

**Mario Abel Bressan Júnior,
Mateus Dias Vilela**
organizadores

redes e convergências



Editora Unisul

RCT

**GRUPO DE PESQUISA EM
REDES E CONVERGÊNCIAS TECNOLÓGICAS**

**Mario Abel Bressan Júnior
Mateus Dias Vilela**

ORGANIZADORES

redes e convergências



Editora Unisul

UNISUL
Universidade do Sul de Santa Catarina

Reitor
Mauri Luiz Heerdt

Vice-Reitor
Lester Marcantonio Camargo

Editora Unisul
Diretor
Laudelino José Sardá

Secretária Executiva
Alessandra Turnes Soethe

Assistente Editorial
Amaline Mussi

Avenida Pedra Branca, 25. Fazenda Universitária
Pedra Branca – 88137-270 – Palhoça, SC
Fone (48) 3279-1088 Fax (48) 3279-1170
editora@unisul.br

Revisão
Caroline Elias Florencio
Laura Latrônico Alvarenga

**Projeto Gráfico
e diagramação**
Mateus Dias Vilela

R24 Redes e convergências / organização: Mario Abel Bressan
 Júnior, Mateus Dias Vilela. - Palhoça : Ed. Unisul, 2017.
 129 p. : il. color. ; 21 cm

Inclui bibliografias.
ISBN 978-85-8019-192-9

1. Comunicação de massa e tecnologia. 2. Televisão – Aspectos sociais. 3. Convergência (Telecomunicação) – Aspectos sociais. 4. Internet – Aspectos sociais. 5. Redes sociais on-line. I. Bressan Júnior, Mario Abel, 1977-. II. Vilela, Mateus Dias, 1986-. III. Título.

CDD 21. ed. – 302.23

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária da Unisul

Sumário

Prefácio	9
Ubiquidade e convergência na programação segmentada: reconfigurações de um laço social	13
A cultura das séries nas redes: A sinergia entre recursos narrativos e <i>Social TV</i>	37
Anonimato na dark net: A identidade e o capital social no site <i>Blackbook</i>	57
Mobilidade tecnológica: a formação de redes sociais móveis na sociedade contemporânea	85
<i>Booktube</i> : A Comunidade de leitores presente no <i>YouTube</i>	105

Prefácio

A profunda relação entre a televisão e o público é um importante objeto de pesquisa e de análise a quem se dedica ao estudo das formas de Comunicação e influência da TV em nossas vidas. Mais do que assistir, todos nós somos influenciados pelas narrativas verbais e não-verbais transmitidas pelo televisor, seja nos aparelhos convencionais ou nas varias plataformas e suportes onde ela pode ser transmitida, as multitelas, como convencionamos chamar. A visão de mundo dos pesquisadores deve refletir-se na pesquisa. O objetivo da produção científica não é buscar consenso, mas suscitar o debate, levantar inquietações, provocar discussões e reflexões que ajudem a aperfeiçoar o meio de comunicação que há 67 anos tem influencia direta no cotidiano das pessoas. A TV não entra só em nossas casas, entra em nossas vidas.

É a reflexão que nas próximas paginas deste livro cuja leitura você está começando, prezado leitor, prezada leitora. Ainda assim, mais do que falar de televisão abordaremos ainda as redes sociais na internet através da literatura, sem esquecer da mobilidade, da identidade e do capital social, tão discutidos na contemporaneidade.

Os pesquisadores Mario Abel Bressan Junior, Mateus Dias Vilela, Murian dos Reis Ribeiro, Sandra

M.G. Henriques e Tauana Mariana Weinberg Jeffman estão aqui reunidos para apresentar suas pesquisas nos ajudam muito a compreender o cenário contemporâneo. Eles são os autores do livro **Rede e convergências** que você está começando a ler agora. É muito relevante considerar as importantes as contribuições teórico-práticas de autores como eles que estudam e pesquisam a influência das redes sociais e da televisão em nossas vidas.

O capítulo 1, que abre o livro, é **“Ubiquidade e convergência na programação segmentada: reconfigurações de um laço social”** do doutor Mario Abel Bressan Junior. O capítulo 2 é do doutor Mateus Dias Vilela, **“A cultura das séries nas redes: A sinergia entre recursos narrativos e Social TV”**. O doutorando Murian dos Reis Ribeiro traz o capítulo 3 com o título **“Anonimato na dark net: A identidade e o capital social no site Blackbook”**. O capítulo 4 é **“Mobilidade tecnológica: a formação de redes sociais móveis na sociedade contemporânea”** da doutora Sandra M.G. Henriques. E o livro é encerrado com o capítulo 4 com o título **“Booktube: A Comunidade de leitores presente no YouTube”** da doutora Tauana Mariana Weinberg Jeffman. Todos os autores integram o grupo de pesquisa Redes e Convergências Tecnológicas – RCT, da Unisul de Santa Catarina. Todos refletem sobre convergência e o uso das redes sociais e tecnológicas.

Eu já tive o privilégio de ler todos artigos pelo que agradeço aos autores a oportunidade de fazer esse prefácio, o que muito me orgulha. São profissionais qualificados, pesquisadores atentos e profundos conhecedores dos temas que abordam. E estão respaldados por trajetórias acadêmicas brilhantes. Jovens e promissores estudiosos que nos disponibilizam suas pesquisas

de campo contribuição para entendermos melhor a velocidade com que os processos de comunicação estão se dando neste mundo moderno e agitado em que vivemos. E posso adiantar caro leitor, cara leitora, que ao acabar a leitura você vai entender e compreender muito melhor os processos midiáticos que caracterizam nossa relação com as mídias e com o mundo.

Boa leitura!

Prof. Dr. Flávio Porcello
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Informação UFRGS

Ubiquidade e convergência na programação segmentada: reconfigurações de um laço social

Mario Abel Bressan Júnior
Doutor em Comunicação Social

A televisão, como observado por Wolton (1996, p. 16), apresenta a função de estabelecer o laço social, cuja força está “no religamento dos níveis da experiência individual e da coletiva”. Com o Canal Viva, essas experiências passam a ser vividas com a rememoração, ou seja, a volta de algo que faz parte do passado. As lembranças são evocadas por este arquivo pessoal e ativadas com as imagens da TV.

O telespectador, hoje, vive com uma infinidade de opções de canais, podendo assistir em diversos suportes midiáticos, escolher o que quer ver com a TV sob demanda e eleger sua própria programação. No entanto, a televisão organizada por uma grade vertical e horizontal continua forte. Pelo menos é o que apresentam alguns dados de audiência do Canal Viva.

Este texto apresenta como objetivo analisar a função da programação segmentada para a construção de um telespectador ativo, compreendendo uma reconfiguração do laço social diante da participação em rede da audiência.

Procura responder qual a função da programação na construção de um telespectador ativo diante do contexto convergente e ubíquo da televisão e de que forma o laço social passa a ser constituído com a coletividade e interatividade do público ao postar na internet as suas manifestações e reações diante do que está sendo exibido.

Para chegar à conclusão e responder às questões desta pesquisa, optamos em analisar os comentários dos telespectadores do Canal Viva que foram publicados no site de rede social twitter, a respeito de duas telenovelas: Cambalacho e Laços de Família. Coletamos os dados com o auxílio da ferramenta Grid Monitoramento, que permite inserir os termos pesquisados e classificar as postagens.

Cambalacho foi ao ar na Rede Globo no ano de 1986 e reapresentada no Canal Viva em agosto de 2015, 29 anos depois da primeira exibição, portanto. Laços de Família foi transmitida no ano 2000 e sua estreia no Canal aconteceu em fevereiro de 2016, 16 anos depois.

Como procedimentos metodológicos, utilizamos a Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (2011). Com ela é possível organizar e categorizar as mensagens. Definimos por estudar os sentidos semânticos descritos, avaliando verbos, adjetivos e expressões, que direcionam um entendimento sobre o que pensam, fazem e recordam o público que assiste às telenovelas analisadas.

Separamos as postagens com sentidos negativos e analisamos as que evidenciaram a participação do telespectador em sugerir, reclamar, pedir ou anunciar algo nas redes sociais. Esta divisão possibilita entender a aceitação do público, avaliar as suas expectativas e compreendê-lo como sujeito ativo.

Televisão e laço social

O público é um dos elementos que se destaca na composição intelectual para entender melhor a forma e o modo de se fazer TV. O telespectador sempre foi alvo do que se produziu, desde os primeiros programas exibidos. Para Wolton (1996), apresenta-se como o único adversário da TV, no sentido de que é difícil de entender o que queremos e o que buscamos.

Compreender o que se quer e quem é este público se faz necessário para o futuro do meio. Há, como dito por Wolton (1996), os que buscaram entender o caminho da fragmentação do público e os que, assim como ele, pensaram que a grande força da televisão está na incerteza do encontro entre oferta e procura.

Não há televisão sem público, justifica Wolton (1996). Para ele, constitui a chave da legitimidade da TV, um resultado e um duelo, um agrupamento heterogêneo, que cresce em função da diversidade da grade de programação. Mesmo carregando esta característica antagônica, podemos pensar que o telespectador constitui o elemento central para a existência do meio e que, com ele, participamos de experiências comuns ao acompanhar um programa, assistir a um telejornal. Há um grande grupo integrado nesta mesma prática.

Desta forma, a TV de massa adquire duas funções parcialmente distintas, segundo Wolton (1996), a de sustentar o laço social na sociedade, que é padronizada e, ao mesmo tempo, conceder este laço num contexto que aparece cada vez mais contraditório.

Por isso ela é uma atividade transversal e que religa indivíduos a uma mesma bagagem, comprovando sua força.

A força da televisão está no religamento dos níveis da experiência individual e da coletiva. Ela é a única atividade a fazer a ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, entre os cultos e os menos cultos. Todo mundo assiste à televisão e fala sobre ela. Qual outra atividade é, hoje, tão transversal? Se a televisão não existisse, muita gente sonharia em inventar um instrumento capaz de reunir todos os públicos. Isso é o que é a unidade teórica da televisão. (WOLTON, 1996, p. 16).

Para Wolton (1996), a televisão cria um laço social justamente nesta função de religamento, que nos insere em uma unidade. Para o autor, a televisão serve como instrumento de comunicação entre indivíduos pelo fato de pautar suas conversas sobre o que se vê na TV e não ao que se assiste. Por isso ela é um objeto que possibilita a conversação, dentro e fora de casa, sobre o conteúdo exibido. “Nisso é que ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários” (WOLTON, 1996, p. 16).

Nas demais instituições, a formação do laço social já se estabelecia. Na igreja, no trabalho, na escola, na família, nas “práticas institucionalizadas”. Conforme descrito por Wolton, sempre houve a formação de um traço ligando os indivíduos. Porém, com o advento da televisão, isso passou a ser percebido no campo da recepção. Para ele, a televisão tornara-se o “espelho” da sociedade, no qual o espectador poderia se ver.

É uma espécie de common knowledge,
um duplo laço e uma antecipação cruzada

[...] mas existe um segundo sentido. A televisão, como sempre dizemos, é o “espelho” da sociedade. Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma. (WOLTON, 1996, p. 124).

No entanto, conforme Wolton (1996), o laço social na televisão só ocorre na TV aberta, por oferecer uma programação comum como visto anteriormente, em uma sociedade que, para Wolton (1996), é individualista, assumindo a amplitude de laço social, “onde as duas características contraditórias, indivíduo e massa, coabitam”. (1996, p. 119). Contudo, consideramos que seja possível observar este laço social também na TV fechada, visto a função de unificar um público que a assiste, proporcionando experiências individuais e coletivas. Com a participação do telespectador em sites de rede sociais, este laço passa a ser identificado, deixa de ser anônimo.

Novas formas de ver TV: Interatividade e conexão

Discutir a atual fase da televisão requer cuidado e atenção no sentido de pontuar alguns dos principais aspectos sobre os estudos de televisão. Assim sendo, esta seção exhibe como estão sendo apresentadas e caracterizadas as novas formas de se fazer e ver TV.

Conforme pontuado por Machado e Veléz (2014), estamos diante de duas direções contraditórias com a atual evolução da TV. A primeira é que existe uma audiência que permanece passiva, cumprindo e continuando com o papel de telespectador na sala de estar. A TV

Digital privilegia este tipo de receptor por oferecer melhor qualidade de som e imagem.

Do outro lado, há os interatores, como definido por Machado e Vélez (2014), que buscam seus conteúdos a qualquer momento, em qualquer lugar,

[...] fruídos da maneira como cada um quiser e abertos à intervenção ativa dos participantes. Esse novo tipo de consumidor / produtor está exigindo experiências midiáticas de uma mobilidade mais fluída, formas de economia mais individualizadas, que permitam a cada um compor suas próprias grades de programas e decidir a sua maneira particular de como vai interagir com elas. (MACHADO e VÉLEZ, 2014, p. 55).

Machado e Vélez (2014) reforçam que nos encontramos diante de novas fases, que configuram a exibição audiovisual, e que viveremos períodos de experimentação, de novos modelos de televisão, onde alguns destes continuarão e outros se renderão ao fracasso. “Tudo indica que estamos vivendo o fim de um modelo de televisão e o surgimento de experiências ainda não muito nítidas, mas suficientemente expressivas para demandar pesquisa e análise”. (MACHADO e VÉLEZ, 2014, p. 56).

É na interatividade que se manifesta a atual competição da TV com as outras telas e os dispositivos móveis, diz Orozco (2014). O público será melhor inserido na participação com a TV na era digital e serão os hábitos culturais e sociais de consumo que direcionarão o caminho desta tecnologia, explica Cannito (2010).

A interatividade resulta em manifestações ativas e de participação. Desde as origens da televisão, buscamos a participação da audiência. Antigamente, relata Cannito (2010), acontecia a interatividade por meio de cartas. Mais tarde, o uso do telefone passou a ser comum e, com os aparelhos celulares, o SMS proporcionou mais agilidade na interação. Alguns exemplos de sucesso com a interatividade podem ser observados nos exemplos trazidos por Cannito (2010, p. 144):

A participação do espectador por meio de votações – para escolhas diversas, seja de um videoclipe, seja do ícone de um programa, como a “Garota do Fantástico” – sempre foi requerida ao longo desses mais de sessenta anos de história da televisão. Pudemos assistir também ao *Você Decide* (BRA, 1992), no qual o público escolhia o final da ficção. [...] A telenovela *Prova de Amor* (BRA, 2006), da Rede Record, ofereceu ao telespectador a possibilidade de escolher com quem um dos personagens deveria se casar no fim da trama. Antes disso, o público já havia escolhido o final de outro personagem. A iniciativa chamou a atenção do público e contribuiu para que a novela terminasse quase dois meses depois do previsto.

Além destes relatos, há outros na história da TV que promoveram a interação com o público, uns com mais sucesso do que outros. Algumas iniciativas foram rejeitadas pelos telespectadores, pois nem sempre a interatividade na televisão é bem sucedida (CANNITO, 2010).

Como afirma Cannito (2010, p. 67), a

boa televisão é a que se estabelece de forma dialógica, dando voz a “todos os lados, mostrando a complexidade da situação e promovendo diálogo entre todos os pontos de vista. A má televisão é monológica, por definir uma moral preestabelecida e tentar incuti-la no público”.

Para Cádima (2014), com a mudança dos “media” clássicos para os novos “media”, houve uma mudança de paradigma comunicacional e um novo dispositivo pós-televisão surgiu, permitindo interatividade, ubiquidade, imersão, hibridiz, matricialidade e remediação.

Mesmo que a pós-televisão e a convergência digital atravessem encruzilhadas (CÁDIMA, 2011) neste processo de migração do analógico para o digital, quer no âmbito jurídico-político, quer nas questões tecnológicas ou nas produções de conteúdos e de recepção, é importante pensarmos e compreendermos esta transição. Estamos na era da “migração de públicos” (CÁDIMA, 2011), em que qualquer telespectador é cada vez mais um programador.

Deixamos de ser espectadores passivos e passamos a fazer nossa própria programação com os recursos disponíveis. “Contudo, com a possibilidade de ver/fazer o que quiser, quando quiser, onde quiser e como quiser, o novo programador torna-se também num ‘produtor’, e pode dizer-se que o próprio broadcasting está em evolução, por assim dizer, para egocasting” (CÁDIMA, 2011, p. 13). Eu escolho o que quero assistir. Mesmo considerando a TV um elemento pertencente a uma sociabilidade, o fator narcísico prevalece.

Cádima (2011) também utiliza o termo hiper para explicar que neste tempo de pós-televisão há uma hiper personalização dos novos media, emergindo para outros consumos digitais.

