu quarto você encontra e par perfeito. Esse perfil é mais direcionado ao favorecimento de relações afetivas, ainda que em todos os perfis o usuário tenha o livre arbítrio de responder as questões ou deixar em branco. E, em caso de respondê-la, controlar a privacidade de quem deve lê-la.

orkut página inicial perfil página de recados amigos comunidades teste o novo orkut! marinam... Sair buscar no orkut

Bem-vinda, Marina

Um show de Jorge Ben Jor dentro de nós editar

scraps 13 fotos 376 fotos comigo 0 fãs 21 mensagens 117

Visualizações de perfil: Desde fev. 2006: 289

Sorte de hoje: Um homem que não pensa por si mesmo, definitivamente não pensa

Último login: 15 de março de 2011 19:08

próximos aniversários

 Mônica Hojel deixe um scrap	 George Ardilles 20 março	 Caio 20 março	 A 21 março	 Thiago 21 março
 Jack e xando	 Almeida 23 março	 Rubens 23 março	 Paulo 23 março	 Aline 26 março

publicidade

CELULAR EYO S6700 3 CHIPS
DESBLOQUEADO QUADRI-BAND

- Litor de 3 Chips
- Sinal de TV Grátis
- Câmera de 2.0MP
- MP3 / MP4 / FM

COMPRE AGORA

De: R\$199,99
Por: R\$99,99

mptudo.com

meus amigos (288)

buscar amigos

 Rafaela	 Thais	 Thais
		

Figura 5 - Perfil resumido (com visualizações e atualizações)
Fonte: Disponível em: < <http://www.orkut.com.br/Main#Home> >

O perfil resumido apresentado na página principal do usuário ainda traz informações sobre o número de visualização do perfil de cada usuário por outros participantes do Orkut, a data do último login (ou seja, o dia e o horário da última vez em que o usuário acessou seu próprio perfil) e uma ferramenta conhecida como “sorte de hoje”²⁸, que a cada dia traz uma mensagem para cada usuário. O menu do lado esquerdo traz outras ferramentas nos seguintes ícones: perfil, recados, fotos, vídeos, depoimentos, eventos, promova, editar, adicionar apps, listas, mensagens, atualizações, configurações e spam.

28. No último acesso da pesquisadora, em 13 de março de 2011, a frase “transmitida” pelo Orkut em seu perfil foi “Estude como se você fosse viver para sempre. Viva como se você fosse morrer amanhã”.

Em um universo no qual pouco ou nada se sabe sobre o interagente – a menos que conheça previamente o amigo virtual ou que se estabeleça um contato interpessoal simultâneo à interação ciberespacial – descrições detalhadas sobre a sua personalidade, a cidade onde mora, atividades acadêmicas e profissionais, visões políticas ou religiosas, gostos, preferências diversas e comunidades das quais participa podem ser úteis para o desenvolvimento dos relacionamentos. Esse seria o primeiro passo para a construção dos laços sociais, definidos por Raquel Recuero (2009, p.38) como “formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social”.

Comunidades e laços em rede

Se uma rede social depende dos usuários para existir, esses mesmos internautas interdependem das interações sociais para continuarem como partes atuantes da rede. No caso do Orkut, simultaneamente ou logo após a construção do seu perfil na rede é comum que o usuário procure se engajar em comunidades virtuais que abordem assuntos do seu interesse. Algumas vezes eles são apenas motivados pela vontade de expressar a sua identidade através de participação como membro de grupos, como destaca Raquel Recuero (2009):

[...] as comunidades do Orkut foram originalmente criadas para interação social com outros atores. No entanto, sua apropriação pelos atores sociais deu-se como ferramenta de construção de identidade, utilizando essas comunidades como uma forma de construir uma perspectiva de quem se é no sistema (RECUERO, 2009, p.90-91).

Isso pode ser percebido nos perfis de usuários que ostentam centenas de comunidades cadastradas, desde grupos virtuais relacionados à sua profissão ou área de estudo, passando por comunidades de preferências artísticas, admiração por marcas, até chegar a comunidades banais, a exemplo da clássica “Eu odeio cabelo no sabonete”, com incríveis 365.506 participantes, definida como:

Para todos aqueles que sofrem com o pesadelo de ter que tomar banho com aquele sabonete encabelado! Vamos contar nossas experiências e traumas de banho que sempre têm um só motivo. O famoso cabelo!

Tamanho volume e diversidade temática das comunidades sinalizam uma impossibilidade de atuar ativamente em todas elas, como manter uma interação constante com os demais participantes, responder aos debates propostos ou colaborar com a sugestão de tópicos discursivos e com o cadastramento de eventos relacionados ao tema. Essa constatação demonstra que nem todas as comunidades são criadas com a finalidade de estabelecer laços sociais comprometidos e duradouros, da mesma forma que nem todos os usuários se engajam nos grupos com esse objetivo.

Entretanto, partindo da premissa de que “a expressão das redes sociais na Internet pode ser resultado do tipo de uso que atores sociais fazem de suas ferramentas” (RECUERO, 2009), percebemos que o Orkut pode ser um espaço tanto de existência de redes emergentes quanto de redes de filiação ou associação, conforme terminologia de classificação proposta pela pesquisadora. Isto é, da mesma forma que a rede desenvolvida pelo engenheiro turco agrega grupos

menores ou emergentes, baseados em trocas sociais descentralizadas, que no decorrer do tempo criam laços dialógicos responsáveis por construir e reconstruir esses grupos, também comporta redes mais amplas que fogem desta espécie de “contrato social”.

O primeiro caso, das redes emergentes, estaria relacionado ao exemplo de recados trocados entre os atores sociais nos seus livros de recados, depoimentos trocados entre os atores ou até mesmo a criação de comunidades virtuais específicas, que possam agregar pessoas de uma mesma área de atuação profissional. Enquanto isso, a denominação redes de filiação ou redes associativas incluiria não apenas os atores, mas também os grupos, que não apareceriam a partir de laços sociais firmados entre os usuários dentro ou fora da rede, mas como espaços para discussões de temas aleatórios, que permitem que os usuários interajam e que esses laços possam (ou não) ser construídos.

Em relação às grandes comunidades virtuais ou aos usuários que possuem vários perfis virtuais, ultrapassando o limite de mil amigos por perfil – geralmente interessado em ampliar seu capital social relacional, aumentar a visibilidade, ser reconhecido pela reputação ou como uma autoridade em determinado assunto e conquistar popularidade –, Recuero (2009) explica que:

[...] essas redes podem ser tão grandes porque não têm custos para os atores, ao contrário das redes emergentes (...) assim, redes de filiação podem expressar identificação, podem expressar laços sociais, mas seu tamanho grande é típico das possibilidades que a mediação pelo computador proporciona para a manutenção dos laços sociais (...) Mas é preciso que se tenha

claro que um mesmo objeto pode conter tanto redes de filiação quanto redes emergentes (RECUERO, 2009, p.99-101).

O pesquisador André Lemos (2007) também atenta para a diferenciação entre os tipos de agregação eletrônica no ciberespaço, destacando que existem grupos comunitários e não-comunitários. Para ser classificado como grupo comunitário, os membros teriam que apresentar um sentimento expresso de uma afinidade subjetiva delimitada por um território simbólico, “cujo compartilhamento de emoções e trocas de experiências são fundamentais para a coesão do grupo”. Enquanto os grupos não comunitários representariam as agregações eletrônicas onde os participantes não demonstram o mesmo envolvimento, “sendo apenas um locus de encontro e de compartilhamento de informações e experiências de caráter totalmente efêmero e desterritorializado”.

Na tentativa de estimular a proliferação de comunidades virtuais, o Orkut não apenas possibilita a criação imediata de novos grupos, como também incentiva o engajamento dos usuários em grupos já existentes. Esse aspecto pode ser observado tanto na questão da apresentação da comunidade juntamente com opções de comunidades relacionadas, quanto na coincidência de comunidades das quais os usuários participaram, mostrando, por exemplo, quais comunidades a autora da presente pesquisa têm em comum com o orientador da investigação, Cláudio Cardoso de Paiva, que também é usuário do Orkut.