Os novos públicos estão, agora, mais autonomizados e hipersegmentados por opções e perfis, por redes e serviços, por suportes e terminais, tendo cada um a sua própria e complexa experiência audiovisual ou imersiva nos novos ambientes digitais [...] mas a pós-televisão e os conteúdos distribuídos pelas múltiplas extensões móveis remetem para uma cada vez maior individualização, para uma (hiper) personalização da experiência de consumo audiovisual e multimídia e para uma experiência nómada cuja caracterização escapa à lógica tradicional de distribuição da comunicação. (CÁDIMA, 2011, p. 14).

Configura uma lógica biunívoca, imersiva, criativa e participativa, explica Cádima (2011), decorrente da era pós-televisão; e do “não-lugar” e das hibridações (CÁDIMA, 1996), expostas pelas diferentes discursividades atribuídas hoje no audiovisual. Podemos estar em qualquer lugar para assistir TV, tanto em dispositivos pequenos, grandes, fixos ou móveis. Outros formatos e conteúdos também podem ser elaborados a partir de um determinado programa. São experiências constantes no consumo de televisão no Brasil e no mundo.

Nos dias de hoje, tratamos mais da coletividade na rede do que propriamente comunidades. A televisão transpõe a coletividade para fora de casa, com as redes. “Hoje, porém, não precisamos mais dividir com os amigos ou familiares o tradicional sofá da sala em frente à TV para conversar sobre nossos programas preferidos da televisão”. (FECHINE, 2014, p. 128). Esta coletividade na rede, na internet, é que fortalece a formação da SocialTV.

A evolução da tecnologia e a interatividade proporcionada pelo acesso à internet e aos novos hábitos de se assistir TV, como visto anteriormente, reforçam a concretização da SocialTV.

Como diz Fachine (2014), essas práticas reforçam, ao invés de ameaçar, o consumo da programação. Para a autora, há duas razões para isso. A primeira razão se dá pela instantaneidade provocada pela troca de informação, que privilegia o consumo dos conteúdos de acordo com o fluxo da programação ofertado. “Sofá estendido”, diz Fachine (2014), a respeito da conexão dos espectadores.

A segunda razão consiste na intervenção dos telespectadores nos programas “ao vivo”, no sentido de que é monitorado o que passa a ser publicado nas redes sociais e, muitas vezes, acabam incorporando como conteúdo (FACHINE, 2014).

Esta pode ser considerada a nova forma de se ver e fazer TV. A participação online do telespectador não só reforça a função da programação, como diz: “ei estou aqui, estou te vendo e falando sobre você”. Talvez aí esteja a comprovação da cultura convergente de Jenkins (2009). Há um cruzamento de conteúdos em meios distintos. Como se percebe, a televisão é diferente da internet, cada meio possui suas especificidades. A TV não deixará de existir em função da participação ativa do público nas redes. Pelo contrário, o “sofá estendido” de Fachine (2014) corrobora para que, cada vez mais, se tenha a certeza de que a TV não deixará de existir. O que será diferente é a forma, como se lida com ela e com os novos dispositivos para assisti-la. É o que Jenkins (2009, p. 30) diz: “A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.

Análise dos dados

Para este texto, como recorte, optamos em coletar por uma semana os dados para análise: Cambalacho, do dia 24 a 29/08 de 2015; e Laços de Família, de 15/02 a 20/03 de 2016.

As menções no twitter foram capturadas do primeiro ao sexto dia após a estreia. Isso em função de percebermos uma expectativa maior dos telespectadores neste período, ao reviver as cenas de uma narrativa acompanhada há tempos atrás. Optamos em anonimizar os perfis da audiência. Por isso substituímos o nome por nonnononono. Deixamos somente quando o telespectador se referiu ao Canal Viva, utilizando @canalviva. Consideramos importante essa percepção, visto que se refere a uma conversa direcionada ao canal.

No total, tivemos 1.771 tweets com a menção Cambalacho. Desses, 502 foram desclassificados por não terem relação com a telenovela ou por se tratar de postagens realizadas por veículos de comunicação. A proposta deste estudo foi analisar as “falas” dos telespectadores. Por isso, excluimos essas postagens. Os demais 1.269 agrupamos conforme apresentado na tabela a seguir.

Classificação	Número de tweets
desconsiderados	502
positivos	269
negativos	67
neutros	933

Tabela 1: Classificação dos tweets na 1ª coleta com o termo Cambalacho

Fonte: Elaborada pelo autor (2015).

Para a telenovela Cambalacho, dos 67 comentários enquadrados como negativos, 13 foram classificados como publicações de um telespectador ativo, aquele que solicita algo do Canal e da programação, reclama ou sugere alterações. Baseamos esta escolha, também, no que Fechine (2014) chama de “sofá estendido”, visto que são classificações de conversas interpessoais que acontecem no espaço off-line e que agora migram, também, para o on-line. São temas que estão presentes no laço social, no dia a dia das pessoas e pautam discussões

Nas postagens listadas a seguir, por exemplo, observamos o desejo do telespectador em poder acompanhar a história. Um dos posts, “Se o @canalviva muda seus horários com facilidade, que tal inverter #Cambalacho e Fera Ferida também? É pedir muito? hahaha”, foi retweetado por três perfis, o que demonstra a apropriação de uma fala, que concorda com a manifestação do espectador.

@canalviva Parem de adiantar Cambalacho. Nunca dá certo minha gravação
@nononono @nonono @canalviva amo Cambalacho mas o horário e tardio. Pra quem trabalha é impossível.
Na verdade no horario de #feraferida devia passar #Cambalacho uma pena n? @nononono @nonononono
Se o @canalviva muda seus horários com facilidade, que tal inverter #Cambalacho e Fera Ferida também? É pedir muito?
@nononono @nononono @nononono não sei pq não invertem Fera Ferida com Cambalacho.Eu agradeceria
@canalviva .Oi o Horário da Cambalacho ta MT ruim p mim q trabalho, 14:30 e reprise 01:00 vcs pretendem mudar?

Dentre esses comentários negativos, chama a atenção a ativação do telespectador ao reclamar do horário. Eles querem poder assistir e desejam construir sua grade de programação. Comprova a visão de Wolton (1996) sobre as experiências coletivas e individuais em virtude da grade de programação. Assim, podemos analisar que, para esses telespectadores, a mudança de horário da exibição de Cambalacho altera um dos primeiros fundamentos ditos pelo autor sobre o fluxo de programas, o de ser relógio da vida cotidiana.

Mesmo em tempos de televisão on demand, TV Digital, em que conseguimos agendar e gravar nossas preferências, alguns optam por assistir de forma tradicional ou não têm acesso ainda a tais recursos. Esse “relógio” ainda “funciona”. Na visão de Fechine (2014), essa organização é que estabelece o sentido de presença. Os programas, mesmo gravados ou ao vivo, levam-nos a um tempo real, de “acesso imediato”.

O fato de solicitarem a inversão de Fera Ferida com Cambalacho demonstra que querem assistir, não gravado ou depois, mas no momento em que está sendo exibida. Isso é estabelecer “presença” e coloca os telespectadores em uma ação do aqui e do agora, instaurando um sentido de estar com (FECHINE, 2014).

Neste aspecto, percebemos que, mesmo apresentando alguns pontos negativos em relação à telenovela e ao Canal Viva, há uma relação afetiva dos telespectadores. Almejam poder assistir a narrativa pela televisão. Mesmo em um tempo de convergência e conectividade, há esta preferência demonstrada por alguns telespectadores. Como explicado por Cannito (2010), é inquestionável a importância da TV. Toda tecnologia proporcionou o acesso a novos gêneros e formatos, mas o conteúdo da televisão predomina.

Outros dois telespectadores falam sobre a qualidade da imagem e sobre não tocar a música “Perigosa”, tema de Natália do Valle.

hoje ainda não tocou perigosa cadê o hino? #Cambalacho
Meu, a qualidade do vídeo de #Cambalacho fica muito ruim às vezes. Parece filmagem de VHS com fita velha... Um restauro digital faria bem.

Sobre a diferença da qualidade de exibição com o que temos hoje, é normal, uma vez que Cambalacho foi gravada em 1986. A mudança de tecnologia para produção na teledramaturgia vem mudando constantemente. No entanto, consideramos que esse tipo de reclamação não interfere na audiência e aceitação do público pelo programa, mas altera a aceitação de como está sendo exibido. Cannito (2010) explica que, com os padrões de qualidade de imagem conquistados com as transmissões em HD, tanto em filmes ou séries, iremos buscar cada vez mais esse padrão técnico de qualidade de imagem. Por isso, a percepção do telespectador pela diferença em relação aos modelos atuais fica evidente. Cambalacho foi exibida em 1986 e, portanto, não havia os recursos mais sofisticados da contemporaneidade.

Mesmo assim, destaca o autor, as condições de produção não liquidam a composição estética da televisão. O telespectador sempre irá assisti-la, independentemente de ter alta definição ou não.

Consideramos a distinção propícia para o Canal Viva, visto ser a sua proposta nos levar ao passado, com histórias que também expressam nostalgia, de nos fazer assistir TV como antes. Essas diferenças nas transmissões podem evocar uma memória afetiva ao trazer de volta o contexto da

imagem sem alta definição, parecendo um VHS, uma “imagem velha”, conforme mencionado no comentário.

Outras publicações apresentaram a chateação do telespectador por não ter assistido Cambalacho.

Tô arrasada, perdi a novela hoje!?
#Cambalacho
Sou tão anta que quando vou ver já tá terminando! Aff #Cambalacho
PORRA, mais uma vez eu perdi
#Cambalacho
NÃO ACREDITO QUE TO PERDENDO
#CAMBALACHO
Eu vou perde Cambalacho e eu to bem mal

Dentre as falas que trazem este contexto estão “arrasada”, “perdi”, “anta” e “mal”, todas anunciando na rede sua insatisfação. No entanto, isso mostra, insatisfação com as próprias ações dos internautas, ou seja, se tivessem assistido ao capítulo, certamente suas falas seriam outras, ou então nem comentariam na rede. Novamente uma relação afetiva com Cambalacho. Há uma busca por um prazer, por uma satisfação.

Nestas conversas notamos novamente a função da programação de estabelecer um sentido de presença, como destaca Fechine (2014), e que proporciona, de acordo com Wolton (1996), experiências coletivas e individuais.

As experiências televisivas podem oferecer efeitos que aparentemente são inofensivos e que, na visão de Ferrés (1998), consistem no efeito placebo. Há uma manifestação emocional nessas falas. Mostram que estão chateados, arrasados e atribuem para si adjetivos negativos pelo fato de terem “perdido” a telenovela.

Para o termo, Laços de Família, foram

coletados 926 tweets. Destes, 189 foram desconsiderados, permanecendo 737 comentários para categorizar.

A tabela a seguir demonstra de forma quantitativa a primeira classificação das “falas” dos telespectadores ao mencionar a telenovela *Laços de Família*.

Classificação	Número de tweets
desconsiderados	190
positivos	202
negativos	73
neutros	461

Tabela 2: Classificação dos tweets na 1ª coleta com o termo *Laços de Família*

Fonte: Elaborada pelo autor (2016).

Destes 73 negativos, somente 05 foram considerados ativos, que informam, reclamam ou solicitam algo ao Canal. Quase a metade da telenovela anterior. Os outras postagens relataram críticas para os atores, para a história e recordaram situações tristes.

Podemos refletir que talvez quanto mais antiga for a telenovela do Canal Viva, mais ativo será este telespectador, expondo seus desejos, mostrando suas inquietações perante a programação e informando sobre algo sobre a narrativa.

Publicar este mal estar em sites de redes sociais confirma o que diz Fachine (2014) a respeito da ideia do fim da televisão, pelo menos da tradicional. Para a autora, esses compartilhamentos revalorizam a programação televisiva pelo fato de os telespectadores publicarem no facebook

ou twitter conteúdos sobre ela, expondo o prazer de comentar suas preferências. O público quer participar desta coletividade e expor o que sente. As novas tecnologias e a SocialTV irão proporcionar cada vez mais este processo.

Como visto por Veron (2007), o telespectador converteu-se em usuário e a televisão não está mais centrada em si mesma. Vimos que o público pede pela programação, pelo horário e, mesmo possuindo conteúdo on demand à disposição, ele quer, pelo menos alguns apresentaram esta preferência, acompanhar a programação televisiva em tempo real e comentar sobre ela. A questão pode ser relacionada ao dizer de Carlón (2014), que, independente da fase em que a TV se encontra, existe uma crise na programação que é mais complexa, convergente e divergente ao mesmo tempo, em função das novas mídias. Algumas emissoras, inclusive o Canal Viva, dispõem de recursos para que acompanhem a programação em qualquer horário, como o Viva Play. No entanto, as telenovelas não estão disponíveis no aplicativo¹.

#lacosdefamilia passou no @canalviva
... sofri calada. q sdd. #ManoelCarlos
podia fazer uma última Helena que a gnt
confiasse, né?
O @canalviva tem que reprisar não
#LaçosdeFamília, mas umas antigas que
nunca reprisaram, tipo #FeraFerida,
#AViagem, #TopModel #comentários

O primeiro tweet mostra uma saudade e uma relação negativa ao dizer “sofri calada”, ao

¹ Até dezembro de 2015, período de finalização desta parte da análise, este recurso ainda não era disponível para as telenovelas. Em meados de 2016 o Viva Play passou a reproduzir todos os programas do canal.

mesmo tempo em que pede algo. Por isso, uma pessoa ativa na rede social. Dirige-se ao autor para pedir mais uma “Helena” que pudesse confiar. O fato de mostrar que sente saudade e que, mesmo “sofrendo”, manifesta seus desejos, percebemos que há uma relação afetiva com a recordação emitida pela personagem protagonista.

Observamos em Fechine (2014) a programação como sentido de presença, e em Wolton (1996) como relógio da vida cotidiana. Reforçamos que cada vez mais os telespectadores querem construir sua própria programação. O sujeito programador, diz Cádima (2011), é aquele que tem a possibilidade de ver e fazer o que quiser, quando quiser e onde quiser. O broadcasting dá lugar ao egocasting, destaca o autor. Acreditamos que a partir do momento em que um telespectador expõe o que quer na rede, nesse laço social, escolhendo o que quer ver e como quer assistir, há uma relação egocentrista.

O mesmo ocorre no comentário a seguir. Ele expõe o que o satisfaz. Assim como os comentários observados em Cambalacho, que solicitavam mais telenovelas dos anos 1980, este telespectador, num contexto negativo, também solicita outras histórias. No entanto, esse sujeito parece estar “desatento” ou assiste há pouco tempo o Canal Viva, visto que solicita três telenovelas já reexibidas na programação.

O primeiro tweet demonstra um sentimento de raiva por não ter assistido à telenovela.

Chateado porque vocês nunca me avisam quando começa #LaçosDeFamília :/

O interessante é ler que este sujeito reclamou por ninguém o avisar sobre o início de Laços de Família, o que põe fim ao distanciamento que

pode ocorrer com a internet. Como se estivesse falando com alguém próximo, diz que ficou triste. Esta análise reforça a ligação, como explicado por Wolton (1996), que a televisão estabelece uma aliança entre o particular e o coletivo. O telespectador pode até estar sozinho, no entanto, com a TV, é como se estivesse alguém ao seu lado. A participação em rede potencializa este “estar junto” através do laço social que deixa de ser invisível e passa a ser identificado com as conversas postadas na rede.

Consideramos um laço social permitindo partilha e experimentações comuns, através das afeições negativas transmitidas pela programação. Há neste processo um compartilhamento daquilo que estamos assistindo. Eles querem mostrar e vibrar em comum. Neste ponto, podemos pensar que o laço social também pode acontecer na TV segmentada, de forma não anônima.

Outros dois comentários expuseram um sentido negativo para a personagem Capitu e o outro descreve estar pronto para a “lenga-lenga”.

RT @nononono: E a Giovanna Antonelli também poderá ser vista como a sofrida Capitu #LaçosDeFamília
Já estou a postos para a lenga-lenga diária.
#LaçosDeFamília

Percebemos recados que direcionam um sentido ruim para a história. Como Giovanna Antonelli estava no ar com a personagem Atena, em A Regra do Jogo, na Rede Globo, o telespectador anuncia que ela poderá ser vista também em Laços de Família. Trata-se de uma classificação compartilhada por alguém. Entretanto, outro comentário expõe a história como parada, sem movimento, mas que, mesmo

assim, vai assistir. Notamos que, a despeito desses pontos negativos, há uma audiência que quer ver e acompanhar a história.

O mal estar perante a programação é normal, tendo em vista a complexidade do público em se satisfazer ou não com o que é lhe oferecido. Afinal, a TV sempre frustra e decepciona (WOLTON, 1996). Mesmo reclamando, estamos diante da “boa televisão”, explica Cannito (2010), por dar voz ao telespectador, que dialoga, mesmo estabelecendo uma relação complexa entre pontos de vista. Para o autor, a má televisão é a monológica.

Mesmo sendo um canal temático, fechado, oferecido a um público específico (WOLTON, 1996), o Viva parece constituir características de um produto aberto, não segmentado. Talvez pela programação generalista e pela temática da oferta, a audiência exija mais. Novamente um efeito egocasting (CÁDIMA, 2011).

Possuímos gostos diferentes e, com isso, na experiência televisiva, nossas reações também se comportam de forma distinta. Talvez o não gostar de um ator ou atriz, da sua forma de trabalhar, perpassa por esses desdobramentos individuais de suprir ou não o que desejamos. Aprendemos a ser telespectadores (OROZCO, 2014), mas o que gostamos ou não sempre foram pautas em casa, no trabalho e na praça da cidade. A programação, neste contexto ubíquo e convergente, passa a ser comentada online.

Considerações Finais

Hoje em dia é fácil dizer que não gostamos de algo ou mostrar o que nos desagradou. Os sites de redes sociais também vêm sendo utilizados para este fim. As marcas e empresas, cada vez mais, procuram monitorar o que é postado ao seu respeito.

Entretanto, outros comportamentos fazem parte do contexto em que vivemos. Exemplos disso são as participações dos telespectadores nas redes, comentando sobre alguma programação exibida na televisão.

Dados do OBITEL (2016), nos mostram que em 2015 a ficção televisiva ocupou o primeiro lugar no ranking dos assuntos mais comentados no twitter, e as telenovelas da Rede Globo, Verdades Secretas e Império, ficaram entre as 20 exibições da TV aberta com mais publicações durante o ano. Foram os títulos de ficção com maior número de tweets (LOPES e GRECO, 2016).

Com tamanha representatividade, a participação em rede do brasileiro permite olharmos desdobramentos sobre o consumo de televisão no país, os hábitos e expressões da audiência, frente a uma programação horizontal disponível em ambientes off e online.

Se na televisão aberta o impacto deste envolvimento do telespectador já desperta curiosidade, nos canais fechados, onde temos uma audiência mais restrita, peculiar e heterogênea, o interesse por investigações referentes a eles torna-se singular.

Ao analisar o perfil do telespectador do Canal Viva, percebemos um público ativo, que solicita o que quer, sugere troca de horários e reclama do que não lhe agrada. Identificamos pedidos e manifestações para o canal, que descrevem um telespectador que “fala” e publica na rede os seus desejos.

Os sites de redes sociais potencializam os diálogos do público. Há um interesse da emissora em provocar as discussões. Durante a programação e nos ambientes digitais, criam estratégias para atingir o público por estas mídias. Estes pedidos tendem a ser constantes.

Concluimos que o público sempre irá desejar outras telenovelas, porque elas fizeram parte de um laço social antigo, e que deseja ser lembradas. As lembranças que o acompanha são motivadores destas demandas. Os títulos reivindicados aparecerão conforme o grau de afetividade que cada telespectador possui com o ano e o período em que as histórias foram exibidas. Além da preferência por um bom enredo, o que determina a sugestão do que deve estar na programação são os laços sociais formalizados e os sentimentos adquiridos naquele tempo.

Entender os anseios da audiência é um dos grandes desafios do meio. Ainda mais em um canal segmentado, cuja proposta é atingir uma preferência restrita. A televisão aberta é para todos. Com isso, múltiplos gostos podem surgir. No canal segmentado, ocorre o inverso.

O telespectador do canal, este que comenta em sites de redes sociais, é aquele que vive em um contexto de convergência e conectividade.

Mesmo nesta fase pós-televisão, em que estamos diante de uma ubiquidade, interação e remediação com os dispositivos digitais, presenciamos momentos dos “velhos” hábitos de assistir TV diante dela, numa programação que está ali, à disposição. No entanto, parecemos que a individualização acontece somente nas opções de escolhas. Percebemos o interesse em estar em conjunto com outras pessoas, compartilhando e comentando suas sensações, ao rever a programação no Canal Viva.

Percebemos nesta pesquisa que a programação, ainda em uma grade horizontal, tem a função de deixar o telespectador ativo, funcionando como “relógio” e organizando o cotidiano. O estudo dos comentários negativos mostrou que a audiência do Canal Viva anseia por

histórias mais antigas, quer a troca de horários e se manifesta em conversas interpessoais na rede, reconfigurando assim o laço social.

Mesmo inseridos neste contexto ubíquo e convergente da televisão, o “estar junto” através do laço social acontece, só que de forma diferente. Passamos a ter uma teia visível com a participação do público nas redes sociais.

Referências

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 2ª reimp. da 1.ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

CÁDIMA, Francisco Rui. História e crítica da comunicação. Lisboa: Século XXI, 1996

CÁDIMA, Francisco Rui. A televisão, o digital e a cultura participativa. Lisboa: Media XXI / Formalpress, 2011.

CÁDIMA, Francisco Rui. A era digital: primeiros impactos. Lisboa: Media XXI / Formalpress, 2014.

CANNITO, Newton. A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CARLÓN, Mario. Repensando os debates Anglo-Saxões e Latino-Americanos sobre o “Fim da Televisão”. In.: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In.: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LOPES, Maria ImmacolataVassallo de; GRECO, Clarice. Brasil: a “TV transformada” na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria ImmacolataVassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. (Re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva: anuário Obitel 2016. Porto Alegre: Sulina, 2016.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Fim da televisão? In.: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

OROZCO, Guillermo. Televisão: causa e efeito de si mesma. In.: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

A cultura das séries nas redes: A sinergia entre recursos narrativos e Social TV

Mateus Dias Vilela
Doutor em comunicação Social

Um grupo de sobreviventes perdidos em uma ilha misteriosa, um serial killer tentando manter seu disfarce, uma bruxa casada com um mortal e as aventuras de uma dona de casa à procura de independência são histórias bastante conhecidas e referenciadas à nível mundial. Tal sucesso pode ser creditado a qualidade e a inventividade de tramas, que nas últimas décadas, deslocaram a atenção dos filmes de Hollywood para as produções seriadas televisivas.

A série, mais próxima dos moldes que conhecemos hoje, nasceu no cinema, em 1913. Um dos motivos da serialização deu-se pela falta de comodidade das nickelodeons¹. Bancos sem encosto, salas pequenas e pouca ventilação geravam inúmeros incômodos ao público, principalmente quando as películas eram de maior duração. Para resolver esse problema, os filmes eram exibidos em partes, criando uma ficção seriada (MACHADO, 2000).

¹ Nickelodeons era o nome dado a um tipo de primitivas e pequenas salas de cinema do início do século XX. N.A.

Esta estrutura narrativa, por sua vez, pode ser definida pelo conjunto de sequências sintagmáticas baseadas na alternância desigual. Segundo Lorenzo Vilches (1984), cada episódio reproduz um conjunto de elementos já conhecidos, fazendo parte do repertório do receptor, e o enriquece acrescentando sempre novos dados e informações. Cassio Starling Carlos (2006) acredita que são, na atualidade, o mais fiel espelho da sociedade na cultura de massas por sua diversidade de temas, contundência quanto a assuntos relevantes e imprevisibilidade.

A evolução da complexidade nas produções seriadas conspirou para, segundo o jornal *The Hollywood Reporter* (GOODMAN, 2015), a chamada Era de Platina² da TV. Para a publicação, é um momento muito interessante e, concomitantemente, difícil, devido à grande quantidade de excelentes produções, o que torna escasso o tempo para assistir a tudo. É uma fase de vasta oferta. É de notável qualidade, de acordo com a matéria.

Tal afirmativa pode ser justificada pelo número de produções de 2015. Segundo cálculos do canal FX (2015), foram 409 programas entre minisséries, séries dramáticas e comédias na TV aberta, fechada e em serviços de streaming, somente nos Estados Unidos. Este dado representa um acréscimo de 9% em relação a 2014, terceiro ano consecutivo em crescimento, e um aumento de aproximadamente 100% em relação a 2009.

O contexto desde crescimento é ainda sintomático, pois a popularidade das narrativas seriadas encontrou na cibercultura uma força aliada. André Lemos (2010), acredita que a cibercultura constrói-se justamente da união entre o social e o aparato tecnológico, adquirindo contornos mais claros com a utilização diária

² Em referência a Era de Ouro da Televisão. N.A.

da tecnologia para fins de sociabilidade, impulsionando a notoriedade dos seriados a partir da Social TV.

Diante desse cenário, o texto a seguir visa discorrer sobre a importância dos recursos narrativos da ficção seriada para a Social TV, fenômeno que consiste em discutir sobre televisão nas redes sociais na internet. Tal resposta será dada através de pesquisa bibliográfica, que usará de exemplos para elucidar os conceitos em questão, a partir do tensionamento de dados empíricos e de autores ligados à discussão.

Uma cultura das séries

Analisar o que seria, ou não, uma produção de qualidade pode ser uma tarefa complexa. Ainda assim, Melanie Bourdaa (2011) elenca alguns pontos que definiriam que séries seriam enquadradas nesta categoria. Para a autora, a ambição por estéticas inovadoras, a redefinição de gêneros narrativos e a criação de complexas mitologias através da narrativa são indicadores qualitativos em um seriado.

Tal questão, no entanto, deve ser analisada pela construção que o termo carrega. Assistir a uma série de TV de qualidade transformou-se em um sinal de bom gosto e distinção entre os membros de uma elite cultural (COUTINHO, 2016). Estas produções atingiram um patamar de “alta cultura”, justificando o engajamento intelectual e emocional com o conteúdo. O conceito é visto por Lúcia Coutinho (2016) como algo subjetivo, pois, boa parte dos dramas complexos, tem como foco homens brancos e heterossexuais e narrativas que apelam a estes em gêneros mais masculinizados. “Merece reflexão, portanto, não somente o conceito do que é qualidade, mas a quem a qualidade está endereçada e qual o significado de tal rótulo” (COUTINHO, 2016, p.73).

Mesmo que o conceito de qualidade seja passível de discussão e, normalmente remeta à preconceitos culturais, é inegável a popularidade das séries na contemporaneidade, gerando o que Marcel Silva (2014a; 2014b, online) chama de Cultura das Séries. O autor acredita em três condições centrais, que ocorrem há duas décadas, para justificar a posição de destaque do formato, dentro e fora dos modelos tradicionais de televisão.

A primeira envolve formas narrativas, através da complexidade como característica amplamente utilizada, e tendo estreita ligação com o desenvolvimento, e com a veiculação, de séries originais por canais de TV a cabo, acelerando o processo de diversificação e qualificação.

A segunda condição, para justificar a posição de destaque do formato nos modelos tradicionais de televisão, relaciona-se com o contexto tecnológico, principalmente através do digital. Nesse ambiente, Silva (2014a; 2014b, online) busca responder de que modo as formas atuais de consumo, em suporte digital, têm criado condições para a formação de uma nova telefilia diacrônica e transnacional. O autor acredita que os espectadores são capazes e interessados em assistir séries pela internet. E, soma a isto, a vasta quantidade de conteúdo extra disponibilizado pelas emissoras, além do estímulo ao compartilhamento e discussão nas redes sociais.

A internet, portanto, teria um papel fundamental, ainda que não seja possível falar em superação do modelo televisivo atual para um de compartilhamento online de conteúdos.

Não se pode adjurar aqui a superação
- pelo menos não imediatamente,
como os dados culturais e econômicos
indicam - de um modelo de televisão

nacional e em fluxo, para um modelo transnacional e em rede. Essa superação, se e quando ocorrer, será fruto de um longo e matizado processo de disputas materiais e simbólicas. No entanto, seria leviano ignorar que vivemos um contexto cultural e tecnológico singular, em que a facilidade no acesso a diferentes séries, inclusive de épocas passadas, vislumbra a formação de um conjunto de novos espectadores cujo repertório está sendo formado por uma tela conectada, cujos hiperlinks apontam para um ambiente multi-tarefas e multi-plataforma perante o qual redimensionamos nossa atenção e nossas funções espectatoriais (SILVA, 2014a, p.247).

O acesso aos conteúdos, pela internet, não ocorre somente aos programas que estão no ar, de modo sincrônico, mas também abarca os vídeos antigos, a memória das emissoras. “E é no universo do digital, dentro e fora da rede, que se armam os alicerces dessa espetatorialidade hiperconectada típica de uma cultura das séries, que podemos chamar de cibertelefilia” (SILVA, 2014a, p.247). A digitalização das séries, de modo diacrônico, demonstraria o circuito cultural em que os programas estão imersos, permanecendo vivos, mesmo diante do fim que caracteriza o fluxo televisual tradicional.

Uma telefilia verdadeira, para o autor, só é possível diacronicamente, pois requer memória e acesso contínuo para que se possa traçar uma história dos gêneros e dos formatos, além das conformações e das superações. Quando estas condições são transportadas e aplicadas no universo digital e conectado da internet,

Silva acredita tratar-se da construção de uma cibertelefilia, típica da cultura das séries.

Por fim, a terceira condição diz respeito ao consumo “seja na dimensão espectral do público, através de comunidades de fãs e de estratégias de engajamento, seja na criação de espaços noticiosos e críticos, vinculados ou não a veículos oficiais de comunicação” (SILVA, 2014a, p.243).

A capacidade de atrair os públicos é vista por Vincent Colonna (2010), não apenas através da linguagem e do investimento técnico, mas principalmente pelo texto, capaz de conquistar a atenção da audiência em um ambiente dispersivo e cacofônico, ainda que exibindo sempre a mesma estrutura como se fosse novidade. O público é o vértice de um novo esquema conceitual de trocas entre fãs e emissoras. “É, de fato, um processo comunicacional muito complexo, que faz emergir o modo dialético e inter-relacionado por meio do qual se dão as relações entre a grande mídia e seu público” (SILVA, 2014a, p.248).

Além dos novos modos de consumo e de participação, e de programas cada vez mais intrincados e polifônicos, a cultura das séries consagra-se como resultado de vários vetores, firmando-se em um cenário cultural de mídias digitais convergentes, com dinâmicas de produção, circulação e consumo peculiares. Neste contexto, a participação da audiência torna-se essencial, não somente pelos televisores ligados, mas na propagação dos textos televisivos nas redes sociais. O público torna-se elemento central nesta nova configuração midiática, podendo mostrar seu poder de forma mais efetiva através das redes sociais.

Recursos narrativos em rede

A expansão da internet levou teóricos a acreditar que a televisão, e sociabilidade proporcionada por ela, estariam em risco. No entanto, para Jeffrey Cole (2011), diretor do Centro para o Futuro Digital da University of Southern California e coordenador da pesquisa World Internet Project, a televisão será a única mídia tradicional que poderá crescer na era digital.

Ao diferenciar a tecnologia digital da analógica, Nicholas Negroponte afirmou que “bits são bits” (1995, p.23). A declaração, aparentemente simplista, explica a natureza do digital, que converte tudo em códigos binários de zero e um. Os bits sempre foram a partícula subjacente à computação, mas ao longo da revolução digital, tornaram-se parte do vocabulário ordinário. Pode-se digitalizar diferentes tipos de informações, desde áudios a vídeos e os conteúdos digitalizados são capazes de transitar entre as mais diversas mídias, possibilitando uma convergência sem precedentes.

Na perspectiva da tecnologia digital, das novas e das “velhas” mídias, Henry Jenkins (2009) se propôs a discutir a cultura da convergência. Além da colisão entre as mídias analógicas e as digitais, o autor destaca que os papéis de produtor e consumidor de conteúdo se entrecruzam, modificam-se e interagem de forma mais complexa. Para o pesquisador, convergência é:

[...] o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer

parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

A convergência digital propaga-se ainda na mentalidade dos públicos e nas suas interações sociais, permitindo modos de audiência comunitários, ao invés de individualistas. Os indivíduos não se contentam somente em assistir ao conteúdo, mas comentam, discutem, divulgam, seja através de outras mídias, ou mesmo de forma presencial. “A internet, as mídias sociais, os dispositivos móveis estão rapidamente convergindo com a televisão e transformando o modo como nos experienciamos assistir a um programa de TV” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p.3, tradução do autor).

O caráter social da televisão, defendido por Dominique Wolton (2012), passa a ser potencializado pela internet. As conversas que antes se limitavam a um grupo menor, e aconteciam basicamente de forma presencial, são transferidas para o meio digital através das redes sociais.

A questão fundamental é: para que serve a televisão a um indivíduo que não é nunca passivo diante da imagem e que somente retém o que ele quer? Ela serve para se ter o que falar. A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que é visto, mas o fato de se ter o que falar. A televisão é um objeto de conversação. Fala-se entre si, mais tarde, em todos os lugares (WOLTON, 2012, p.69).

A essa possibilidade de interação entre os públicos de um determinado programa de televisão através da internet, tornando a

experiência de assistir TV cada vez mais social e compartilhada dá-se o nome de Social TV. Esta nomenclatura foi cunhada por Marie-José Montpetit (2008), pesquisadora do Media Lab, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), um dos principais centros de pesquisa em novas tecnologias do mundo.