Entretanto, a fim de demonstrar empiricamente as ideias apresentadas, tomando como base a topologia de Raquel Recuero (2009),

observaremos o Orkut como uma rede social digital na qual coabitam redes emergentes e redes de filiação, com todas as variações e caracterizações que elas apresentam. A seguir, propomos a análise desses, entre outros aspectos, na comunidade virtual *Jornalismo Cultural–PB*.

O corpus teórico da presente pesquisa inclui a análise do grupo virtual no período entre 22 de maio de 2006 (data de criação da comunidade) a 22 de maio de 2010, data estabelecida dentro do projeto de estudo. Conforme a tipologia da autora citada, a análise poderia tratar tanto da observação da rede ego, que seria a rede pessoal do perfil de Alexandre Santos (“Beißola”), criador da comunidade, quanto da rede inteira, método de análise que considera a comunidade como um todo, seus tópicos discursivos, participantes, eventos cadastrados e comunidades relacionadas. Esse segundo caminho foi entendido como o mais adequado para a presente pesquisa, por considerar os critérios de privacidade do Orkut que dificultam uma análise mais aprofundada do perfil do criador da comunidade e por acreditar que a análise da rede inteira poderá expressar a interação dos usuários em torno do tema *Jornalismo Cultural*.

Comunidade *Jornalismo Cultural–PB*

Apresentação da comunidade

O grupo virtual *Jornalismo Cultural – PB* é uma comunidade criada em 22 de maio de 2006 por Alexandre Santos (Beizola). Inserida na categoria “Artes e Entretenimento”, a comunidade composta por 28 membros – dados levantados na altura da pesquisa, em 2011 – é do tipo “pública”, isto é, com acesso de todo o conteúdo aberto para não-membros.

Ao criar a comunidade, o “dono”, como o próprio Orkut denomina o criador ou moderador do grupo, a definiu como “destinada à avaliação de nossos cadernos culturais e das matérias de cada edição”. O perfil da comunidade ainda explicita que:

NÃO SERÁ PERMITIDO:

- *Agressões aos participantes da comunidade ou aos editores de cada caderno ou aos jornalistas que publicam nos cadernos (nosso objetivo é criticar de forma construtiva);
- *Posts que fujam do objetivo principal da comunidade;
- *Propagandas de outras comunidades apenas serão permitidas em um tópico específico, o qual já existe.

EVENTOS:

- *Usem o espaço destinado a eventos para fazer qualquer divulgação.

Assim como no perfil de cada usuário, a página da comunidade também traz um menu do lado esquerdo. Além do logotipo, do nome

da comunidade e da quantidade de membros, o menu oferece sete links ao internauta. O primeiro deles, “deixar comunidade”, leva a outra página onde aparece a pergunta “Tem certeza de que deseja deixar de participar dessa comunidade?”. Embaixo da pergunta estão as opções “deixar comunidade” e “cancelar”.

The screenshot shows the Orkut website interface for the community 'Jornalismo Cultural - PB'. The top navigation bar includes 'página inicial', 'perfil', 'página de recados', 'amigos', 'comunidades', and a search bar. The community name 'Jornalismo Cultural - PB' is prominently displayed, along with the number of members (27). A sidebar on the left contains a menu with options: 'deixar comunidade', 'promova', 'denunciar abuso', 'fórum', 'enquetes', 'eventos', and 'membros'. The main content area features a description of the community, a list of prohibited actions (e.g., aggression, off-topic posts), and event information. A grid of member avatars is visible on the right, with names like Marina, filipe, Júlio César, Ravi, jose milbs, George, Thaise, ASSESSORIA, and Bruno. The bottom right section shows 'comunidades relacionadas' with small thumbnail images.

Figura 6 - Comunidade *Jornalismo Cultural*–PB

Fonte: Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=14017305>

Essa ferramenta demonstra a facilidade que os usuários têm de se desengajar no grupo virtual no momento em que bem entenderem, sem necessitar de autorização do moderador nem precisar comunicar seu desvencilhamento aos demais membros do grupo, característica inerente à transitoriedade e à migração digital comuns às redes sociais.

O segundo link proposto é o “promova”. A ferramenta possibilita que qualquer usuário da comunidade publicize a existência desse grupo virtual a partir do seu próprio perfil. A página de promoção abre as opções “tipo de promoção” (com as opções de “somente texto” ou “imagem”) e “conteúdo”. Este último propõe no corpo do texto a própria definição da comunidade apresentada pelo “dono”, mas possibilita que o usuário-promotor altere completamente o texto e apresente a comunidade em seu perfil da maneira que desejar.



Figura 7 - Promova a comunidade

Fonte: Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#CommPromote?cmm=14017305>>

Do lado direito existe um “*preview*”, que apresenta ao internauta uma previsão da forma que a publicidade aparecerá em seu perfil. O quadro também traz a pergunta “Será que seus amigos vão gostar?”, com a opção logo abaixo “legal, promova!”, para que o usuário clique e finalize a promoção. Na parte de baixo do box também há um apelo, “crie a sua”, estimula o promovente a criar a sua própria comunidade, mostrando a facilidade em idealizar espaços com a finalidade de agregar grupos virtuais. Isso mostra, ainda, uma lógica mercadológica do site, no qual os usuários podem promover comunidades relacionadas a eventos e marcas, atentando para o que Lévy (2004) foi criticado por ignorar em sua teoria sobre o ciberespaço: a existência da lógica comercial.

No menu da página *Jornalismo Cultural–PB* também existe uma barra com a opção “denunciar abuso”. Ao clicar nesta opção, o usuário se depara com uma página “denunciar abuso no Orkut”. Ao lado da frase, a rede social traz o seguinte informativo “agradecemos por ajudar a comunidade do Orkut denunciando conteúdos que podem estar violando as nossas políticas. Selecione a opção à esquerda que melhor descreve o problema”.

O espaço prevê cinco tipos de abuso nos quais o usuário pode clicar e formalizar a denúncia, como “nudez/conteúdo sexual”, “spam/ vírus; identidade/informação pessoal”, “atividade ilegal”, “ódio/violência” e “segurança da comunidade”. Logo abaixo dessas opções, há três links: “Enviar conteúdo ilegal para a Internet é crime”, “política do Orkut” e “fórum de ajuda do Orkut”. Ainda nesta página, a rede social traz o informativo: “Agradecemos por ajudar a comunidade do Orkut

denunciando conteúdos que podem estar violando as nossas políticas. Selecione a opção à esquerda que melhor descreve o problema”.

Essa última opção demonstra uma tentativa de organização da comunidade e do site de relacionamentos de uma maneira geral, condição necessária para as redes, conforme afirma Recuero (2009). Os alertas também mostram que toda rede social possui regras internas e que, mesmo na internet, território considerado “livre” e “democrático”, também existem normas que apelam para o bom senso dos participantes, diante da falta de uma legislação própria que possa julgar os crimes cometidos nas redes sociais.

O quarto link do menu é o “fórum”, com a relação das listas de discussão, seguido pela “enquete”, “eventos” e “membros”, que serão analisados mais atentamente nos tópicos seguintes.

Membros da tribo *Jornalismo Cultural–PB*

No tópico anterior apresentamos a estrutura da comunidade virtual *Jornalismo Cultural–PB*, mostrando a sua definição, histórico de criação, ferramentas de divulgação e agregação entre os usuários. Porém, esses recursos são comuns a qualquer outro grupo virtual do Orkut. O que difere, de um para o outro, são os internautas que fazem parte dele, as trocas simbólicas entre os sujeitos e os conteúdos abordados na comunidade em questão.

Com o objetivo de investigar os membros dessa tribo – cuja proposta inicial foi definida como um espaço para a troca de informações e para a análise da produção do jornalismo cultural paraibano

–, optamos por visitar o perfil de cada participante²⁹ em busca da sua ligação com o tema. Surpreendentemente, o próprio criador da comunidade, Alexandre Santos, não explicita a sua relação com o tema “jornalismo” em sua página pessoal, o que nos leva a indagar se ele realmente é um profissional da imprensa.

Além da pesquisadora deste estudo, a jornalista Marina Magalhães, e o orientador, jornalista e professor Cláudio Paiva – que também são membros da comunidade – apenas uma pequena parte dos usuários demonstram alguma ligação com o jornalismo em seu perfil.