Com a Social TV é possibilitada uma experiência compartilhada, vivenciando situações de usos sociais da televisão. Experimentos revelaram que os indivíduos se engajam mais, através do contato com uma audiência virtual. Segundo Jarno Zwaaneveld (2009) alguns usuários relataram assistir não somente seus programas favoritos, mas outros conteúdos somente pelo fato de outros o estarem fazendo. Afirmaram ainda que participavam de pequenas conversas sobre os programas durante o intervalo, compartilhando interesses em comum. Trata-se de uma conversa democrática e global que influencia o conteúdo dos programas e da publicidade e incorpora um novo léxico às redes sociais.

As mídias sociais deram origem, então, a um backchannel em tempo real formado por milhões de comentários vivos e orgânicos que funcionam como uma espécie de companhia aos programas de televisão (PROULX; SHEPATIN, 2012). E este canal de fundo, no que tange às séries, é criado com base em escolhas que serão decisivas na escolha do público por continuar ou não assistindo a um seriado.

Neste contexto, a fidelização da audiência e o engajamento nas redes sociais tem estreita ligação com o arco narrativo dos seriados, ou seja, com o mote temático que guiará as temporadas. Em algumas produções, o arco principal pode ser uma pergunta, como nas clássicas *Twin Peaks* (1990 - 1991; 2017) e *Desperate Housewives* (2004

- 2012) que utilizaram de um assassinato para manter o público instigado a descobrir quem era o antagonista. Fórmula esta, repetida pelo suspense adolescente *Pretty Little Liars* (2010 - 2017), já em ambiente convergente.

O modo como a trama foi construída, revelando segredos e pistas a cada episódio, levou o público a tentar desvendar o enigma, através de discussões nas redes sociais sobre a real identidade do assassino. Toda esta conversação era indexada pela hashtag #PLL, que usualmente figurava entre os assuntos mais comentados do mundo, no Twitter.

O emblemático décimo segundo episódio da quarta temporada, onde vários mistérios foram revelados, tornou-se o mais comentado do dia com 1.973.418 tweets (MYERS, 2013). De acordo com o site Social Guide (2013) o capítulo quebrou o recorde – que já pertencia à *Pretty Little Liars* – de maior número de comentários sobre um único episódio de TV, conforme Figura 1.

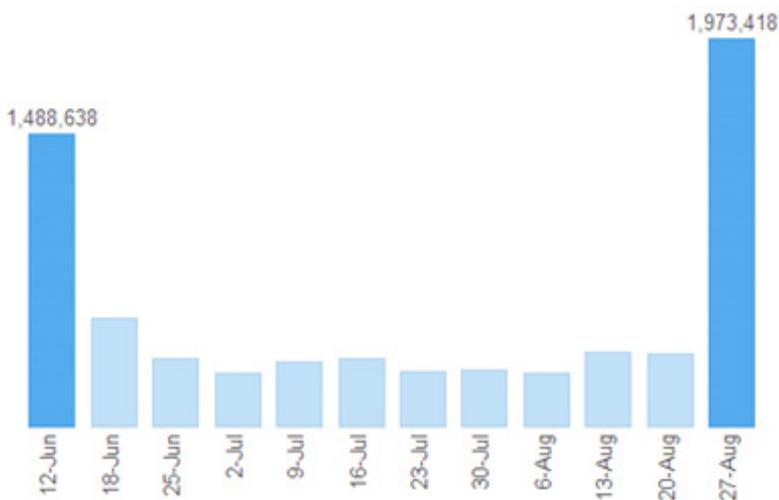


Figura 1: Tweets por episódio da 4ª temporada
Fonte: MYERS, 2013.

O investimento na dimensão espectral do público, através de estratégias de engajamento (SILVA, 2014a, 2014b), tem nos easter eggs – nomeado às informações escondidas em qualquer sistema virtual como músicas, filmes, séries e jogos – um expoente. Em *Fringe* (2008 - 2013), eles apareciam em diversos momentos, fazendo parte de cenários, aberturas e vinhetas. Eram desde mensagens criptografadas até elementos camuflados na narrativa.

Um dos mais populares atendia pelo nome de Observadores, personagens calvos em ternos, que estavam no plano de fundo de todos os capítulos da série. Os easters de *Fringe* engajavam os espectadores a, a cada episódio, procurarem por pistas sobre o momento de aparição destes homens misteriosos, como retrata a Figura 2.



Figura 2: Tweets sobre os Observadores em *Fringe*.
Fonte: Twitter, 2013.

Presente nas estratégias de complexidade, próprias das tramas originais, estão os cliffhangers. Este recurso de roteiro é caracterizado pela exposição de uma personagem a uma situação limite, tal como um dilema ou o confronto com uma revelação surpreendente. Por ser usado para prender a atenção da audiência e, no caso das séries, fazê-la retornar na expectativa de testemunhar a conclusão dos acontecimentos, gera numerosas reações, como pode ser visto nos tweets referentes à antologia American Horror Story (2011 - atual) retratada pela Figura 3.



Figura 3: Tweets sobre American Horror Story
Fonte: Twitter, 2013.

Dentre os novos léxicos criados a partir da imersão da ficção seriada televisiva na cibercultura, está a expressão *series finale*. Como o próprio nome já alerta, faz referência ao episódio final de um seriado e geralmente comove os espectadores a postarem suas impressões nas redes sociais.

O episódio final de *Pretty Little Liars*, em 2017, é um exemplo sintomático. Conquistou mais de 1,7 milhões de tweets em todo o mundo (ENTERTAINMENT WEEKLY, 2017, online), tornando-se o mais comentado do ano. O finale *Breaking Bad* (2008-2013), por sua vez, além de possuir uma audiência elevada, cerca de 10 milhões (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013), superou as três maiores bilheterias cinematográficas da época, no Twitter, com uma vantagem de cerca de 500 mil comentários, com relação ao segundo colocado, como mostra a Figura 4.



Figura 4: Comparativo entre quantidade de tweets de *Breaking Bad*, *Wolverine imortal*, *RED2* e *Smurfs 2* entre os meses de agosto e setembro de 2013.

Fonte: Topsy, 2013.

Além desses modos de consumo, e de participação, e de programas cada vez mais intrincados e polifônicos, a cultura das séries consagra-se como resultado de vários vetores, firmando-se em um cenário cultural de mídias digitais convergentes, com dinâmicas de produção, circulação e consumo peculiares. Neste contexto, a participação da audiência torna-se essencial pela propagação dos textos televisivos nas redes sociais.

Considerações finais

O investimento em narrativas mais complexas, e inventivas, fomentaram o desenvolvimento de uma cultura das séries (SILVA, 2014a; 2014b, online) com tramas mais diversificadas. Não obstante, o contexto tecnológico de digitalização, e convergência, dos conteúdos favoreceu um engajamento nas redes sociais.

Com características distintas em cada rede social e resgatando os primórdios da televisão, através da experiência comunitária, a Social TV tem como ponto de partida o espectador-usuário. Por mais que o fenômeno seja cada vez mais incentivado pelas emissoras, segue tendo forte espontaneidade e ligação às atividades dos fãs.

Esta atividade nas redes sociais, a partir das séries, concorre para a identificação do sujeito como parte de um grupo, atuando na construção de sua identidade. Há, do ponto de vista analítico, uma intensa ligação emocional entre o seriado e espectador, além da percepção do objeto externo como parte do self. O objeto de admiração se torna parte integral do “eu” e não apenas um texto com o qual se relaciona.

Entender a Social TV leva-nos ainda a uma compreensão sobre o campo da produção, pois o enunciador age com objetivo de fazer o enunciatário realizar uma ação específica. Durante

muitos anos, a televisão se importava em levar o espectador a querer assistir determinado conteúdo. Atualmente, diante de todas as possibilidades e concorrência, os canais enfrentam um novo desafio: levar o enunciário a querer assistir tal série de TV e ainda que comente nas redes sociais, instigando outras pessoas a desejarem fazer o mesmo.

Dessa forma, os próprios enunciadores investiram em práticas que levassem ao compartilhamento ordenado, através dos recursos narrativos como o arco da série, os cliffhangers, e os easter eggs – para impulsivar a conversação em ambiente digital. Nesse momento, não somente existe uma sinergia entre a televisão e as redes sociais, tal fenômeno tem como principal característica a união.

Referências

BOURDAA, Melanie. Quality Television: construction and de-construction of seriality. In: PÉREZ-GÓMEZ, Miguel A. Previously on – Interdisciplinary studies on TV Series in the Third Golden Age of Television. Sevilla: Biblioteca de la Universidad de Sevilla, 2011. pp. 33-43.

CARLOS, Cássio Starling. Em tempo real: Lost, 24 Horas, Sex and The City e o impacto das novas Séries de TV. São Paulo: Alameda, 2006.

COLE, Jeffrey. Center for the digital future. Los Angeles, 2009. Online. Disponível em: <<http://www.digitalcenter.org/wp-content/uploads/2013/01/Jeffrey-Cole-Bio.pdf>>. Acesso em: 27 Out. 2016.

COLONNA, Vincent. L'Art des Séries Télé: Ou Comment Surpasser Les Américains. Paris: Payot & Rivages, 2010.

COUTINHO, Lúcia Loner. A vida adolescente levada a sério: identidade teen e cultura das séries. 2016. 277 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. Episódio final de 'Breaking Bad' é visto por mais de 10 milhões nos EUA. 2013. Online. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/09/1349574-episodio-final-de-breaking-bad-e-visto-por-mais-de-10-milhoes-de-pessoas-nos-eua.shtml>> Acesso em: 17 Nov. 2013.

GOODMAN, Tim. Welcome to the platinum age of television – and good luck with that. In: The Hollywood Reporter. 2015. Online. Disponível em: <<http://www.hollywoodreporter.com/bastard-machine/golden-age-tv-best-tv-814146>>. Acesso em: 5 Dez. 2015.

HIGHFILL, Samantha. Pretty Little Liars series finale is the most tweeted – about TV episode of 2017. Entertainment Weekly. 2017. Online. Disponível em: <<http://ew.com/tv/2017/06/28/pretty-little-liars-series-finale-most-tweeted-tv-episode/>>. Acesso em: 09 Nov. 2017.

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

LEMOS, André. Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: Senac, 2000.

MONTPETIT, Marie-José. Building a New Digital Highway and a Global Living Room: Marie-Jose Montpetit at TEDxSilkRoad. In: TEDxSilkRoad. 2008. Online. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=fBb>>. Acesso em: 20 Out. 2014.

MYERS, Liz. Pretty Little Tweeters: How the finale beat the records. 2013. Online. Disponível em: <<https://blog.twitter.com/2013/pretty-little-tweeters-how-the-finale-beat-the-records>>. Acesso em: 16 Nov. 2013.

NEGROPONTE, Nicholas. A Vida Digital. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

NZ HERALD. FX says scripted shows hit record 409 in US this year. In: NZ Herald. 2015. Online. Disponível em: <http://www.nzherald.co.nz/business/news/article.cfm?c_id=3&objectid=11562517>. Acesso em: 5 Dez. 2015.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. Social TV. How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 2012.

SILVA, Marcel Viera Barreto. Arrested Development e o Futuro das Séries (de Tevê?). Novos olhares. n. 1, vol. 3, 2014b. São Paulo, Online. pp.241-252. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/novosolhares/issue/view/6389/showToc>>. Acesso em: 9 Ago. 2016

SILVA, Marcel Viera Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. Galaxia. n. 27, jun. 2014a. São

Paulo, Online. pp.241-252. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/galaxia>>. Acesso em: 9 Ago. 2016.

SOCIAL GUIDE. 2013. Online. Disponível em: <<http://www.socialguide.com/>>. Acesso em 16 Nov. 2013.

TOPSY. 2013. Online. Disponível em: <<http://topsy.com/>>. Acesso em: 16 Nov. 2013.

TWITTER. 2013. Online. Disponível em: <<http://www.twitter.com/>>. Acesso em: 17 Nov. 2013.

VILCHES, Lorenzo. Play It Again, Sam. Análisi. n.9, 1984. pp.57-70. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/41268/88272>>. Acesso em: 6 Set. 2016.

WOLTON, Dominique. Internet e depois? Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ZWAANEVELD, Jarno. Comparing Social TV approaches: a look into enjoyment, presence and awareness. 11th student conference on IT, Enchede June 29th, 2009. University of Twente, Faculty of electrical engineering, Mathematics and computer science.

Referências audiovisuais

CHERRY, Marc. Desperate Housewives. [série-vídeo]. Produção de: Marc Cherry, Jeff Greenstein, Tom Spezialy, Michael Edelstein, Joe Keenan, George W. Perkins, Bob Daily, John Pardee, Joey Murphy, Kevin Murphy, Chris Black, Larry Shaw, David Grossman, Matt Berry, Sabrina Wind - ABC, 2004-2012. 48min. Color. Son.

FROST, Mark; LYNCH, David. Twin Peaks.
Produção de: Mark Frost, David Lynch - CBS, 1990-
1991. 48min. Color. Son.

GILLIGAN, Vince. Breaking Bad. [série-vídeo].
Produção de: Vince Gilligan, Mark Johnson,
Michelle MacLaren - AMC, 2008-2013. 48min.
Color. Son.

KING, Marlene. Pretty Little Liars. [série-vídeo].
Produção de: Marlene King, Charlie Craig, Oliver
Goldstick, Joseph Dougherty, Leslie Morgenstein,
Bob Levy - ABC Family, 2010-2017. 48min. Color.
Son.

KURTZMAN, Alex; ABRAMS, J.J.; ORCI, Roberto.
Fringe. [série-vídeo]. Produção de: J. J. Abrams,
Bryan Burk, Alex Kurtzman, Roberto Orci, J. H.
Wyman, Jeff Pinkner, Joe Chappelle - FOX, 2008-
2012. 48min. Color. Son.

MURPHY, Ryan; FALCHUCK, Brad. American
Horror Story. [série-vídeo]. Produção de: Ryan
Murphy, Brad Falchuk, Dante Di Loreto, Tim
Minear, James Wong, Jennifer Salt, Bradley
Buecker, Alexis Martin Woodall - FX, 2011-
atual. 48min. Color. Son.

Anonimato na dark net: A identidade e o capital social no site Blackbook

Murian dos Reis Ribeiro
Mestre em Ciência da computação

Os estudos focados na obtenção de uma melhor compreensão das relações pessoais na internet vêm cada vez ganhando mais atenção em diversas áreas. Teóricos da comunicação à medicina, da computação à física problematizam uma série de aspectos da rede e tentam encontrar melhores formas de entender o comportamento humano em uma web cada vez mais ubíqua e presente.

Na comunicação, por exemplo, temos estudos que buscam entender desde processos relacionados a sociabilidade de indivíduos no ciberespaço, até como fãs e celebridades utilizam a internet para manter-se em contato, atividade que em um passado recente era dificultada, uma vez que, certamente era mais difícil um indivíduo público responder a uma carta do que a um tuite.

Já em outros campos, como no da computação e física – e também no da comunicação –, teóricos analisam formas de aperfeiçoar os processos comunicacionais em diferentes mídias sociais (e na web como um

todo), por exemplo, como otimizar a recepção e o conhecimento de uma determinada marca dentro do Facebook, ou como fazer com que mais indivíduos conheçam um blog ou acessem um app no Apple Store ou Google Play?

No entanto, os estudos focados nas interações sociais na internet têm obtido pouco avanço, ou recebido pouca atenção, quando se trata de uma parte da internet ainda desconhecida pela maioria. A Deep Web (DW) representa atualmente uma porção imensurável do conteúdo total da internet. Conforme apontado em Bergman (2001), um dos poucos estudos que buscaram, entre outras coisas, medir o tamanho da DW, o total de conteúdo não indexado por buscadores era aproximadamente 400 vezes superior ao indexado, a DW apresentava ainda uma proporção de 550 bilhões de documentos comparados aos 1 bilhão que o restante da internet apresentava, sendo apontado ainda, como o conteúdo da DW sendo aproximadamente 1,000 a 2,000 com mais qualidade (BERGMAN, 2001)¹.

Mesmo com o vasto conteúdo que a DW proporciona, bem como, sua maior característica – a de os usuários terem a oportunidade de navegar de forma anônima – não encontramos nenhum estudo que abordasse estas relações sociais no sistema. Existe por outro lado, uma vasta bibliografia quanto aos estudos de descrição da rede e mineração de dados, especialmente os focados

¹ É importante reforçar aqui que estes dados e estatísticas datam de aproximadamente 16 anos e, que a proporcionalidade de ambos espaços não necessariamente será a mesma atualmente. No desenvolvimento deste trabalho buscamos referenciar sempre os autores mais relevantes e mais atuais, no entanto, não existe uma referencia atual que se detenha em mensurar o tamanho da Deep Web atualmente, exatamente por acreditarmos que existam outros questionamentos mais importantes (como o conteúdo em si e seu uso) para que sejam objetos de estudos.

em formas de localizar os conteúdos da DW.

Com isso este trabalho buscará focar seus esforços em uma parte ainda mais específica da Deep Web, a Dark Net. Esta rede, permeia o imaginário coletivo, especialmente após diversos vídeos de youtubers famosos explorarem os mistérios relacionados a ela² – atualmente, cada vídeo (que foram referenciados nas notas de rodapé) apresentam mais de dois milhões de visualizações, com exceção do vídeo do Canal Nerdologia, que tem como objetivo exatamente explicar e diferenciar os dois espaços sem sensacionalismo, que apresenta aproximadamente 500 mil acessos –, e vem sendo entendida como sendo sinônimo de Deep Web, o que na verdade está errado, pois a Dark Net seria apenas mais uma de suas sub-redes.

Conhecendo o sistema: a Deep Web

Antes de entendermos o que é a DW e traçarmos sua relação com os estudos que envolvem a representação social e o anonimato na rede é necessário fazer uma breve explanação do que é a Surface Web, (ou Web), além de, explicar como a internet abriga esses dois espaços de informação e também como o espaço da DW que pretendemos estudar (a Dark Net) vem sendo narrado bibliograficamente e jornalisticamente de forma errônea.

A internet como conhecemos hoje é a

2 Deep Web - 10 Coisas que você precisa saber - <https://www.youtube.com/watch?v=9lVR4luYGmU>

Os 10 piores casos da Deep Web - <https://www.youtube.com/watch?v=MZEYki6GWNE>

Deep Web e Dark Web | Nerdologia Tech 02 <https://www.youtube.com/watch?v=yeLjR6XekGc>

Os perigos da Deep Web Repórter Record Investigação https://www.youtube.com/watch?v=T6_Z1YL-5Nw (páginas acessadas em 12 de setembro de 2017)

evolução e adaptação de uma série de redes de computadores e protocolos de informação. Inicialmente com a guerra fria e com o pioneirismo russo ao lançar o primeiro satélite artificial (o Sputnik) no final da década de 50 os Estados Unidos se viram forçados a criarem um sistema de comunicação eficiente e que provassem a sua superioridade como nação. Nasceu com isso a ARPA – Advanced Research Projects Agency. No início da década de 60, como aponta Leiner (et. al, 2009), um dos projetos da ARPA era a “Rede Galáctica” que previa a interconexão global de vários computadores permitindo que seus usuários pudessem acessar rapidamente dados e programas de qualquer lugar.

A ideia de Rede Galáctica serviu como base para a criação da ARPANET que era uma rede de computadores que conectava militares e pesquisadores sem a necessidade de um centro definido e de uma rota única para as informações. Com a criação da ARPANET uma série de outras instituições acabaram se conectando a rede e várias outras redes paralelas também foram sendo criadas. Com a invenção dos protocolos de comunicação entre essas redes (o NCP e depois o TCP/IP como temos ainda hoje) surgia aí o que chamaríamos futuramente de internet, já que a rede militar ARPANET vinha sofrendo modificações (com a MILNET e posteriormente a NIPRENET) e se distanciando cada vez mais do restante da rede.

Com o avanço destes sistemas e com o surgimento de vários serviços que conhecemos e utilizamos ainda hoje (como o correio eletrônico em 1972) as páginas de navegação e o conceito de World Wide Web (www) só foram efetivamente desenvolvidos no início da década de 90 por Tim Berners-Lee, que tinha por objetivo desenvolver um sistema com base em hipertextos para

possibilitar que as informações de laboratório onde ele trabalhava (CERN) fossem organizadas na rede interna (LEINER et. al, 2009).

Aos poucos, com o crescimento do número de computadores pessoais, a internet foi passando para uso público e deixando de ter apenas o caráter acadêmico e militar, e em 1994 é liberada para uso comercial.

Com o passar dos anos a internet tem ganhado cada vez mais relevância em âmbito global, visto que, uma quantidade cada vez maior de dispositivos tem a capacidade de se conectar na rede, além de ser cada vez mais barato comprar aparelhos com acesso a ela. Com isso entendemos a internet muitas vezes apenas como a soma de recursos como sites de redes sociais, navegadores, programas de bate-papo entre outros, no entanto, essa ideia é errônea, uma vez que, a internet comporta uma série de outros serviços, como rede de comunicação de telefonia, protocolos de troca de arquivos P2P³ e FTP entre incontáveis outros serviços.

Enquanto a Surface Web é um termo técnico que resume a coletânea de páginas facilmente encontradas por mecanismos de busca temos a DW, que é exatamente o oposto: páginas que por algum motivo não são indexadas por mecanismos de buscas, como o Google ou Bing, por exemplo.

A expressão Deep Web foi criada por Michael K. Bergman, fundador do programa Bright Planet⁴, software especializado em coletar, classificar e procurar conteúdo nessa esfera da Web

3 Peer-to-peer é uma arquitetura de sistemas distribuídos caracterizada pela descentralização das funções na rede, onde cada nodo realiza tanto funções de servidor quanto de cliente. Geralmente é utilizada por sistemas de compartilhamento de arquivos como Torrent, eMule, entre outros, mas pode ser usada para uma infinidade de aplicações.

4 Disponível em: <<https://brightplanet.com>>. Acesso em: 10 de Set. de 2017.

(WRIGHT, 2009). A palavra Deep Web, traduzida ao português, remete ao significado de profundidade, tanto que é fixada em oposição a Surface Web, vocábulo que visa dar a ideia de superficialidade. Chamada como internet “invisível”, a DW consistente em sites que, dispersos na internet, são programados para propositadamente não serem encontrados. Assim, mesmo existentes, esses sites não são acessados pelo grande público, ficando escondidos nas “profundezas” da rede (POMPÉO, 2013).

Como segundo especialistas apenas 20% das páginas da rede estão presentes na Surface Web, existem algumas analogias que se dedicam a explicá-la (POMPÉO, 2013). A primeira delas é a do Iceberg, onde a Surface Web é representada por seu topo, de fácil acesso e que salta aos olhos, embora “pequena” em termos de conteúdo, enquanto que a DW é representada como a sua base, pois se sabe que existe, mas não se tem a medida exata de seu tamanho, sabendo-se que é pouco visível e, por isso, de curto alcance.

A Dark Net

Como já mencionado, a DW representa uma série de sites e serviços que não são indexados por buscadores, isso se dá muitas vezes, pela característica do sistema em usar sub-redes dentro da internet para manter seus dados. Logo, assim como a web (ou Surface Web), a DW não é constituída apenas por um único serviço (rede), e sim por uma série deles. Entre suas principais sub-redes estão a rede TOR, a rede FreeNet e a rede I2P, no entanto, existem diversas outras menos conhecidas e com menos conteúdo.

Tais redes são caracterizadas como Dark Web pois são elas as responsáveis por abrigar conteúdos (legais e ilegais) como fóruns, wikis,

sites de redes sociais etc. Para ter-se um parâmetro de comparação o acesso a uma Smart TV ou a qualquer outro dispositivo da IoT é feito pela Deep Web já que os conteúdos não são indexados por buscadores, enquanto o site de rede social Galaxy2 é um serviço da Dark Net (através da sub-rede TOR) por se tratar de um site (como qualquer outro da surface web mas que foi desenvolvido pensando em preservar os elementos do anonimato propostos pela rede.

A TOR, uma das sub-redes, é a mais conhecida quando se remete ao assunto de Dark Net. Ela exige um navegador específico para visualizar seus sites, que são comumente uma série de caracteres gerados de forma aleatória e finalizados pela extensão onion. Em 2013 a rede ganhou atenção mundial da grande mídia pelo fechamento de um dos seus principais servidores de arquivos e páginas o Freedom Hosting com a acusação de seu proprietário de facilitação de conteúdo de pedofilia, tráfico de drogas e armas entre outros crimes.

A forma como se dão as interações na rede é outro grande diferencial que faz dela, um espaço imensurável para curiosos e estudiosos. Para os primeiros, ela é uma fonte de o mais diverso tipo de conteúdo. Superando a dificuldade de encontrar o que se procura – que em alguns casos é suprida pelos chamados Hidden Wikis – o usuário pode ter a seu alcance um grande espaço de discussão e fonte de informação que, por sua arquitetura, nem sempre é confiável. Já para os estudiosos e pesquisadores, a rede se faz de extrema relevância, uma vez que, ainda existem poucos estudos relacionados a ela. Em todas as três sub-redes citadas anteriormente o sistema tem como premissa o anonimato total. Isso se dá através de protocolos e criptografia do

sistema, bem como, através do uso de um sistema financeiro articulado e que vem ganhando cada vez mais adeptos, tanto da surface quanto na DW, o Bitcoin.

O Bitcoin é uma moeda digital, ou criptomoeda, que se baseia nos princípios da criptografia e anonimato, e realiza a bonificação de usuários que cedem o poder de processamento de seus computadores para uma rede P2P com nome homônimo. Atualmente o Bitcoin processa o equivalente a USD 922 milhões por dia (USD 38,41 milhões por hora), em 2012 realizava USD 18 milhões por dia (USD 750 mil por hora) (ANDROULAKI et. al., 2012), e é a rede computacional distribuída mais poderosa do mundo, superando em 11 mil vezes o poder de processamento de todos os 500 supercomputadores combinados.

Levando em conta as definições realizadas até aqui, com a descrição do que é a Deep Web – e que a Dark Net é apenas uma pequena porção desta rede que foi intencionalmente escondida e é acessível somente através de browsers específicos –, bem como, suas características e particularidades, como a possibilidade do usuário que utilizar a rede não ser identificado, além, de poder realizar transações financeiras com uma moeda amplamente utilizada no sistema, buscaremos a partir de agora abordar as implicações que este meio pressupõe no âmbito do capital social e de questões relacionadas a representação social e identidade. Para tanto, apresentaremos a seguir os conceitos de representação social, identidade e anonimato e capital social on e off-line.

A representação social, a identidade e o anonimato

Os conceitos de representação social tem sido objeto de estudo nas mais diversas áreas e, a partir da década de 60, viu florescer o interesse de pesquisadores visando buscar a explicação para uma gama de fenômenos do domínio do simbólico os quais recorrem às noções de consciência e de imaginário. No entanto, estes estudos remontam ao final do século XIX com o livro *The Principles of Psychology* de 1890 escrito por William James.

Como vários outros conceitos que surgem numa área e ganham uma teoria em outra, embora oriundos da sociologia de Durkheim, é na psicologia social que a representação social ganha uma teorização, desenvolvida por Serge Moscovici e aprofundada por Denise Jodelet. Essa teorização passa a servir de ferramenta para outros campos, como a saúde, a educação e comunicação.

Moscovici define a representação social como sendo “uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de conhecimentos e a comunicação entre os indivíduos” (MOSCOVICI, 1978). Ainda, segundo ele, representação social é: “Um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas graças às quais os homens tornam inteligível a realidade física e social, inserem-se num grupo ou numa ligação cotidiana de trocas, e liberam os poderes de sua imaginação” (MOSCOVICI, 1978).

No entanto vários outros autores têm definições diferentes ou complementares de representação social. Erving Goffman defende que os indivíduos representam junto a sociedade conforme o meio ou grupo no qual estão inseridos.

Poderíamos fazer uma analogia a ideia dos atores/agentes sociais de Bourdieu, sendo que estes atores teriam uma máscara diferente para cada grupo ou indivíduo com quem se relacionam. Goffman discute ainda que quando um indivíduo chega à presença de outros, estes, geralmente, procuram obter informações a seu respeito ou acionam as que já possuem. “Estarão interessados na situação socioeconômica geral, no que pensa de si mesmo, na atitude a respeito deles, capacidade, confiança que merece, etc.”. Embora algumas destas informações pareçam ser procuradas quase como um fim em si mesmo, há comumente razões práticas para obtê-las. A informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar. Assim informados, saberão qual a melhor maneira de agir para dele obter uma resposta desejada (GOFFMAN, 1995).

Denise Jodelet define representação social como “uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada tendo um objetivo prático e contribuindo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” enquanto para (ABRIC, 1998) “a representação é um guia para a ação, ela orienta as ações e as relações sociais [...] é um sistema de pré-decodificação da realidade porque ela determina um conjunto de antecipações e expectativas” (ABRIC, 1998).

Juntamente com a conceituação de representação social está a de identidade. Identidade é uma parte importante da auto-percepção, que é a totalidade dos pensamentos e sentimentos de uma pessoa, em referência a si mesma como um objeto (ALTHEIDE, 2000) e da identidade, que é parte de nossa percepção de “como somos vistos pelos outros” (ALTHEIDE, 2000). A construção de uma identidade é,

portanto, um processo público que envolve tanto a percepção e representação desta identidade pelo sujeito, como, por indivíduos ou grupos que apoiam e dão suporte a essa identidade. Quando temos a consonância desses dois fatores, temos a representação da identidade.

Goffman em sua obra *The Presentation of Self in Everyday Life*⁵ caracteriza a noção de self – que em português foi traduzido como Eu – e alguns outros conceitos-chave como o do gerenciamento da impressão (buscando manter uma coerência na expressividade criada), dos múltiplos papéis exercidos pelo self e a ideia de que a “autoapresentação é o componente intencional e tangível da identidade” (SCHAU E GILLY, 2003, p. 387 apud POLIVANOV, 2012), todos atrelados – enquanto processo de construção de uma “representação do eu” – aos rituais da interação social, entendida enquanto “diálogo entre duas equipes” (GOFFMAN, 2009, p. 222 apud POLIVANOV, 2012).

Polivanov problematiza ainda a restrição da tradução do termo Self como Eu, uma vez que, “trata-se de duas entidades distintas: enquanto a noção de “self” diz respeito a uma estrutura social e é construída através das experiências sociais, a noção do “eu” diz respeito a uma dimensão interna dos sujeitos, muito mais psicológica do que social”. Conforme explica Mead “o self é algo que tem um desenvolvimento; ele não está lá inicialmente, desde o nascimento, mas surge no processo de experiência e atividade social, isto é, desenvolve-se em um determinado indivíduo como resultado das suas relações àquele processo como um todo e aos outros indivíduos dentro daquele processo (Mead apud Polivanov, 2014). Com isso, o self é construído

⁵ Traduzido para o português como *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*.

tanto pelo Eu, quanto pelo Outro, O indivíduo só se entende enquanto self quando ele é capaz de reconhecer os outros e reconhecer a si mesmo nos outros (MEAD, 1967, p. 134), tornando-se, assim, “um objeto para ele mesmo” (POLIVANOV, 2012).

No entanto, o advento da Internet mudou as condições tradicionais de produção de identidade. À medida que o corpo físico não está presente nas interações sociais no ambiente on-line, torna-se possível que os indivíduos interajam na Internet e não revelem nada sobre as suas características físicas. Além disso, mesmo em situações em que se utilizam recursos audiovisuais no contato on-line, o anonimato pode ser mantido por meio de retenção de informações sobre os antecedentes pessoais do indivíduo, como nome, endereço e local de trabalho. A combinação da ausência de corpo e de anonimato cria um ambiente tecnologicamente mediado em que um novo modo de produção de identidade emerge (BARGH et al., 2002).

Como aponta Stone (1996) e Turkle (1995) uma importante característica desse modo de produção de identidade emergente é a tendência das pessoas se retratarem de formas diferentes das quais elas realmente são na sua “vida-real”. A ausência do corpo físico e o anonimato, neste contexto, proporcionam assim que as pessoas recriem sua biografia e personalidade, fazendo com isso que tais características possibilitem que elas se reinventem sob a percepção da produção de uma nova identidade. Por exemplo, a web proporciona que um homem se represente como uma mulher, um introvertido como um extrovertido, um nerd como um atleta etc (ZHAO et al., 2014; ZHAO et al., 2017).

Mas como podemos relacionar as implicações que os autores apontam quanto a representação social com o nosso objeto de estudo central, que é a Deep Web e o anonimato? Um primeiro passo para

tal colocação seria entender, por exemplo, como ocorre essa representação em grupos hackers, que tem como princípio identificar-se por codinomes (ou nicknames) ou ainda analisar como se dão essas relações em outras comunidades anônimas da web, como o 4chan⁶ por exemplo.

Como aponta Gabriella Coleman, a premissa do anonimato – e a possibilidade de exercê-lo – fez do site de compartilhamento de imagens e comentários, o 4chan, o berço da criação do grupo Anonymous. Mas, que implicação isso teve naquele grupo? Como aponta a autora, o anonimato descentralizou a ideia de controle da informação, uma vez que, neste sistema o usuário pode ser parte ativa na criação de um feito, mas nunca poderá ser identificado como o autor ou dono daquele feito, tendo em vista seu princípio de anonimato total (os usuários são identificados como anônimo (anonymous)). “No 4chan, você é tanto parte integrante e não integrante do fluxo anônimo; você pode criar um meme, mas nunca possui-lo; você pode começar uma discussão, mas nunca controlá-la; você pode executar ou criar um espetáculo como um bobo da corte, mas você também está observando o espetáculo” (COLEMAN, 2011).