Dos 25 integrantes restantes no período de realização da pesquisa empírica (identificados como Lunna Morais, Thaíse Carvalho, José Milbs Milbs, Bruno Noronha, Ravi Cajú, Bismark Viana, Katyanne Araújo, George Martins, “Assessoria Gospel 034 923208105 tim”, Makarios Maia Barbosa, Caio Visalli, Jaqueline Freitas, “I love rock”, Gustavo Filip “I love Arilucia”, Linaldo Guedes, “Filipe e Ana”, Jady Andrade, Júlio César Rossi, Duanne Ribeiro, Katyanne Farias, Pedro Henrique, Suéllen Rodrigues, “Filho teu não foge luta” e “Portal Notícia – A notícia com seriedade”), apenas sete perfis virtuais demonstram alguma ligação profissional com o tema.

O primeiro perfil que menciona alguma “familiaridade” com o jornalismo é o de Thaíse Carvalho³⁰, que publicou unicamente a palavra “Jornalismo” no campo de “atividades” do seu perfil. Em se-

29. Comunicamos que todas as informações capturadas do Orkut ou das demais redes analisadas serão transcritas da forma em que se encontram nesses espaços originais, ainda que tragam erros de ortografia, abreviações, gírias ou outros elementos.

30. Perfil disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#FullProfile?rl=pcb&uid=13709761359479345895>>.

guida, outro usuário a demonstrar relação com a temática foi José Milbs Milbs³¹, que logo na definição “quem sou eu” do seu perfil publicou o seguinte texto:

José Milbs, jornalista, edito um jornal on line em Macaé. Jornal que tem 78 anos de existência. Estou tentando ampliar o jornal com pessoas escrevendo sem que seja preciso cópias de net como vejo em outros jornais. Prefiro a mão humana sendo transportada para o virtual, suas idéias e aflições. Já fiz de tudo nesta vida... e das coisas que fiz e vivi procurarei ir escrevendo no jornal... Neste momento o site caminha para a meta de 10 milhões de visitas.

Jaqueline Freitas³² é a terceira participante a apresentar alguma ligação com o jornalismo em sua página pessoal. Assim como Thaíse Carvalho, ela se apropriou do espaço “atividades”, onde respondeu “repórter e produção”. Enquanto isso, Linaldo Guedes³³ aproveitou o perfil geral para publicar suas poesias e apresentar sua trajetória profissional também na área de “atividades”:

Sou jornalista, com atuação na imprensa cultural da Paraíba desde 1991. Também sou poeta. Lancei em 1998, “Os zumbis também escutam blues e outros poemas”, meu primeiro livro de poemas. Lancei (sic.) agora, em 2006, Intervalo Lírico, o segundo de poemas.

31. <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=10301086051007973177>>.

32. <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=17763424430406725247>>.

33. <<http://www.orkut.com.br/Main#FullProfile?rl=pcb&uid=12072762603120283131>>.

Jady Andrade³⁴ não apenas define-se como jornalista no espaço “quem sou eu”, como também publica os mandamentos do jornalista no seu perfil:

Eu, jornalista (mandamentos):

1º Não terás vida pessoal, familiar ou sentimental.

2º Não verás teu filho crescer.

3º Não terás feriado, fins de semana ou qualquer outro tipo de folga.

4º Terá gastrite, se tiver sorte. Se for como os demais, terá úlcera.

5º A pressa será teu único amigo e as suas refeições principais serão os lanches, as pizzas e o China in Box.

6º Teus cabelos ficarão brancos antes do tempo, isso se te sobrarem cabelos.

7º Tua sanidade mental será posta em xeque antes que completes 5 anos de trabalho.

8º Dormir será considerado período de folga, logo, não dormirás.

9º Trabalho será teu assunto preferido, talvez o único.

10º A máquina de café será a tua melhor colega de trabalho, porém, a cafeína não te fará mais efeito.

11º Terás sonhos, com entrevistados, e não raro, resolverás problemas de trabalho neste período de sono.

12º Exibirás olheiras como troféus de guerra.

13º E, o pior... Inexplicavelmente gostará de tudo isso...

34. <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=7154643334167401056>>.

O sexto participante da comunidade *Jornalismo Cultural–PB* a apresentar alguma relação profissional de interesse é Duanne Ribeiro³⁵, que no espaço “quem sou eu” do seu perfil se define como: “sou jornalista e curso filosofia na USP. (...) Edito a revista online de literatura e cultura Capitu”.

Depois do estudante, o último perfil a mostrar essa mesma relação é “Portal Notícia – A notícia com seriedade”³⁶, que na verdade demonstra ser um perfil empresarial:

Portal noticia “a noticia com seriedade”

entre em contato conosco:

mande sua materia, opinioes,reclamaçoes,direitos de resposta e muito mais.

Tudo com responsabilidade e respeitando as leis sem denigrir imagem de ninguem.

tel:(83)93086717

email:portalnoticiacz@gmail.com

Como o objetivo deste tópico era investigar a relação dos perfis dos usuários com o tema proposto pela comunidade, adotamos como método a análise do perfil geral – uma vez que existem políticas de privacidade que impedem a visualização dos perfis mais completos por pessoas que não são admitidas como “amigas” na rede. O volume de conexões, de perfis de amigos e de outras comunidades que esses usuários participam também dificultaria uma análise mais

35. <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=16515148493835750177>>.

36. <http://www.orkut.com.br/Main#FullProfile?rl=pcb&uid=14002727526222689707>>.

aprofundada. Porém, ao tentar observar questões como “idade” e “local” dos perfis analisados, percebemos que parte dos usuários não responde a essas questões, não publica a idade correta ou simplesmente divulga lugares aleatórios em relação à cidade onde realmente vivem na opção “local”.

Este tipo de análise focalizando os hiperlinks (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011) pode apresentar pistas importantes, sinalizando a natureza dos vínculos entre os membros da comunidade; ou seja, nem todos os usuários possuem um comprometimento fiel à sua realidade na rede. Podemos citar como exemplos os perfis “Assessoria Gospel 034 923208105 tim”, “I love rock”, Gustavo Filip “I love Arilucia” e “Filho teu não foge luta”, que confundem outros usuários sobre a identidade de quem realmente se apresenta nessas páginas virtuais, levantando também mais um aspecto comum às redes, que é a existência de perfis *fake* – ou falsos perfis virtuais.

Enquetes, eventos e fóruns da comunidade

Jornalismo Cultural–PB

Uma vez indicados os perfis dos membros do grupo *Jornalismo Cultural–PB*, partimos para a análise dos campos de discussão: enquetes, eventos e fóruns da comunidade. Até a última data de avaliação da pesquisa, 14 de março de 2011, nenhuma enquete havia sido registrada (o que até pode ter sido postado anteriormente e apagado por algum usuário que tenha se desligado do grupo). O mesmo observou-se no espaço destinado a eventos, que ao abrir a página apresenta a frase “não há próximos eventos”.

JORNALISMO CULTURAL - PB

Fórum

Início > Comunidades > Artes e Entretenimento > Jornalismo Cultural - PB > Fórum

buscar neste fórum:

primeira | < anterior | próxima > | última

tópico	autor	postagens	última postagem
<input type="checkbox"/> PESQUISA REDES SOCIAIS (MESTRADO UFPB) - Questão 1	Marina	1	9 fev
<input type="checkbox"/> A procura de jornalista esportivo.	Gustavo Filip	1	28/01/09
<input type="checkbox"/> FOLKCOMUNICAÇÃO E CULTURA POPULAR	Zuila David	2	31/05/07
<input type="checkbox"/> Coluna social e cultura - dão certo?	Alexandre	7	07/11/06
<input type="checkbox"/> Fim da meia passagem para Estudantes?!	George	2	03/06/06
<input type="checkbox"/> Anunciem aqui suas comunidades	Alexandre	1	23/05/06

primeira | < anterior | próxima > | última

Figura 8 - Tópicos registrados no “Fórum” da comunidade *Jornalismo Cultural-PB*

Fonte: Site de relacionamentos Orkut, disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#CommTopics?cmm=14017305>>

Enquanto isso, no fórum de discussão, podem ser encontrados seis tópicos registrados até a data da última análise.

O primeiro dos tópicos, “anunciem aqui suas comunidades”, foi postado pelo próprio criador do grupo virtual, Alexandre Santos, no dia 23 de maio de 2006. Nesta postagem, o moderador convoca os demais participantes através do chamado “espaço voltado para o anúncio de comunidades”. Porém, na ocasião da análise, nenhum outro usuário havia interagido com a proposta.

Em seguida, o próximo tópico foi postado cerca de um ano depois, no dia 3 de junho de 2006, dessa vez por um usuário identificado como George Martins. Intitulado “Fim da meia passagem para estu-

dantes?!”, a discussão proposta pelo ator social foge da perspectiva de abordagem da comunidade, fazendo uma crítica à gestão municipal:

Ricardo Coutinho criou a lei que acaba com o limite à meia passagem para estudantes nos ônibus que fazem as linhas intermunicipais.

Porém, antes dela havia uma lei, de 1993, que previa uma cota de 10 poltronas por ônibus para nós. A lei de Ricardo supostamente acabaria com o direito da anterior, obviamente, ela não seria mais necessário.

A lei foi julgada inconstitucional, pois fez o caminho inverso. Ao invés de partir do executivo, partiu do legislativo, mas não me perguntem quais são os termos usados, pois não sou aluno de Direito e tampouco iria fazer uma pesquisa aprofundada para falar menos claro.

O fato é que esta semana o Tribunal de Justiça cancelou a lei do fim dos limites e levou, a reboque, também a que limita a cota das 10 poltronas: não temos mais o direito à meia passagem para as cidades vizinhas e do interior. O que os jornais noticiam é que estamos a cargo agora da boa vontade dos donos das empresas de transporte coletivo de viagens intermunicipais. Para ter validade, o nosso caro Governador deveria (já que sabia disto) ter usado o texto do então deputado estadual Ricardo Coutinho para encaminhar o PL para a assembléia, mas, como não era de se esperar, fez corpo mole.

A lei do fim do limite havia sido suspensa por determinação da justiça, por isso que tínhamos que correr para garantir a esmola que nos era dada, principalmente em épocas como essa, de festas nas cidades do interior do Estado, mas agora, nem com isso poderemos contar. O fato é que o Governador

Cássio Cunha Lima, já se sentindo pressionado, irá enviar o Projeto de Lei para a Assembléia Legislativa na segunda-feira, tudo dentro dos conformes. Oportunismos, a parte, o que quero aqui é convidar a todos para uma mobilização, na próxima terça-feira, com concentração prevista para as 7h00, na frente do Pró-Saúde e também do colégio EPAAC (Jaguaribe).

Vamos mostrar que estamos atentos aos desmandos dos donos do Poder no nosso Estado. Há a tentativa de desmobilizar os estudantes, fazendo passar a sensação de que não perderemos nosso direito, como se tem visto na mídia, mas não vamos recuar.

Todos no Pró-Saúde ou EPAAC, terça, às 7h00. Abraço!

O tópico proposto, que na verdade foi dividido em duas mensagens devido à limitação de caracteres do Orkut, também não teve nenhuma repercussão. Por se tratar de um evento de caráter político-estudantil, poderia ter sido cadastrado na seção “eventos” da comunidade.

Finalmente, no terceiro tópico discursivo surge um assunto ligado ao tema Jornalismo Cultural. Criado em 23 de maio de 2006, por Alexandre Santos, o tópico é intitulado “Coluna social e cultura – dão certo?”. Logo no tópico, o usuário, que também é moderador da comunidade, lança a questão:

Uma das coisas que mais me deixam horrorizados ao abrir o Caderno 2, é o fato de que tudo o que acontece a nível cultural na cidade, tudo o que enriquece a cidade, tem que dividir espaço com senhoras cheias de botox e adolescentes que só abrem o jornal pra ver se tem foto deles. O que vocês acham disso? Coluna social dentro de um caderno cultural, isso é coisa que se faça?

Como resposta, dois dias depois (25 de maio de 2006) George Martins comenta a discussão proposta pelo seu amigo virtual:

Num meio de comunicação burguês a gente tem mais é q agradecer de já aparecer alguma coisa de cultural. Mesmo q seja no meio de tanto laquê.

Mas eu prefiro os meios alternativos. Abraço!.

O segundo comentário veio quatro dias depois (29 de maio de 2006), postado pela usuária Gabriela Z. Saraiva, que não aparece como membro da comunidade:

Concordo, embora seja extremamente ridiculo essa atitude de banalizar a comunicação, é um meio de comunicação burgues e não se pode esperar uma atitude diferente dele... De qualquer maneira, nada impediria de levar as colunas culturais mais a serio.

Em referência a um outro comentário que pode ter sido removido por algum usuário que deixou de participar da comunidade ou do Orkut como um todo, Caio Visalli postou, em 4 de junho de 2006:

Nonato tem toda a razão, mas se nós fôssemos pensar o que levou a tal situação nos depararemos com nossa própria culpa!! Ora, a verdade é que cultura nunca foi prioridade p/ ninguém, nem p/ nós mesmos. Enquanto todo o glamour da alta sociedade e ver coleguinhas nas fotos do moçada que agita sempre deu mais repercussão, mais vendas etc. Diria q nossa mídia ã é burguesa, mas sim coronelista, já q o poder ainda está nas mãos dessa elite reacionária e pouco visionária é de se esperar

menos e menos espaço para eventos culturais, já que a produção cultural carrega consigo essa intrigante dicotomia: ao mesmo tempo q preza por valores já consagrados é, e deve ser, questionadora e inovadora ao extremo. e, inovação meus amigos é o que ã cabe nos nossos veículos de comunicação.

O último registro existente de comentário desse tópico é de Bruno R. Leite, de 15 de junho de 2006, que também não aparece entre os membros da comunidade: “parem com essa ingenuidade de “quarto poder”, façam o favor. vcs ainda sao do tempo de achar q jornalista eh deus? Hahaha”.

Esse tópico ilustra bem a perspectiva dialógica do Orkut, através da troca de argumentos críticos entre os internautas. Uma pluralidade de discursos constatada também por Cláudio Paiva (2011), no artigo *“Vale Tudo” nas Redes Sociais? Ética, Mediação e Cidadania no Ciberespaço*.

Ao final dos comentários do fórum, o layout da comunidade traz a seguinte frase “Algumas respostas nesta página foram excluídas ou estão sob revisão”. Isso mostra que o conteúdo empírico da pesquisa pode ter sido perdido ao longo do tempo. Os três tópicos seguintes não apresentam nenhuma discussão interativa sobre assunto, como mostra “FOLKCOMUNICAÇÃO E CULTURA POPULAR”, postado em 31 de maio de 2007, por Zuília David. Neste, a usuária faz apenas um convite para os demais membros participarem de um tema relativo ao assunto tratado no título:

O Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, realiza nos dias 14, 15 e 16 de junho,

no Teatro Rosil Cavalcante, em Campina Grande, o IV Seminário “Os Festejos Juninos no Contexto da Folkcomunicação e da Cultura Popular”. O evento, através do tema “As Festas Populares na Sociedade Midiatizada: Memória, Resistência e Multiculturalismo”, busca analisar de que forma as manifestações populares estão sendo trabalhadas e construídas em plena era da globalização e no âmbito da sociedade midiaticizada. O Seminário é destinado a professores e estudantes de comunicação e áreas afins, radialistas, jornalistas, produtores de TV, agentes comunitários, gestores culturais, artistas e intelectuais, docentes e estudantes de Ensino Médio e Fundamental, estudiosos e pesquisadores do folclore e da folkcomunicação e a vários outros segmentos sociais interessados e envolvidos com as manifestações da cultura popular nordestina. As inscrições para o evento custam 20,00 (estudantes) e 40,00 (profissionais) e poderão ser feitas no Curso de Comunicação da UEPB em Campina Grande. Qualquer dúvida ou maiores informações, podem mandar recados ou através do telefone (83) 3310-9745, falar com Izabel ou Wilson. A sua participação neste evento é de fundamental importância para a revitalização da cultura popular nordestina!!! Faça a sua contribuição!! Em ritmo de São João em Campina Grande, vamos debater um pouco sobre as nossas raízes e como elas estão sendo vistas (ou escondidas) pela mídia local, regional, nacional e internacional!!! Abraços a todos!!! AGUARDO TODOS NOS PRÓXIMOS DIAS 14, 15 E 16 no Teatro Rosil Cavalcante em Campina Grande!!!