Diferentemente do 4chan, onde a publicação é feita de forma completamente anônima, sem a necessidade da criação de um perfil no site, os grupos de discussão na DW, bem como, em sites de rede social que o sistema oferece como o Hell Online e Galaxy2 (na rede TOR), e o Sone (Freenet), exigem que o usuário crie um perfil ou um cadastro, mesmo sem a necessidade de indicar dados reais (como o nome verdadeiro ou e-mail pessoal, por exemplo).

Buscamos até aqui sinalizar o projeto com os conceitos básicos do tema central que pretendemos

6 Disponível em: <<http://www.4chan.org>>.

estudar. Primeiramente com a caracterização do que é a DW e através de quais meios acessá-las, para então tentar trazer à tona a discussão (mesmo que de forma breve pelo espaço e pelo carácter do projeto) sobre alguns estudos relacionados com a representação social. Por fim, problematizamos o efeito do anonimato em um site específico da internet, onde o usuário mesmo que sendo o detentor da elaboração de um determinado feito (como a criação de um meme ou piada) não tem a possibilidade de possuir seu mérito pelo fato, visto que, pela arquitetura do sistema não irá conseguir provar sua autoria. A partir de agora este trabalho buscará deter-se a explicar (e discutir brevemente) a abordagem que pretendemos tomar para entender a concepção de representação social e anonimato, que será os conceitos de capital social.

O capital social

Conforme definição de (Coleman, 1988), o Capital Social refere-se aos recursos acumulados por meio das relações entre as pessoas (Coleman, 1988). No entanto, a teoria de Coleman, não é a única aceita mundialmente quanto à definição de capital social. Bourdieu & Wacquant (1992) define capital social como “a soma dos recursos, reais ou virtuais, que revertem a um indivíduo ou um grupo, em virtude de possuir uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e reconhecimento mútuo”. Outra teoria bastante difundida entre os pesquisadores do capital social é a elaborada por Putnam (2001). Para ele, capital social refere-se “a conexão entre os indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela”.

De uma forma mais sucinta e exemplificada, poderíamos interpretar o capital social como uma forma de dinheiro imaginário que adquirimos

através das interações sociais, ou seja, sempre que realizamos alguma interação com alguém, por mínima que seja, estamos acumulando ou perdendo capital social com essa pessoa. Esse capital social acumulado pode, então, ser revertido em benefícios posteriores para ambas as partes. Como exemplo ainda, poderíamos citar a interação entre dois amigos ao estudar para uma prova, um está ajudando o outro que tem dificuldades, mesmo que este primeiro esteja fazendo isso pela amizade, certamente de forma involuntária ele tá acessando o capital social adquirido com o amigo (o amigo pode tê-lo ajudado em outra oportunidade) para realizar a tarefa. Conforme Bourdieu (1986) em *The forms of capital*, o capital social é diretamente relacionado aos interesses individuais, no sentido de que provém das relações sociais que dão a determinado ator certas vantagens. Trata-se assim de um recurso fundamental para a conquista de interesses individuais.

Ainda conforme Adler & Kwon (2002), o capital social está ligado com: “uma grande variedade de resultados sociais positivos, tais como uma melhora na saúde pública, menores taxas de criminalidade e uma maior eficiência dos mercados financeiros” (ADLER & KWON, 2002).

Quando o capital social declina, uma comunidade experimenta uma maior desordem social, uma redução de participação em atividades cívicas e potencialmente mais desconfiança entre os membros da comunidade. Maior capital social aumenta o compromisso de uma comunidade, e a capacidade de mobilizar ações coletivas, entre outros benefícios afirmam Ellison (et al., 2007). Para Helliwell & Putnam (2004) também pode ser utilizado para fins negativos, mas em geral o é visto como um efeito positivo de participantes em uma rede social (HELLIWELL & PUTNAM, 2004).

Raquel Recuero (2009) por outro lado, considera o capital social “como um conjunto de recursos de um determinado grupo (recursos variados e dependentes de sua função, como afirma James Coleman) que podem ser usufruídos por todos os membros do grupo ainda que individualmente e que está baseado na reciprocidade (de acordo com Putnam). Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu) e é determinado pelo conteúdo delas. Portanto para que se estude o capital social dessas redes é preciso estudar não apenas suas relações, mas, igualmente, o conteúdo das mensagens que são trocadas através delas”.

Bertolini e Bravo (2004) afirmam ainda que o capital social é heterogêneo, e dividem-no em cinco categorias. A primeira nomeada de capital social relacional faz referência entre as somas das relações dos indivíduos, bem como os laços e trocas sociais de uma determinada rede. O capital social normativo determina as normas de comportamento e os valores de um determinado grupo. O capital social cognitivo faz referência a soma do conhecimento e das informações adquiridas por um determinado grupo. O capital social de confiança no ambiente social por sua vez, compreende a confiança dos indivíduos em um determinado ambiente. Por fim, o capital social institucional conceitua a interação em ambientes formais ou informais onde o nível de coordenação e cooperação é bastante alto.

Estas colocações poderiam ser divididas ainda por seus aspectos de grupo, que os autores também conceituam como segundo nível do capital social (Recuero, 2009). Nesta modalidade os conceitos são divididos em aspectos que podem ser usufruídos somente em grupo, como a confiança no ambiente social e o capital social institucional e os aspectos

que são desfrutados de forma individual, como as leis ou normas (capital social normativo), as relações (capital social relacional) ou ainda o conhecimento (capital social cognitivo).

Ainda conforme Helliwell & Putnam (2004) o aspecto individual vem dos interesses do indivíduo em fazer parte de uma rede social para seu próprio benefício. O aspecto coletivo vem do fato de que o capital social individual reflete-se amplamente na esfera coletiva do grupo, sejam eles como custos ou benefícios. Daí vem a dupla natureza do conceito que pode englobar tanto bens privados como coletivos.

O capital social na internet

As diversas formas de comunidades virtuais, a estratégia P2P, as comunidades móveis, a explosão dos blogs e wikis além, da recente febre dos sites de microblog como Twitter são prova de que o ciberespaço constitui fator crucial no incremento do capital social e cultural disponíveis. Esta constatação vem ao longo dos anos se consolidando gradativamente por pesquisados desde o início da década de 90. Conforme explica Rheingold (1993), em seu livro *Comunidade Virtual*, as comunidades virtuais não eram desde então apenas lugares onde as pessoas se encontravam, mas também um meio para se atingir diversos fins.

Johnson (2001) define essa fase ainda como: “podemos ver os primeiros anos da web como uma fase embrionária, evoluindo através de seus antepassados culturais: revistas, jornais, shoppings, televisões etc. Mas hoje já há algo inteiramente novo, uma espécie de segunda onda da revolução interativa que a computação desencadeou: um modelo de interatividade baseado na comunidade, na colaboração muitos-muitos”.

Além da evolução da web, muitos teóricos

argumentam ainda sobre o aumento ou a diminuição do capital social proporcionado pela rede mundial de computadores. Nie (2001), por exemplo, argumenta que a internet fez com que houvesse uma redução do tempo de contatos cara-a-cara entre os indivíduos. Bargh & McKenna (2004), por sua vez, fazem dura crítica a teoria de Nie (2001). Wellman (et al., 2001) acreditam ainda que além da internet proporcionar um fortalecimento dos laços sociais ela pode servir como base para completar ou até mesmo substituir as interações pessoais sem que haja prejuízo na qualidade da interação. Pesquisas como as relacionadas à comunidade Netville⁷ ou ainda a Blacksburg Electronic Village⁸ concluíram que a interação mediada pelo computador tem trazido efeitos positivos na interação com a comunidades, participação e capital social (HAMPTON & WELLMAN, 2003; KAVANAUGH et al., 2005).

Bertolini & Bravo (2001) por sua vez discutem a mudança estrutural quanto a manutenção dos laços sociais em sites de rede social. Para os autores, a partir da conexão construída (quando um usuário aceita outro no Facebook, ou segue algum conhecido no Twitter) o usuário não necessita despende energia para manter o laço social. Sites de redes sociais proporcionariam assim que, os autores aumentassem significativamente suas conexões sociais. Estas conexões por sua vez, não são como as conexões off-line, e sim uma simples ligação mantida pelo sistema.

7 O experimento em Netville (nome fictício para uma cidade estudada em Toronto, EUA), foi realizado para identificar como aconteceu as interações sociais em um ambiente muito conectado.

8 Blacksburg Electronic Village foi desenvolvido por pesquisados da Universidade Virginia Tech com o objetivo de validar e documentar o uso e impacto das redes da comunidade.

Blackbook: Uma nova perspectiva de estudo

Humanos são seres sociais, logo seria uma surpresa se em redes privadas como o TOR também não existissem sites de rede social como na surface web.

No entanto, pela arquitetura do sistema, que inclui entre outras características ser um ambiente completamente sem censura, a identidade pode ser representada de forma diferente dos sites de rede social que estamos habituados. No BlackBook, assim como em outros, podemos criar um perfil, enviar fotos, descrever um pouco sobre si e tentar fazer amigos.

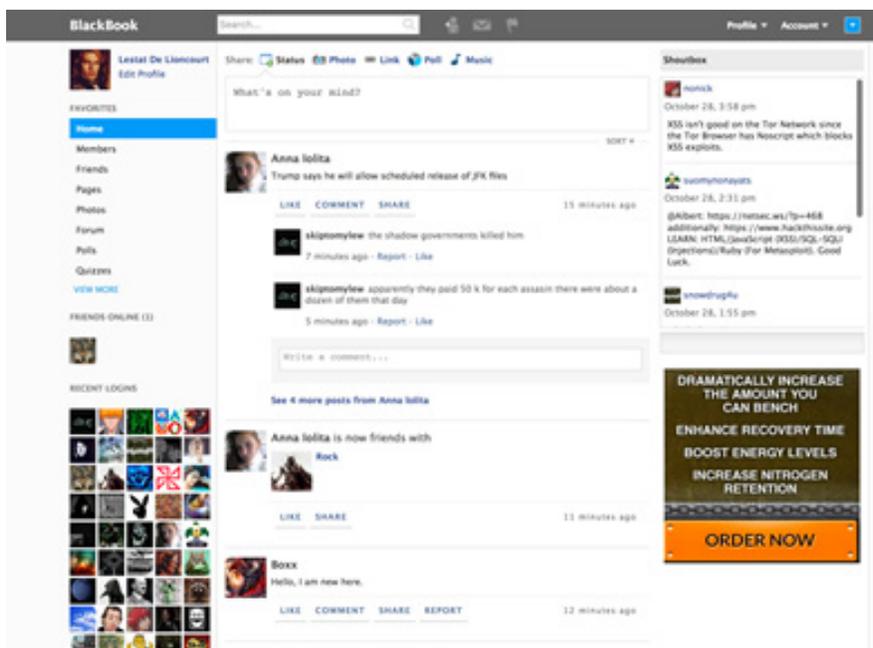


Figura 1: Perfil no site de rede social BlackBook
Fonte: Blackbook, 2017.

Após criação do perfil, no lado esquerdo da página, como pode ser visto na Figura 1 encontram-se uma pequena imagem de perfil e links para as principais seções do site como: MEMBERS, que é uma lista com todos usuários do SRS, FRIENDS, que são as conexões do usuário na rede, PAGES, que são, assim como no Facebook páginas com o intuito de divulgar alguma ação, grupo ideia etc., PHOTOS, que compreende o espaço onde o usuário pode verificar todas as imagens postadas no sistema, inclusive através de filtros, FORUM, onde os usuários podem discutir sobre ideias separadas por tópicos, POLLS, que é um espaço destinado a criação de formulários no sistema e os QUIZZES, que assim como os POLLS têm o objetivo de ser um espaço de formulário mais bem elaborado, com mais opções de perguntas e formas de interação. Por fim, ainda no lado esquerdo da página temos um histórico dos últimos usuários a acessar o sistema.

No centro da página, temos uma espécie de mural onde os usuários postam suas ideias, questões, discussões, fotos etc. para TODOS os usuários da rede. Tais publicações apresentam 4 tipos de interações: (1) Curtir, (2) Comentar, (3) Compartilhar e por fim (4) Reportar. Outra característica interessante sobre a arquitetura do sistema é que, cada nova conexão entre usuários (quando eles viram “amigos”), é reportada na linha do tempo do SRS.

Por fim, no lado direito da página, temos uma ferramenta chamada de SHOUTBOX, com a finalidade de ser uma espécie de microblog dentro da rede, com espaço para postagens curtas e que, também aparece para todos os usuários. Abaixo desta ferramenta encontra-se um espaço destinado à publicidade, já na parte inferior direita da página, encontra-se uma lista de contatos com que o perfil poderá conversar através de uma ferramenta de chat.

Metodologia

Para o desenvolvimento do trabalho proposto foi escolhido como aporte metodológico a Netnografia – aplicação em âmbito virtual da etnografia, que tem como objetivo analisar de forma prolongada a vivência de um lugar, no qual o pesquisador compartilha plenamente a vida de uma comunidade ou grupo social (AMARAL, 2009; MONTARDO e PASSERINO, 2006).

Durante três dias utilizamos a ferramenta e tentamos nos comunicar e interagir com usuários aleatórios na rede. Para tanto, foi criado um perfil com um nickname e uma fotografia de um personagem na qual o autor tinha afinidade. Uma das primeiras constatações que pudemos realizar observando e interagindo com a ferramenta foi que, nenhum usuário utilizava seus verdadeiros nomes para interagir no site, optando assim por nicknames de personagens, artistas ou palavras geradas de forma randômica. Outra constatação é que da mesma forma que com os nicknames, os usuários não utilizam suas fotos pessoais na rede. Caracterizando assim dois fatores importantes de serem analisados.

Por fim, é importante ressaltar que este trabalho não tem a intenção de aprofundar a forma como os indivíduos se relacionam e sim, apresentar de forma breve um apanhado sobre a temática e sobre o site de rede social. Com isso, partiremos a partir daqui para uma segunda instância de desenvolvimento deste trabalho onde será discutido com mais profundidade as apresentações e correlações que fizemos até este momento entre os temas centrais de anonimato, identidade e capital social no site de rede social Blacbook.

Considerações finais

Sabemos que muitas discussões acerca de temas que permeiam o anonimato, os estudos relacionados a identidade, representação social e o capital social vem ganhando força há várias décadas. Recentemente os estudos relacionados ao anonimato tem recebido um grande enfoque, principalmente pelo surgimento de aplicativos para celular como foi o caso do Secret⁹ em 2014 e recentemente do aplicativo Sarahah¹⁰. Estes, normalmente envolvidos em polêmicas por apropriações indevidas, especialmente para realização de bullying ou ameaças.

Entendemos ainda, em um primeiro momento, que espaços que prezem pelo anonimato vão na contramão de estudos que têm como perspectiva a “superexposição do eu”, mas que se configuram ainda em uma perspectiva de “sociedade em rede” como apontado por Castells na qual indivíduos potencialmente de todo o mundo podem se comunicar e, dessa forma, apresentar-se de modo minimamente “humano” e “íntimo” (POLIVANOV, 2012).

Com isso este trabalho buscou apresentar uma nova correlação entre os estudos focados em anonimato, capital social, representação social e identidade através de uma breve apresentação das teorias propostas e da descrição de um site de rede social da rede TOR conhecido como BlackBook. O que nos mostrou de forma breve que, os usuários utilizam mecanismos diferentes para se representarem, optando pela não utilização de usa foto de perfil e pela escolha de nicknames que não representam seu nome verdadeiro.

9 Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/tem-um-aplicativo/noticia/2015/04/app-secret-de-posts-anonimos-chega-ao-fim-anuncia-criador.html>>. Acesso em: 15 Set. 2017.

10 Disponível em: <<https://www.sarahah.com>>. Acesso em: 15 Set. 2017.

Partimos da premissa para o desenvolvimento de um trabalho futuro de que existam outras formas de interações e outras dinâmicas sociais dentro de espaços específicos da Deep Web. Buscaremos com isso entender e buscar provar que especialmente os elementos relacionados ao Capital Social têm uma dinâmica diferente em um espaço que tem como característica o anonimato total.

Temos como suposição ainda que, pela arquitetura do sistema que analisamos e apresentamos aqui de forma breve que, estas relações serão diferentes até mesmo de outros espaços da surface web que também primam pelo anonimato.

Referências

ADLER, Paul S.; KWON, Seok-Woo. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of management review*, v. 27, n. 1, p. 17-40, 2002.

ALTHEIDE, David L. Identity and the Definition of the Situation in a Mass Mediated Context. *Symbolic interaction*, v. 23, n. 1, p. 1-27, 2000.