Assim como ocorreu no tópico “Fim da meia passagem para estudantes?!” , a sugestão da usuária, que não é cadastrada entre os

membros da comunidade, poderia ter sido publicada na seção de eventos, uma vez que não gerou discussão na página do fórum.

Em 28 de janeiro de 2009 aparece o registro seguinte, publicado por Gustavo Filip “I love Arilucia”, que publicou o tópico “a procura de jornalista esportivo”, que também não recebeu nenhum comentário:

Procuo jornalista formado ou que esteja com mais de 12 meses de universidade para trabalhar em um novo site Esportivo do Estado da Paraíba. Entre as principais modalidade esta o futebol, o campeonato paraibano e jogos escolares 2009. Entre em contato comigo por esse orkut. OU mande um e-mail para: gustavo_filipe@hotmail.com.

Vagas para cidades:

João Pessoa – 2

Campina Grande – 2

Queimadas – 1

Patos – 2

Sousa – 1

Cajazeiras - 1 em dois meses.

Por fim, o último tópico registrado foi proposto pela pesquisadora da presente dissertação. Buscando atualizar a discussão do Jornalismo Cultural nas redes, Marina Magalhães, que já vinha participando ativamente da comunidade, fazendo registros, postagens e comentários, lançou o tópico “PESQUISA REDES SOCIAIS (MESTRADO UFPB) – Questão 1”, em 9 de fevereiro de 2011. Porém, até o momento não houve respostas e comentários para a postagem. A experiência, entretanto, é pertinente, na medida em que deixa aberto um espaço para a interação de novos membros integrantes da comunidade:

Olá internautas de plantão!

Sou jornalista cultural e pesquisadora em redes sociais do Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba. A comunidade Jornalismo Cultural-PB está entre os eixos do meu objeto de estudo. Portanto, gostaria de formular algumas questões aos membros desse grupo virtual a título de execução do trabalho.

1) Quais os seus interesses e expectativas em relação à comunidade Jornalismo Cultural-PB?

Categoria e comunidades relacionadas

A categoria Artes e Espetáculos do Orkut possui 1.000 comunidades cadastradas. O volume e a vulnerabilidade das comunidades, que podem ser criadas e eliminadas na velocidade de um clique, dificultaria uma subdivisão e uma análise mais detalhada. Porém, como um passo preliminar, escolhemos aleatoriamente dez exemplos que demonstram a variedade de alcance de temas inseridos nessa categoria – que, teoricamente, deveria estar destinada às manifestações artísticas e de entretenimento.

Entre as comunidades selecionadas como exemplo estão: “Harry Potter 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7”, definida como “comunidade oficial dos filmes e todos os livros da série”; “Tudo passa, até uva passa”, baseada em um ditado popular em que os participantes discutem os seus problemas afetivos; “My name starts with ‘S’”, escrita em inglês, para pessoas cujos nomes começam com a letra S; “Se eu ã fosse eu, me invejaria”, demonstração do tecnonarcisismo nas redes sociais digitais, onde os internautas se reúnem para cultuar o próprio ego,

as belezas e conquistas pessoais; “Seu Madrugada para o novo 007”, dedicada ao personagem do seriado mexicano *Chaves*, da Televisa, com debates sobre a sugestão da sua participação nos famosos filmes de aventura do James Bond; e “Scraps ‘Adoro você’”, dedicado à discussão sobre os recados em forma de desenho trocados no próprio Orkut, sinalizando a existência da metalinguagem na rede, em que os usuários discutem suas próprias ferramentas.

Também podem ser vistas as comunidades: “Fairy Tail Br”, definida como “Comunidade dedicada a discussões sobre a obra de Hiro Mashima, o anime e mangá Fairy Tail”; “Eu Assisto Ao Programa Do Jô”, dedicada às discussões do público que acompanha o programa de entrevista transmitido pela Rede Globo; “Eu AMO piadas sem graça”, o lugar daquele “que para uma piada ser engraçada ela deve atingir, ou até ultrapassar o limite da sem-gracice”, e “Friends forever.....!!.....!!!!!!!”, comunidade em língua inglesa dedicada à interação de pessoas através de jogos e debates com a simples finalidade “de fazer amizades”.

Enquanto isso, na própria página da tribo *Jornalismo Cultural – PB* estão relacionadas as comunidades *Fanzines* (3.436 membros), *Jornalismo* (55.720), *Jornalismo Alternativo* (252), *Jornalismo Cultural* (17.716), *Jornalismo Impresso* (3.240), *Jornalismo Investigativo* (1.509) e *Pesquisa em Jornalismo* (908). Porém, outras comunidades relacionadas ao tema Jornalismo, no Orkut, propiciaram um novo desdobramento da presente pesquisa, conforme demonstraremos mais adiante.

Em linhas gerais, estas referidas comunidades fazem uma analogia, em termos, com a comunidade *Jornalismo Cultural–PB*, no estilo de

linguagem, na forma coloquial e no uso de gírias. As linguagens compactas presentes nas postagens dos atores sociais atestam um tipo de formação cultural que expressa uma nova ambiência – na qual os discursos e enunciados se mostram pulverizados e fragmentados.

Em todo caso, podemos perceber que os atores, em rede, definem os seus posicionamentos, suas críticas, suas observações e suas expectativas no que concerne ao campo do jornalismo, da comunicação e da cultura. Embora sob a forma do chiste, da piada e da sátira, estes usuários cidadãos contribuem para a construção de uma esfera pública midiaticizada na qual podemos enxergar modalidades de empoderamento, democratização e cidadania.

Genericamente, a enunciação que estrutura a ambiência comunicacional do Orkut reflete o estado da arte, do jornalismo contemporâneo (e do jornalismo cultural), inteiramente recortado por slogans publicitários, frases repetidas e moldadas pela Indústria Cultural, resultando em uma experiência saturada pela lógica mercadológica.

Todavia, é justamente no entrecruzamento das linguagens proliferadas nas redes sociais digitais que pode ser percebido o fenômeno da convergência sócio-tecnológica. É nesta concha midiática (MAGALHÃES; PAIVA; VIANA, 2010) que podemos detectar o sentido afirmativo das comunidades virtuais e da própria comunicabilidade gerada pelos dispositivos sócioinformacionais.

○ Caso Sheherazade

Encontramos outro exemplo bastante pertinente para exemplificar a experiência cultural no contexto das comunidades virtuais. Esta se expressa no caso do discurso da jornalista paraibana Rachel

The screenshot displays the Orkut search interface for the query 'rachel Sheherazade'. At the top, it indicates 'filtro de segurança ativado'. The search results are categorized by 'meu país (Brasil)'. Three results are visible:

- Virei fã da Rachel Sheherazade**: Category: Artes e Entretenimento (393), Local: Brasil. Description: 'Para todos que são admiradores da Rachel Sheherazade, que fez um polemico comentário sobre o Carnaval. (Rumo aos primeiros 500 membros! Divulgue a comunidade!) Rachel Sheherazade é uma...'.
- RACHEL SHEHERAZADE**: Category: Outros (261), Local: Brasil. Description: 'Comunidade criada para fãs e admiradores dessa Jornalista/Apresentadora impar do Jornalismo Paraibano. Em suas próprias palavras - About RACHEL SHEHERAZADE Profissionalmente, sou um pouco de mui...'.
- Rachel Sheherazade NACIONAL!**: Category: Países e Regiões (16), Local: Brasil. Description: 'Rachel Sheherazade é uma jornalista paraibana que ficou conhecida em todo o país após um vídeo em que ela criticou o carnaval ter se espalhado pela internet.'

The sidebar on the left includes user information for 'Marina Magalhães' (off-line, feminine, married, Brazil) and navigation options like 'perfil', 'recados', 'fotos', 'vídeos', 'depoimentos', 'eventos', 'promova', 'Apps', 'listas', 'mensagens', 'atualizações', 'configurações', and 'spam'. The right sidebar shows 'comunidades' filters: 'categorias mais usadas' (Pessoas, Artes e Entretenimento, Outros, Países e Regiões), 'tópicos', 'filtrar por local' (Brasil, Outros países), and 'filtrar por idioma' (Português (Brasil)).

Figura 9: Comunidades sobre a jornalista Rachel Sheherazade
 Fonte: Figura retirada da página de busca de comunidades referentes à apresentadora e jornalista Rachel Sheherazade, disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#UniversalSearch?searchFor=C&q=rachel+sheherazade>>. Acessado em 13 de março de 2011.

Sheherazade, que gerou um surpreendente processo de transmidia-tização através da publicização em diversas redes digitais.

O “Caso Sheherazade” expressa bem a natureza intermediática do processo comunicacional atual. Primeiramente, podemos constatar a relevância deste recorte por meio de onze comunidades³⁷ relacionadas à temática dentro do universo de grupos virtuais que tratam de “Jornalismo” no Orkut. São elas: *Rachel Sheherazade* (244 mem-

37. Dado levantado no site relacionamentos Orkut <www.orkut.com> no dia 13 de março de 2011.

bros), *Virei fã de Rachel Sheherazade* (317), *Rachel Sheherazade Nacional* (11), *O carnaval Rachel Sheherazade* (12), *Rachel Sheherazade Presidente* (10), *Rachel Sheherazade – apoiada!* (10), *Rachel Sheherazade [Oficial]* (1), *Rachel Shehearazade* (7), *Rachel Sheherazade falou tudo* (12), *Rachel Sheherazade cultura o!* (1) e *Rachel Sheherazade* (1).

Todos os grupos virtuais foram criados a partir do dia 3 de março de 2011, motivados pelo objetivo de repercutir um editorial apresentado pela jornalista paraibana em questão no telejornal local Tambaú Notícias (produto produzido e veiculado pela afiliada do SBT)³⁸. No editorial, Rachel Sheherazade (2011) faz uma crítica radical à mercantilização dos festejos carnavalescos, que constituem uma paixão nacional dos brasileiros.

Ontem foi quarta-feira de fogo³⁹ e eu não vejo a hora de chegar a quarta-feira de cinzas. Não, não é que eu seja inimiga do carnaval. Até já brinquei muito, nos clubes, nos blocos, nas prévias. Fui até a Olinda em plena terça-feira de carnaval. Portanto, vou falar com conhecimento de causa e revelar algumas verdades que eu encontrei por trás da fantasia do carnaval. A primeira delas: o carnaval é uma festa genuinamente brasileira. Não, não é. O carnaval, tal como nós o conhecemos, ele

38. O vídeo foi ao ar na televisão local no dia 3 de março de 2011, postado na mesma data no Youtube pelo usuário Ivaldopb, no endereço: <<http://www.youtube.com/watch?v=xY2BSJ6Xttg>>.

39. Quarta-feira de fogo faz referência ao dia do desfile das Muriçocas do Miramar, maior bloco pré-carnavalesco de arrasto da Paraíba, que desfila tradicionalmente uma semana antes da quarta-feira de cinzas do carnaval; isto é, havia desfilado um dia antes do tal comentário da apresentadora.

surgiu na Europa durante a era vitoriana e se espalhou pelo mundo afora, adaptando-se a outras culturas. Segunda falsa verdade: o carnaval é uma festa popular. Balela! O carnaval virou negócio dos ricos. Que o digam os camarotes vip, as festas privadas e os abadáis caríssimos chamados de passaporte da alegria. E quem não tem dinheiro para comprar aquela roupinha colorida, não tem também direito de ser feliz? Tem não! E aqui na Paraíba, onde se comemoram as prévias, não é muito diferente não. A maioria dos blocos vive às custas do poder público e nenhuma atração sobe no trio elétrico para divertir o povo só por ser o carnaval uma festa democrática. Milhões de reais são pagos a artistas da terra, e fora dela, para garantir o circo a uma população miserável que não tem sequer um pão na mesa. Muitas coisas hoje me revoltam no carnaval. Uma delas é ouvir a boa música ser calada à força por hits do momento como “O melô da Mulher Maravilha” e similares que eu não ousa nem citar. Eu fico indignada quando vejo a quantidade de ambulâncias disponibilizadas num desfile de carnaval para atender aos bêbados de plantão e valentões que se metem em brigas e quebra-quebra. Onde estão essas mesmas ambulâncias quando uma mãe precisa socorrer um filho doente, quando um trabalhador está enfartando, quando um idoso do interior precisa se deslocar de cidade para se submeter a um exame? Eu me revolto em ver que os policiais estão em peso nas festas para garantir a ordem do carnaval e no dia a dia falta segurança para o cidadão de bem exercer o simples direito de ir e vir. Mas, o carnaval é uma festa maravilhosa! Dizem até que faz girar a economia e que os pequenos comerciantes conseguem vender as suas latinhas e seu churrasquinho. Ora, se esses pais de famílias dependessem do carnaval para vender e para viver, passariam o resto do ano à míngua. O carnaval só

dá lucro para dono de cervejaria, para proprietário de trio elétrico e para uns poucos artistas baianos. No mais, é só prejuízo. Alguém já parou para calcular o quanto o Estado gasta para socorrer vítimas de acidentes causados por foliões embriagados? Quantos milhões são pagos em indenizações por morte ou invalidez decorrentes desses acidentes? Quanto o poder público desembolsa por procedimentos de curetagem que muitas jovens se submetem depois de um carnaval sem proteção que gerou uma gravidez indesejada? Isso sem falar na quantidade de DSTs que são transmitidas durante a festa em que tudo é permitido. Eu até acho que carnaval já foi bom, mas isso foi nos tempos de outrora.

Como consequência do discurso da apresentadora, que gerou polêmica e controvérsias, o vídeo chegou a ser postado no Youtube na mesma data em que foi ao ar na mídia analógica, com o título *POLÊMICA DO CARNAVAL – Rachel Sheherazade esperando a quarta-feira de Cinzas – By #ivaldolima*, acessado por 495.235 usuários⁴⁰.

As discussões resultantes desse tipo de interação mediada por computador já trazem consigo uma sátira ao discurso crítico sisudo e engajado da apresentadora. Embora não tenha sido previsto no corpus teórico da presente pesquisa, o vídeo repercutiu em comunidades do Orkut como uma surpresa significativa para a nossa investigação. Mostra-se pertinente no momento em que, transversalmente, expressa uma manifestação do jornalismo cultural fazendo uma crítica a uma manifestação da cultural popular, o carnaval, ganhando

40. Acessos registrados até o dia 13 de março de 2011.

do assim proporções inimagináveis nas ramificações informacionais das redes digitais, sobretudo do Orkut.

Esse recorte não tem a pretensão de apresentar detalhes sobre todas as comunidades referentes ao “Caso Sheherazade” nem de analisar o posicionamento adotado pela apresentadora, cujo vídeo publicado no Youtube contou com a aprovação de 6.588 internautas e a reprovação de outros 294⁴¹. Tampouco objetiva abordar todos os desdobramentos do vídeo postado na rede, o que inviabilizaria a finalização da pesquisa, uma vez que a internet está em constante processo de atualização.

Caberia aqui destacar o poder de alcance das redes sociais. Através da postagem no Youtube e da disseminação viral em comunidades e perfis do Orkut, do Facebook, do Twitter e dos blogs, um produto da mídia analógica de três minutos e 24 segundos de duração, exibido uma única vez, em um programa diário paraibano, teve a possibilidade de sair da esfera local para se propagar em rede mundial, podendo ser acessado por usuários de qualquer lugar do mundo em qualquer época.

A interação dos internautas em relação ao conteúdo postado também sinalizou outro aspecto relevante das redes sociais, uma vez que a repercussão entre milhares de usuários do Youtube, centenas de usuários do Orkut, do Facebook e do Twitter – chegando a entrar no Trend Topics como um dos assuntos mais comentados da rede de microblogs – voltou a ser um tema discutido na televisão. A própria

41. Os números fazem parte do universo de participantes que assistiram ao vídeo até o dia 13 de março de 2011, que utilizaram a ferramenta do Youtube “Gostei” e “Não gostei”.