ANDROULAKI, Elli et al. Evaluating user privacy in bitcoin. In: *International Conference on Financial Cryptography and Data Security*. Springer, Berlin, Heidelberg, 2013. p. 34-51.

BARGH, John A.; MCKENNA, Katelyn YA; FITZSIMONS, Grainne M. Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet. *Journal of social issues*, v. 58, n. 1, p. 33-48, 2002.

BERGMAN, Michael K. White paper: the deep web: surfacing hidden value. *Journal of electronic publishing*, v. 7, n. 1, 2001.

BERTOLINI, Sandra; BRAVO, Giacomo. Social capital, a multidimensional concept. v. 17, n. 10, p. 2004, 2004.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc JD. Réponses: pour une anthropologie réflexive. Paris: Seuil, 1992.

COLEMAN, Gabriella. Hacker politics and publics. Public Culture, v. 23, n. 3 65, p. 511-516, 2011.

COLEMAN, James S. Social capital in the creation of human capital. In: Knowledge and social capital. 2000. p. 17-41.

ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. Journal of Computer Mediated Communication, v. 12, n. 4, p. 1143-1168, 2007.

GALLOWAY, Alexander R. Protocol: How control exists after decentralization. MIT press, 2004.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. Vozes, 2011.

GYARMATI, David; KYTE, Darrel. Social capital, network formation and the Community Employment Innovation Project. Policy Research Initiative, v. 6, n. 3, 2003.

HAMPTON, Keith; WELLMAN, Barry. Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. City & Community, v. 2, n. 4, p. 277-311, 2003.

HELLIWELL, John F.; PUTNAM, Robert D. The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, v. 359, n. 1449, p. 1435, 2004.

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

KAVANAUGH, Andrea et al. Community networks: Where offline communities meet online. *Journal of Computer Mediated Communication*, v. 10, n. 4, 2005.

LEINER, Barry M. et al. A brief history of the Internet. *ACM SIGCOMM Computer Communication Review*, v. 39, n. 5, p. 22-31, 2009.

MILLER, Brandon. "Dude, where's your face?" Self-presentation, self-description, and partner preferences on a social networking application for men who have sex with men: a content analysis. *Sexuality & Culture*, v. 19, n. 4, p. 637-658, 2015.

MOSCOVICI, Serge. *A representação social da psicanálise*. Trad. de Álvaro Cabral. Zahar, 1978.

NIE, Norman H. Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American behavioral scientist*, v. 45, n. 3, p. 420-435, 2001.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. *Dinâmicas de autoapresentação em sites de redes sociais: performance, autorreflexividade e sociabilidade em cenas de música eletrônica*. 2012. 277 f. 2012. Tese

de Doutorado. Tese (Doutorado em Comunicação),
Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ.

POMPÉO, Wagner Augusto; SEEFELDT, João
Pedro. Nem tudo está no Google: deep web
e o perigo da invisibilidade. In: Congresso
Internacional de Direito e Contemporaneidade.
Anais..., Santa Maria: UFSM. 2013. p. 3-11.

PUTNAM, Robert. Social capital: Measurement and
consequences. Canadian Journal of Policy Research,
v. 2, n. 1, p. 41-51, 2001.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet.
Sulina, 2011.

RHEINGOLD, Howard. The virtual community:
Homesteading on the electronic frontier. MIT
press, 2000.

STONE, Allucquère Rosanne. The war of desire and
technology at the close of the mechanical age. MIT
press, 1996.

SHERRY, Turkle. Life on the Screen: Identity in the
Age of the Internet. NY etc.: cop, 1995.

WELLMAN, Barry et al. The social affordances of
the Internet for networked individualism. Journal
of Computer Mediated Communication, v. 8, n. 3,
2003.

WELLMAN, Barry et al. Does the Internet
increase, decrease, or supplement social capital?
Social networks, participation, and community
commitment. American behavioral scientist, v. 45,
n. 3, p. 436-455, 2001.

WRIGHT, Alex. Exploring a 'deep Web' that Google can't grasp. *New York Times*, v. 23, p. B1, 2009.

ZHAO, Shanyang. Self as a second-order object: Reinterpreting the Jamesian "Me". *New Ideas in Psychology*, v. 46, p. 8-16, 2017.

ZHAO, Shanyang. Self as an emic object: A re-reading of William James on self. *Theory & Psychology*, v. 24, n. 2, p. 199-216, 2014.

Mobilidade tecnológica: a formação de redes sociais móveis na sociedade contemporânea

Sandra M. G. Henriques
Doutora em Comunicação Social

A busca pela compreensão das manifestações individuais e coletivas dos indivíduos é parte constante das indagações da sociedade (SIMMEL, 2006). No contexto social atual, o ciberespaço é um lugar comum de interação de milhares de pessoas no mundo inteiro, promovendo constantemente novas relações sociais. Com isso, é possível perceber que a ampliação das tecnologias é fator determinante para a potencialização da comunicação entre os indivíduos, que passam cada vez mais a interagirem entre si através da mediação de computadores e dispositivos móveis (telefones celulares, tablets, Wi-Fi).

As tecnologias de comunicação e informação, por meio dos dispositivos móveis e das conexões via internet sem fio, vêm possibilitando o desenvolvimento de novos grupos e a propagação da informação na sociedade atual, remetendo a outras percepções dos espaços urbano e virtual. Para esclarecer as potencialidades destas novas tecnologias, será realizada uma revisão sobre as

tecnologias móveis de comunicação e informação (LE MOS, 2007; PELLANDA, 2005; MITCHELL, 2002; GREEN, 2002), onde se busca compreender como se desenvolvem as redes sociais (SIMMEL, 2006; RECUERO, 2009) diante destes novos contextos e como o uso das tecnologias móveis de comunicação e informação pode potencializar estes agrupamentos formando, desta forma, as redes sociais móveis.

A formação de redes sociais

Por meio das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador, a possibilidade de expressão e socialização dos indivíduos foi ampliada, tornando a interação, proporcionada por este meio, um reflexo do cotidiano dos indivíduos em sociedade. O ciberespaço é um local de interação, de trocas, que, desde o surgimento da web na década de 90, vem fazendo parte do cotidiano social quase que de forma imperceptível.

Estes grupos expressos na internet constituem uma rede social, que pode ser definida como um

[...] conjunto entre os atores (indivíduos, instituições ou grupos: os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais), [...] e nela se observam os padrões de interação de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2009, p. 24).

Para Recuero (2009), os atores são o primeiro elemento de uma rede social, pois atuam de forma a moldar as estruturas sociais através da interação e dos laços. Estes atores podem ser representados em algumas construções identitárias no ciberespaço. Um ator pode ser uma pessoa em um perfil de um site de relacionamento, assim como um blog coletivo

ou de uma empresa, por exemplo. “As apropriações das ferramentas funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e ao mesmo tempo público” (RECUERO, 2009, p. 27).

Recuero (2009, p. 79) observa as redes sociais como um elemento em constante mutação no tempo, “redes são dinâmicas e estão sempre em transformação”. Segundo a autora o que potencializa esta dinâmica são as interações, “é possível que existam interações que visem somar e construir um laço social e interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço.” (RECUERO, 2009, p.79). Durante a interação social os indivíduos possuem motivações que permeiam as trocas.

Os grupos, ao interagirem, compartilham de um mesmo sentimento, de uma mesma motivação. Segundo Simmel “[...] a própria sociedade, em geral, significa a interação entre os indivíduos” (2006, p. 59). Assim, o autor enfatiza que a interação entre os sujeitos surge a partir de determinados impulsos ou da busca de determinadas finalidades. Para ele “essas interações significam que os portadores individuais daqueles impulsos e finalidades formam uma unidade – mais exatamente uma sociedade” (2006, p. 60).

As redes sociais estão em constante transformação, influenciadas pela interação entre os indivíduos. Um aspecto importante de se observar as dinâmicas em redes é a sua emergência. São propriedades que o sistema complexo possui, e envolvem o comportamento em larga escala, e que não podem ser encontradas individualmente, somente nos estudos das redes sociais. Segundo Recuero (2009, p. 80), “a emergência aparece com o surgimento de comportamentos coletivos, não centralizados. Como sistema complexo, o sistema social também tenderá a mostrar comportamentos emergentes coletivos, nessa dinâmica.” Estes

processos são capazes de impactar na estrutura de uma rede.

Ao trocar informações, reflexões sobre assuntos cotidianos, os indivíduos constroem a interação de forma recíproca. A expectativa é um dos fatores principais da reciprocidade entre os indivíduos, levando muitas vezes à satisfação na interação entre ambos. A reciprocidade faz a passagem de algo, de uma pessoa ou grupo, para outra ou outro, sem qualquer caráter de obrigatoriedade, pelo contrário, voluntariamente. São formas de trocas horizontais, onde cada indivíduo conserva suas especificidades, mas agrega novos elementos ao seu contexto social.

A formação de redes sociais na internet (Facebook, Twitter, Instagram, etc) mostra que as relações sociais atualmente são desenvolvidas também através da interação mediada pelo computador, onde o espaço virtual é um dos locais de troca que potencializa o relacionamento entre os indivíduos. No entanto, novas mudanças no contexto da interação entre os indivíduos são percebidas. Com o avanço das novas tecnologias de comunicação, as quais são desenvolvidas cada vez mais através da mobilidade tecnológica, o acesso always on vem abrindo caminho para uma nova forma de distribuição e colaboração de informação.

Este processo vem permitindo que indivíduos de culturas e classes sociais diferentes passem a interagir e distribuir informações em tempo real, algo que vem fazendo parte do cotidiano dos indivíduos. Este novo contexto trás a tona novas apropriações dos espaços urbano e virtual (ciberespaço), de forma que eles se tornem híbridos. Estas apropriações se dão através das tecnologias móveis.

Este novo contexto passa a produzir modificações nas cidades enquanto lugares

de apropriação do indivíduo, pois este passa a territorializar os espaços não deixando de lado o espaço virtual, o ciberespaço - que desde a década de 1990 tornou-se um local de comunicação cada vez mais emergente – mas, tornando ambos os espaços colaborativos.

Os indivíduos atualmente utilizam as tecnologias móveis como aparatos para se mobilizarem em manifestações sociais nas cidades em determinados acontecimentos. A proposta, a partir de agora, é de observar como estas redes são potencializadas com o desenvolvimento das tecnologias móveis de comunicação e informação, com o objetivo de compreender quais os impactos que estas novas tecnologias causam nas relações sociais.

Mobilidade e tecnologias móveis de comunicação e informação

A mobilidade e o nomadismo tecnológico da sociedade atual estão diretamente relacionados às tecnologias móveis de comunicação e informação, assim, pode-se perceber que profundas modificações nas práticas sociais vêm ocorrendo com a potencialidade da comunicação sem fio. As trocas de informações e a interação estão cada vez mais sendo realizadas através de sistemas de internet sem fio e telefonia móvel, através dos celulares. Estas tecnologias nômades vêm proporcionando que os indivíduos interajam e expandam seus contatos.

Mitchell (2002) salienta que se habitará em um mundo onde as coisas não ficam paradas, mas pensam no que deviam estar fazendo e decidem o que fazer de acordo com suas funções. Para ele os objetos e espaços inteligentes que proporcionam uma nova apropriação dos espaços urbanos, necessitam de um software, um “gênio do lugar”

que ligue os processos interativos. Segundo Mitchell, na Roma antiga acreditava-se que cada lugar tinha seu espírito, que se manifestava quando evocado. “Eles tinham a ideia certa, mas não a tecnologia necessária” (MITCHELL, 2002, p. 89). Atualmente, segundo Mitchell, para equiparmos um lugar com seu “gênio” é uma tarefa simples: implementando um software.

Podem parecer um pouco utópicas as palavras de Mitchell, mas ao observar o desenvolvimento da comunicação sem fio na sociedade atual, percebe-se que os indivíduos estão cada vez mais conectados. Esta conexão se dá hoje com o suporte dos celulares, smartphones, wearables e outros aparelhos de computação portáteis. Estes suportes de mídia always on, fazem parte de um dos anseios humanos, a onipresença, esta se dá pela possibilidade de estar conectado a vários espaços simultaneamente, com um mínimo de deslocamento físico. Para Mitchell (2002) os lugares de conexão, com as tecnologias móveis podem ser escolhidos, segundo ele, os laptops permitem uma espécie de acampamento eletrônico, onde se pode escolher um lugar - escritório temporário, quarto de hotel, avião, parque, mesa de café – e iniciar as atividades ali.

As tecnologias móveis de comunicação e informação permitem exercer um maior controle sobre o espaço e o tempo, agindo também como ferramentas de territorialização. Por instituir formas de controle, através de uma justaposição do espaço eletrônico e físico, as tecnologias móveis de comunicação e informação criam territorializações e controles informacionais, podendo ou não criar procedimentos nômades (LE MOS, 2007, p. 9). Para o autor, só é possível compreender a cibercultura a partir de um pensamento móvel, que dê visibilidade a processos de mobilidade urbana,

de cidades globais e nomadismos informacionais (2007, p. 8). Estas novas formas de nomadismo somente são praticáveis, pois se vive em uma cultura da conexão generalizada, em grande parte proporcionada pelas tecnologias móveis de comunicação e informação. Com estas tecnologias as noções entre tempo e espaço se alteram diariamente.

Green (2002) ressalta que se vive em um “tempo móvel”, proporcionado pelas novas tecnologias. Para o autor, esse novo processo pede uma reavaliação do que se entende por relações de proximidade, distância, presença e mobilidade, sendo importante uma nova forma de pensar as mudanças sociais e culturais nas sociedades ocidentais ao longo do século XX, observando o papel das tecnologias nestas alterações, relacionadas com o espaço e o tempo. Segundo ele, uma das principais mudanças está na construção da metrópole urbana moderna, onde as interações foram fragmentadas, descontinuadas e as atividades são compartimentadas em uma série de encontros e impressões de pouca duração. O privado, o subjetivo e o emocional são mapeados geograficamente nos espaços públicos da cidade, transformando este espaço em uma continuação da vida privada, das experiências subjetivas, ao invés de experiências coletivas comuns. Segundo ele, as atividades sociais mediadas pelas tecnologias móveis de comunicação e informação incentivam a fragmentação e a individualização da experiência do tempo, prolongando a compressão do tempo-espaço, a convergência, o distanciamento, a velocidade e a intensidade da vida moderna ocidental, localmente compartilhada. Estes fatores que permeiam a vida cotidiana da sociedade atual são possibilitados pelos telefones celulares, que demonstram a emergência destes “tempos

móveis”, devendo este ser considerado em qualquer discussão sobre a organização temporal nas sociedades contemporâneas.

Desta forma, pode-se compreender que o smartphone assume valor social, como reforço do laço grupal e comunitário e, em muitos casos, ele é usado para compartilhar momentos em determinados lugares. Por isto, Lemos (2007, p. 11) afirma que com as tecnologias móveis de comunicação e informação o “lugar transforma-se, pelo controle e acesso à informação, em um território através de novas formas de controle informacional.”

As redes sociais móveis

Como se observou, profundas modificações nas práticas sociais vem ocorrendo com a potencialidade da comunicação sem fio. Com estas tecnologias, o “cordão-umbilical” da Internet fixa com as paredes se rompe e nasce uma rede nas ruas, nas praças e até em outros lugares entre paredes.

Licoppe e Smoreda (2005, p. 926) salientam que a abordagem dinâmica do viver-junto nos permite conceituar as lógicas de socialidade, examinando a forma como estas se inscrevem no espaço geográfico, no tempo, e nas formas sociais. Estas questões têm surgido com bastante frequência desde que as ciências sociais têm voltado suas atenções para o coletivo visto como um conjunto de coordenações ligadas por temporalidades simultâneas. Este é um dos fatores que potencializam as redes sociais móveis, as temporalidades de interação são concomitantes, pois permitem que pessoas que se conhecem e que compartilham ocasionalmente um mesmo lugar, possam interagir, trocar informações e eventualmente encontrar-se.

O viver-junto que se destaca em relação às redes sociais móveis, não difere das redes sociais vividas no cotidiano, tampouco das redes sociais na internet. A grande particularidade destas novas redes é a hibridização dos espaços físico (cotidiano das cidades) e virtual (ciberespaço). Com o uso das tecnologias móveis conferem-se novas apropriações destes dois espaços, que acabam se tornando parte um do outro no dia-a-dia dos indivíduos.

Estas redes têm a potencialidade de reforçar os laços sociais entre os indivíduos, ou mesmo de criar novos laços. Algumas formas de agrupamentos, já podem ser vistas através da potencialização das tecnologias móveis de comunicação e informação, como as smart mobs, grupos formados que se unem em multidões para realizar um conjunto de práticas com finalidades artísticas, ou até mesmo com um cunho ativista em relação a determinado fato. Elas são constituídas por pessoas que são capazes de agirem juntas mesmo sem se conhecer. As pessoas que participam dos smart mobs cooperam de maneira inédita porque dispõem de aparatos com capacidade tanto de comunicação como de computação (RHEINGOLD, 2002). Outra tendência na formação destes grupos é chamada de flash mobs, que, embora sejam caracterizadas da mesma forma das smart mobs, possuem uma peculiaridade: a instantaneidade e a rápida dispersão dos indivíduos.