Rachel Sheherazade comentou o fenômeno no telejornal Tambaú Notícias, no dia 4 de março de 2011, data seguinte à divulgação do seu editorial:

Eu até imaginei que o comentário que fiz ontem sobre o carnaval geraria certa repercussão. Mas eu nunca pensei que ele pudesse se tornar um dos assuntos mais falados de todo o Brasil na rede social Twitter. De repente, o post se espalhou pela rede mundial de computadores e lá estava o meu nome, escrito com “que”, sendo citado por Deus e o mundo no Twitter. Foi tão comentado, o tal comentário, que ocupou a nona colocação no ranking dos dez assuntos mais discutidos no Brasil. Eu confesso que a minha intenção não foi polemizar nem lançar críticas vazias ao carnaval. Foi uma opinião, uma tentativa de incitar nos cidadãos, foliões ou não, reflexões sobre essa festa que paralisa o País por cinco dias todo ano. Eu agradeço, de coração, a TV Tambaú pelo espaço que me cede toda semana para que eu possa opinar livremente sobre qualquer assunto sem censura prévia ou posterior. Eu agradeço às manifestações de apoio, de carinho, de admiração, e até as críticas que eu recebi no Twitter, no meu blog pessoal e no Facebook. Agradeço a iniciativa do telespectador e internauta Ivaldopb, que postou o vídeo no Youtube e gerou toda essa discussão saudável na internet. Acrescento que o respaldo dos telespectadores e a credibilidade que vocês depositam em mim, como profissional de opinião, me fortalecem e renovam as minhas esperanças no jornalismo sério.

A repercussão do primeiro vídeo não foi diferente do que ocorreu após a publicação desse segundo vídeo, agora postado sob o título *Rachel Sheherazade comenta repercussão do seu vídeo*⁴², dessa vez postado no Youtube pelo usuário TvTambaupb (supostamente relacionado à emissora). A análise da apresentadora sobre o debate gerado nas redes digitais a partir do seu editorial configurou um processo de retroalimentação, capaz de gerar ainda mais assunto para ser discutido pelas mesmas redes. O segundo vídeo postado alcançou 157.052 visualizações⁴³ no site em questão, sem contar com a repercussão através de vídeos em forma de resposta e por meio de comentários publicados no próprio Youtube, Orkut, Twitter, Facebook e blogs.

Esse processo de viralização intermediática – ou seja, o processo de disseminação e compartilhamento de conteúdos entre as redes sociais digitais – voltou a ser assunto discutido na mídia analógica, no telejornal Tambaú Notícias, na sexta-feira após o carnaval, dia 11 de março de 2011. A repórter Sheherazade novamente discutiu o fenômeno no telejornal em que apresenta, desta vez a partir de um viés dialógico interpretativo, com a participação dos comunicólogos Cândida Nobre e Fábio Albuquerque, especialistas na área de Comunicação Digital.

O diálogo reaqueceu a discussão sobre o tema jornalismo, cultura e redes sociais, como verificamos nos trechos capturados do programa sobre o poder de comunicação das redes. Ao perguntar à

42. Postado no Youtube no dia 4 de março de 2011, no endereço: <<http://www.youtube.com/watch?v=SK9sxxkCw54>>.

43. Número de visualizações registradas até o dia 13 de março de 2011.

pesquisadora Cândida Nobre se o poder das redes digitais teria sido subestimado, a convidada respondeu que:

As redes sociais têm hoje um poder imenso porque, na verdade, são as relações sociais que aconteciam fora da internet e agora acontecem dentro desse espaço. Isso faz com que uma mensagem possa ser replicada, possa se ampliar muito a repercussão dela, que foi o que aconteceu no seu caso.

Quando questionado pela apresentadora sobre o efeito virótico das mensagens pela internet, Fábio Albuquerque comentou que “com a chegada de um modelo de comunicação mais democrático as pessoas sentem a necessidade de entrar nas conversas, participar das conversas e que o poder se transfere dos veículos para as pessoas”. O especialista completa:

Eu costumo dizer que as pessoas agora são veículos. Você é a mídia, você cria o seu próprio conteúdo, você coloca no Youtube, você coloca no Twitter. E isso repercute na sua rede social, na sua rede de amizades e pode tomar proporções gigantescas, como foi o caso da repercussão colocada por um telespectador do programa, que achou o vídeo interessante, colocou no Youtube e gerou toda essa repercussão que nós vimos aí.

Como todo processo de retroalimentação que se preze, a entrevista completa sobre *O poder das redes sociais*, exibida na televisão, foi

novamente postada no Youtube⁴⁴, através de vídeo homônimo, de onde repercutiu para as demais redes sociais, gerando replicações, comentários, debates e até paródias pelos internautas.

O exemplo deste polêmico Caso Sheherazade, no qual a apresentadora de uma mídia massiva e popular apresenta um depoimento crítico, foi incluído nas análises da presente pesquisa por tratar de um tema cultural, o carnaval, por repercutir o fazer jornalístico paraibano e por mostrar as nuances transmidiáticas características dos tempos de redes sociais digitais.

Além de destacar a perspectiva do longo alcance e do compartilhamento, finalizamos a análise desse caso destacando as características das redes sociais digitais, ou seja, o seu aspecto de “comunicação sem fim” (MAFFESOLI, 2003), a comunicação sem interesse, sem objetivo específico, sem finalidade, mas que se realiza no próprio exercício das trocas simbólicas, afetivas e ético-comunicacionais.

44. A entrevista com os especialistas exibida pela TV Tambaú no dia 11 de março de 2011 foi postada pelo usuário TvTambaupb em duas partes, nos respectivos endereços:

<<http://www.youtube.com/watch?v=v53xHxwiNGw&feature=related>> e
<<http://www.youtube.com/watch?v=AIVpsTS6RFg&feature=related>>.

Considerações

Como chegar a uma conclusão sobre um objeto de estudo que se encontra em constante mutação, como a internet, as redes sociais digitais, o Orkut, as comunidades que surgem e se vão sob o comando de um clique?

Se no projeto de pesquisa, elaborado há quatro anos, a proposta era analisar a “tribo dos jornalistas paraibanos no Orkut” – rede de relacionamentos que ainda continua presente, mas reinava soberana na época –, ao longo do processo viu-se a necessidade de olhar também para outras redes, como Youtube, Twitter e Facebook. Estas se encontram em crescimento acelerado, engendrado entre os nós dos atores sociais que interagem nos múltiplos sites de relacionamento.

As análises das redes tomaram as formas da dimensão da surpresa, presente em cada etapa do trabalho. Percebemos, com maior propriedade na comunidade virtual *Jornalismo Cultural–PB*, uma transitoriedade de participação e interação entre os membros do grupo. Se, por um lado, os ex-participante levaram consigo parte das postagens que serviriam como nosso *corpus* de análise, por outro, essa mobilização nos alertou para novos aspectos característicos da rede, como o nomadismo tribal. Enquanto as antigas civilizações ultrapassavam seus limites territoriais em busca de condições de sobrevivência, as gerações de hoje seguem o rastro das experiências sensoriais, da velocidade, do conhecimento, dos afetos.

Porém, ao mesmo passo em que se tornam efêmeras, as comunidades virtuais constituem um objeto de análise fundamental, na medida em que mostra essa própria dinâmica de experiência na rede. Do mesmo modo que a comunidade *Jornalismo Cultural–PB* surge para discutir a produção jornalística paraibana – ainda que tenha dispersado seu objetivo inicial ao longo do tempo – um vídeo de uma mídia massiva, a televisão, acaba “caindo” nas redes digitais e, de forma despropositada, gera uma grande discussão no ciberespaço. Esse debate, por sua vez, retorna à mídia analógica, demonstrando o processo de retroalimentação característico dos meios de comunicação pós-modernos.

Os exemplos analisados demonstram um pós-jornalismo cultural, isto é, uma nova modalidade do jornalismo especializado, que se reinventa no compasso das transformações da própria experiência cultural na era da informação. Através desse processo intermediático, de convergências tecno-comunicacionais, o papel dos jornalistas sofre mutações – no que concerne à operacionalização da matéria jornalística e no modo de consumo por perceptores, doravante leitores-usuários-cibercidadãos – para atender às demandas dos novos tempos.

Por fim, percebemos que, embora as redes sociais digitais ainda não apresentem uma revolução em termos de experiências comunitárias, as comunidades existentes sinalizam novos estilos de subjetividade (cidadania) e sociabilidade (democratização do espaço público) que ultrapassam os limites nunca antes imaginados pelas tribos dos nossos antecessores.

Referências

ASCOTT, Roy. *Quando a onça se deita com a ovelha: a arte com mídias úmidas e a cultura pós-biológica*. In: DOMINGUES, Diana (org.). *Arte e vida no século XXI: tecnologia, ciência e criatividade*. São Paulo: Editora UNESP, 2003, p. 273-284.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). *Teoria da cultura de massa*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 221-254. Resenha de: FIGUEIREDO, Valéria Maria Chaves de; OLIVEIRA, Ana Paula. *Pensar a Prática*, Goiânia, v. 9, n. 1, p. 147-152, jan./jun. 2006.

COHN, Gabriel. *O campo da comunicação*. In: FAUSTO, Antonio; PRADO, José Luiz; PORTO, Sérgio. *Campo da comunicação – caracterização, problematizações e perspectivas*. João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

DEBRAY, Régis. *Curso de midiologia geral*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

DI FELICE, Massimo. *Pós-humanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANÇA, Vera Veiga. *O objeto da comunicação/A comunicação como objeto*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HOHLFELDT, Antonio. *As origens antigas: a comunicação e as civilizações*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

KEEN, Andrew. *O culto do amador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

KERCHOVE, Derrick de. *A pele da cultura: uma investigação sobre a nova realidade eletrônica*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

LATOUR, Bruno. *Redes que a razão desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções*. In: PARENTE, A. (org.) *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEMONS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre, Sulina, 2007.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34, 2004.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2000.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Ed. 34, 2005.

MAFFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Arte e Ofícios, 1985.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MAFFESOLI, Michel. *A comunicação sem fim: teoria pós-moderna da*

comunicação. In: Scribd, 2003. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/17274811/Michel-Maffesoli-A-comunicacao-sem-fim-teoria-posmoderna-da-comunicacao>>. Acessado em 2. dez. 2010.

MAGALHÃES, Marina. *Polarizações do Jornalismo Cultural*. João Pessoa: Editora Marca de Fantasia, 2008.

MAGALHÃES, Marina; PAIVA, Cláudio; VIANA, Alysso. *Afrodite no ciberespaço: a era das convergências*. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010. Disponível em: <www.marcadefantasia.com.br>. Acessado em 3. jan. 2011.

MAGALHÃES, Marina; PEREIRA, Wellington. *Tribalização no ciberespaço: o fenômeno das comunidades no mundo virtual*. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal – RN, 2008. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1358-2.pdf>>. Acessado em 2. jun. 2009.

MALDONADO, Simone. A chama dourada: sociabilidade e religiosidade na internet. In: *Biblioteca On-line das Ciências da Comunicação*, 2000. Disponível em: < <http://bocc.ubi.pt/pag/maldonado-simone-chama-dourada.html>>. Acessado em 17. Out. 2010.

MARTINO, Luiz C. *De qual comunicação estamos falando?* In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MATTELART, Armand. *A invenção da comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

MELO, José Marques de. *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação*. Petrópolis, Vozes, 1977.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969a.

McLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1969b.

PAIS, José Machado. *Vida cotidiana: enigmas e revelações*. São Paulo: Cortez, 2003.

PAIVA, Cláudio. *A crítica da mídia na era digital*. In: *Observatório da imprensa*, 2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=611DAC001>>. Acessado em 15. Out. 2010.

PAIVA, Cláudio. “Vale Tudo” nas Redes Sociais? *Ética, Mediação e Cidadania no Ciberespaço*. *Compós*, 2011. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação.

PEREIRA, Welington. *A comunicação e a cultura no cotidiano*. In: *Revista Famecos*. Porto Alegre, 2007.

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

RÜDIGUER, Francisco. *Introdução às teorias da cibercultura: perspectiva do pensamento tecnológico contemporâneo*. Porto Alegre: Sulinas, 2ª ed., 2007.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTAELLA, Lucia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 2008.

SODRÉ, Muniz. *A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil*. São Paulo: Cortez Editora, 1990.

SODRÉ, Muniz. *Comunicação, um novo sistema de pensamento?* In: FAUSTO, Antonio; PRADO, José Luiz; PORTO, Sérgio. *Campo da comunicação – caracterização, problematizações e perspectivas*. João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

WOLF, Mauro. *Sociologias de la vida cotidiana*. Madrid, Ediciones Cátedra, 1982.

WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora UNB, 1997.

Sites:

www.facebook.com

www.orkut.com

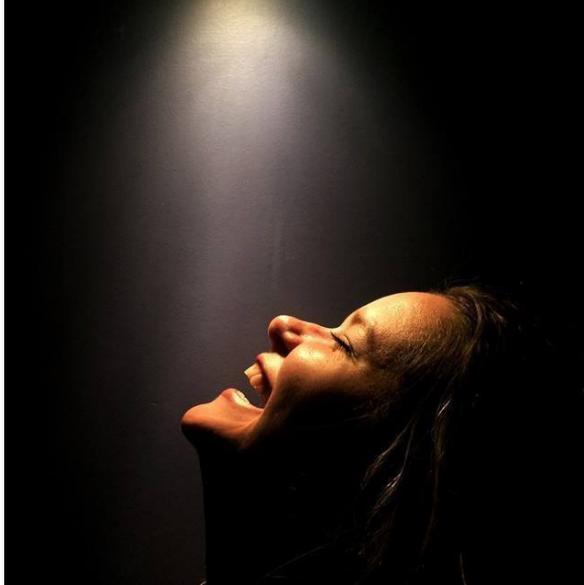
www.twitter.com

www.youtube.com

Marina Magalhães de Morais

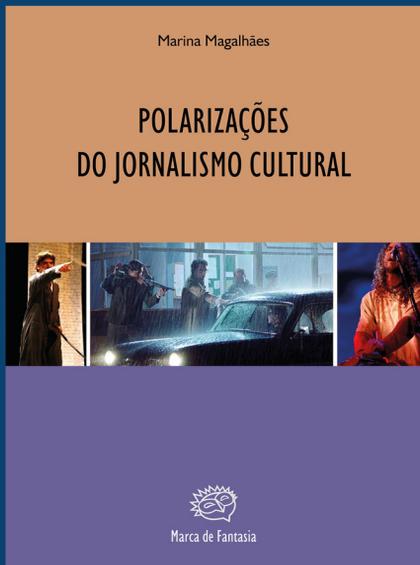
é Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa (2018), Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (2011), Especialista em Redação Jornalística

pela Universidade Potiguar (2010) e Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (2008). De 2005 a 2011 atuou como assessora de imprensa, repórter e redatora em João Pessoa, com passagens pela Antares Comunicação, Procuradoria Geral e Casa Civil do Estado da Paraíba, Jornal da Paraíba e G1. Também desenvolveu atividades de pesquisa no Grupecj e no Centro de Pesquisa Atopos. Em 2011 alçou novo voo para Portugal, onde desenvolveu sua tese doutoral financiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia e atuou como repórter internacional da Revista Brazil com Z (Espanha) e do site Notícias ao Minuto (Portugal). Atualmente é professora convidada da Universidade Lusófona do Porto, investigadora do Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA) e membro fundadora do Observatório Internacional de Net-Ativismo. Escreve contos nas horas vagas.



Por Lorena Travassos

Mais livros de Marina Magalhães pela Marca de Fantasia



Polarizações do jornalismo cultural

Ensaio sobre Jornalismo Cultural com estudo de caso do jornalismo paraibano.



Afrodite no ciberespaço: a era das convergências

Cláudio Paiva, Marina Magalhães e Allysson Viana (orgs.)

Artigos acadêmicos sobre Comunicação e Cibercultura.



Marca de Fantasia