O que diferencia as smart mobs de outras multidões organizadas é o uso de tecnologias móveis de comunicação e informação como potencializadores destas agregações em espaços públicos. Estas redes marcam lugares físicos de concentração. Reinghold (2002) denomina esses agrupamentos como redes sociais ad hoc móveis, termo utilizado para denominar os “coletivos inteligentes”.

A proliferação das redes no atual contexto vem sendo potencializada através do acesso de alta velocidade pelos 4G e smartphones. Com as redes sociais, acessadas através de tecnologias móveis de comunicação e informação, os internautas poderão não só observar os perfis das pessoas, mas também ter acesso a sua localização geográfica para enfrentarem novas situações sociais ocorridas no cotidiano. Para Manovich (2005) as redes móveis têm de negociar a arquitetura de espaços que tentam habitar. Os GPS's, serviços de localização inteligente, tecnologias de vigilância e outras tecnologias espaciais aumentam os dados e definem os espaços – se não na prática, ao menos em sua imaginação - como um campo contínuo que se estende por completo e preenche todo o espaço físico.

Nesse sentido, pode-se perceber que a busca de uma re-significação dos espaços físicos locais é um dos pontos que vem sendo desenvolvidos pelos sites de redes sociais móveis. A localização das pessoas ao redor através do sistema de GPS nos celulares é um dos fatores determinantes para as novas apropriações dos espaços urbanos.

Desta forma pode-se enfatizar então que as redes sociais móveis possuem três eixos principais para que possam existir:

Indivíduos: Através de suas práticas sociais cotidianas os indivíduos interagem e formam grupos, como algo inerente ao ser humano e à construção da sociedade. São eles os responsáveis pela existência das redes sociais e, com o uso de tecnologias móveis, estas redes passam a ser potencializadas ganhando mobilidade nos espaços. O cotidiano dos indivíduos é fator fundamental das redes sociais móveis, pois é ele quem estimula a formação destas redes.

Tecnologias móveis de comunicação e informação: Proporcionando a mobilidade dos sujeitos nos espaços, as tecnologias móveis de comunicação e informação, têm papel fundamental no desenvolvimento de redes sociais móveis, pois é através destas plataformas que o indivíduo pode se deslocar de um espaço a outro, interagindo com outros que estão nos mesmos espaços físicos e com outros indivíduos que estão conectados aos espaços virtuais ao mesmo tempo. O acesso à informação, bem como a publicação de informações por parte dos indivíduos se dá em tempo real em qualquer local onde o indivíduo esteja.

Espaços Híbridos: Os espaços utilizados pelos indivíduos com as tecnologias móveis de comunicação e informação são espaços híbridos, espaços que mesclam o urbano, o físico das cidades e os ambientes virtuais. São novas percepções dos espaços que se definem com a potencialidade das redes sociais móveis.

Assim, pode-se definir que redes sociais móveis são interações sociais proporcionadas pelas tecnologias móveis de comunicação e informação ocorridas no contexto dos espaços urbanos das cidades.

O que diferencia as redes sociais móveis dos demais agrupamentos e redes contidos na sociedade é o fato destas tornarem possível que os indivíduos acessem conteúdos na web enquanto estão em movimento. É o contexto móvel no qual a sociedade atual faz parte, que possibilita esta formação diferenciada. Há uma mudança de perspectiva, de ambiente de interação, aliada a uma

nova percepção dos espaços.

Desta forma podem-se ressaltar quais as características que possuem as redes sociais móveis e os contextos nos quais elas se diferenciam:

Dinâmicas sociais: Sabe-se que as redes sociais são dinâmicas e que os agrupamentos são inerentes à natureza dos indivíduos. Recuero (2009) afirma que as redes sociais estão em constante transformação, sendo o laço social o fator que determina a consolidação destas redes, e que dependendo do grau de investimento destes indivíduos, este laço tende a se tornar forte ou não.

As redes sociais móveis, por sustentarem esta característica das demais redes sociais, também são mutáveis e estão sempre se transformando. Porém há uma característica que denota uma diferença fundamental nestas redes, o fato dos “nós” da rede serem móveis. As redes sociais móveis mudam sua estrutura de forma muito rápida, se dispersando nos espaços híbridos conforme seu grau de interesse em determinado assunto. Neste caso o laço social se dá pelo sentimento de pertença do indivíduo a determinado assunto ou contexto social, a interação deste passa a não ser apenas entre os indivíduos e o meio que media sua comunicação.

A interação das redes sociais móveis passa a ser entre os indivíduos, o meio e os espaços. Trata-se da liberdade de contato (CASTELLS, 2009) proporcionada pelas tecnologias móveis que conectam práticas sociais em vários locais, convergindo em redes de comunicação que são criadas e recriadas segundo o objetivo dos indivíduos. Estes passam a poder construir seu próprio espaço de interação com os demais.

Além das redes sociais estarem em constante transformação, influenciadas pela interação entre indivíduos, com as tecnologias móveis de comunicação e informação elas também passam a ser transformadas pelos locais onde são realizadas estas interações.

A geografia da Rede: Antes do desenvolvimento das tecnologias móveis de comunicação e informação, a interação social entre os indivíduos conectados à web era realizada em locais estáticos, determinados, que possuíam computadores carregados de fios, proporcionando a conexão global entre os indivíduos. Tratava-se de um período em que os indivíduos interagiam mais com alguém que estava do outro lado do mundo, do que com aqueles que estavam em seu entorno.

A geografia da rede era ampliada globalmente, o que não se difere do uso que os indivíduos fazem quando utilizam a internet para interagir, porém o que se pode ver atualmente é retorno da busca pelo local, pelas interações com os indivíduos próximos. Com as tecnologias móveis os indivíduos passam a ter acesso e a interagir tanto em contexto global como local, devido a mobilidade permitida pela tecnologia. Esta alteração na geografia da Rede enfatiza um aspecto fundamental para a consolidação das redes sociais móveis. Vive-se atualmente em espaços híbridos, de fluxos comunicacionais, mudando as referências de localização dos indivíduos, definindo os espaços de interação dentro dos fluxos de comunicação. Os “nós” estão sempre em movimento e não mais estáticos, fazendo com que a rede seja sempre mutante, os dados e os nós se alteram em função

dos tipos de informação. A estrutura e o significado do espaço de fluxos não estão relacionados com um local específico, mas com as relações construídas no processamento dos fluxos de comunicação específicos (CASTELLS, 2009). A geografia da Rede muda, pois, agora os indivíduos interagem com outros em locais físicos, sem estar desconectados da internet, podendo interagir tanto com pessoas em espaços físicos como em ambientes virtuais. É o acesso always on de distribuição e colaboração de informações, permitindo que lugares possam ser individualizados, mas ligados em rede, de acordo com as redes específicas das práticas dos indivíduos. Os espaços passam a ser apropriados pelas relações sociais que ocorrem dentro deles.

O Conteúdo: Além do acesso a informações em qualquer local através da telefonia celular, os indivíduos possuem a possibilidade de capturar as informações dos fatos em tempo real, no momento em que eles estão acontecendo. O uso das tecnologias móveis de comunicação e informação impulsiona o desenvolvimento de outro modelo de troca de informações, podendo gerar redes sociais móveis.

O conteúdo disponibilizado pelos indivíduos sobre seu bairro, comunidade ou de seu próprio cotidiano talvez não possua tantas pessoas observando este tipo de informação, mas percebe-se que a partir desta possibilidade passam a existir milhares de pessoas produzindo novos conteúdos sobre os mais diversos lugares e contextos. Não é o fato em si que demonstra este outro modelo, mas a ação dos indivíduos em publicar um conteúdo específico, tornando-o disponível na Rede. O uso de telefones celulares para se comunicar

indiretamente sobre o lugar em tempo real também acelera a troca de informações de localização social e pode resultar em um impulso coletivo, formando redes sociais móveis.

Sistema de geolocalização: Com o uso destes sistemas, através de conexão sem fio e coordenadas de um GPS, este último usado em telefones celulares, a atividade dos indivíduos no espaço virtual é articulada com o espaço urbano, via sua localização geográfica, compartilhando os espaços. Estes sistemas podem contribuir para tornar os encontros significativos e influenciarem no curso das interações. Ao informar sua localização, os indivíduos não somente apontam onde estão na cidade, mas também criam um mapa cognitivo do espaço urbano, desenvolvendo espaços itinerantes de socialidade, alterando as experiências destes indivíduos nos espaços. As redes sociais móveis utilizam-se destes sistemas para se conectar, para unir os grupos, para identificar onde está a informação que deseja ter acesso.

Narrativas hiperlocais: As redes sociais móveis possuem a característica de revalorização dos locais, das cidades, das comunidades como forma de trazer a tona aspectos que até então estavam dispersos diante da globalização mundial. As interações sociais dos indivíduos eram realizadas em grande parte de forma desterritorializada, na qual a comunicação se dava mais com pessoas ao redor do mundo e em menor número com outros que estavam ao redor do indivíduo. Com o

desenvolvimento das tecnologias móveis de comunicação e informação, principalmente com o tripé - telefone celular, conexão de internet sem fio e sistema de geolocalização via GPS, os locais e as relações sociais entre os indivíduos de uma mesma cidade ou região passaram a ser potencializadas. As redes sociais móveis estão em constante captura dos instantes dos locais, dos fatos e contextos referentes às localidades.

Com as redes sociais móveis os indivíduos potencializam estas interações, unindo a este fato uma aproximação também dos espaços das cidades. Este aspecto trata da união de diversos fatores que são possibilitados pelas tecnologias de comunicação e informação. Através das redes móveis, os laços sociais gerados na interação entre os indivíduos são mesclados em estruturas fortes e fracas de conexão, não sendo mais tão determinados pelo distanciamento geográfico, devido ao fato de ser possível encontrar um indivíduo no qual se possui um laço fraco, através dos sistemas de geolocalização, podendo este, a partir de um encontro e trocas de informações se tornar um laço forte para o sujeito.

A mobilidade proporcionada pelas tecnologias móveis de comunicação e informação possibilita um nomadismo, tanto referente aos espaços, como referente às relações sociais dos indivíduos, impulsionando estes a soltarem as amarras que os prendiam em determinadas relações de sociabilidade e comunicação, possibilitando a estes sujeitos darem novos sentidos aos espaços e às suas relações com outros indivíduos. Há nas redes sociais móveis uma reorganização dos espaços habitados, pois com as tecnologias móveis, as cidades e os indivíduos

passam a estar amplamente conectados aos locais e as pessoas.

Com a utilização do ciberespaço em movimento - em mobilidade - há uma difusão de fluxos de informação, que dão ênfase a ideia de rede, de organismo. Assim surgem as redes sociais móveis, como uma forma de reapropriação dos espaços urbanos, desterritorializados pelo ciberespaço. Com a hibridização destes espaços há uma nova organização em prol das atividades cotidianas dos indivíduos, auxiliando na formação de agentes móveis, de redes flexíveis de pessoas em busca de algo de pertencimento comum. Estes indivíduos, em rede, passam a dar novos sentidos aos espaços, gerando assim o que Mitchell (2002) denomina de espaços inteligentes.

Portanto, compreende-se que as redes sociais móveis passam a ser enfatizadas em uma cultura da mobilidade, que influencia nas relações de proximidade, distância, presença e conexão. Os indivíduos vivem em espaços que são uma continuação de sua vida privada, há uma mescla entre aquilo que é público e privado, quando se utiliza as tecnologias móveis de comunicação e informação no cotidiano. Este novo contexto cultural enfatiza a hibridização dos espaços de vivência e convivência dos indivíduos.

Considerações finais

Este artigo buscou observar o desenvolvimento das redes sociais e da mobilidade, proporcionada pelas tecnologias móveis de comunicação e informação e suas potencialidades na formação de redes sociais móveis. Estas redes estão cada vez mais emergindo na sociedade contemporânea, mostrando que outras formas de agrupamento em locais podem ser construídas, possibilitando uma nova

apropriação dos espaços físicos.

Com as tecnologias móveis, o engajamento é ampliado consideravelmente. Aliadas aos sites de redes sociais, à interação e à amplitude das possibilidades de comunicação e propagabilidade, novos espaços foram abertos para que os indivíduos pudessem produzir e compartilhar informações. Em diversos países, uma reação em cadeia começou a ser firmada, como na Tunísia, na Islândia, nos Estados Unidos, no Brasil, na China e em diversos outros países. De forma viral, diversos movimentos ao redor do mundo inflamaram situações que, muitas vezes adormecidas, passaram a indignar indivíduos em diferentes locais, países e continentes. O que há em comum em todos estes movimentos além do descontentamento social e político? O uso dos sites de redes sociais e o compartilhamento instantâneo de informações por meio das tecnologias móveis.

Pode se perceber diante destes contextos que os “nós” - as conexões, passam a ser móveis, carregados por indivíduos que se deslocam pelo espaço físico, apontando, com isso, para uma ruptura com uma interface estática. Assim, os impactos sociais gerados com as redes sociais móveis espalhadas nas cidades são perceptíveis, pois há outra forma de troca realizada pelos indivíduos, que passaram a olhar novamente os espaços físicos das cidades como locais de interação, mas não apenas como uma interação realizada face a face, que nunca deixou de acontecer, nem mesmo com a amplificação das relações mediadas pelo computador, mas também como uma interação que permite a troca entre indivíduos conectados a redes de internet, juntamente com aqueles que estão transitando pelas ruas.

Assim, destaca-se que a mobilidade

tecnológica possibilitou esse processo, tornando mais amplo esse tipo de coletivo que passou a se formar de maneira inteligente e móvel, não resultam apenas de uma mobilização das competências, mas das vivências de cada indivíduo. É possível observar que o movimento que a tecnologia proporciona transformou a lógica de rede social unindo os espaços virtuais e físicos, como é perceptível nas manifestações que foram descritas. A rede, então, passa a ser o indivíduo em plena mobilidade tecnológica.

Referências

CASTELLS, Manuel. Comunicação Móvel e sociedade. Uma perspectiva Global. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2009.

GREEN, Nicola. On the Move: Technology, Mobility, and the Mediation of Social Time and Space. In: The Information Society, 2002.

HENRIQUES, Sandra. Mobile Social Network: a tecnologia móvel e o avanço das novas redes sociais. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2049-1.pdf>.

LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade: A era da conexão. 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>.

LEMOS, André. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais., In: Matrizes, Revista do Programa

de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação., USP, ano 1, n.1, São Paulo, 2007.

LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (orgs). Comunicação e Mobilidade. Salvador: EDUFBA, 2009.

LICOPPE, Christian; SMOREDA, Zbigniew, Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication technology. in: Social Networks, 2005.

MANOVICH, L. The Poetics of Augmented Space: Learning from Prada. 2005. Disponível em: http://www.manovich.net/DOCS/augmented_space.doc

MITCHELL, Willian J. E-topia: A vida urbana – mas não como a conhecemos. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

PELLANDA. Eduardo C. Internet móvel: Novas relações na cibercultura derivadas da Mobilidade na comunicação. Tese de doutorado. PUCRS, 2005.

RHEINGOLD. Roward. Multitudes inteligentes. La proxima revolución social. Barcelona: Gedisa, 2002.

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

SIMMEL, Georg. Questões fundamentais da sociologia. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 2006.

Booktube: A Comunidade de leitores presente no YouTube

Tauana Mariana Weinberg Jeffman
Doutora em Ciência da comunicação

Este artigo apresenta uma breve análise da comunidade observada e compreendida em minha tese de doutorado. Tal pesquisa foi norteadada pelo objetivo central de investigar e compreender as relações constituídas entre leitores da comunidade booktube em torno do livro e da leitura a partir da performance de gosto dos booktubers em seus canais no YouTube¹. A investigação empírica foi desenvolvida a partir de uma inspiração etnográfica tendo como campo o ambiente virtual do YouTube, a fim de abordar o fenômeno estudado através de acompanhamento diário e sistemático.

Este é o ponto em que me detenho: no booktube, uma comunidade formada por leitores que produzem e consomem conteúdo relacionado

¹ O YouTube é uma plataforma que permite aos seus usuários o armazenamento e o compartilhamento de vídeos, mas não se limita a isso. Atualmente, comporta diversos grupos sociais e culturais, oferta múltiplas possibilidades de utilização, atuando como espaço de significação e conexão. Em minhas pesquisas, o entendo enquanto rede social, conectando por meio do tema norteador dos vídeos pessoas que gostam de ler e que produzem e/ou consomem conteúdo. Antes de compreender e conceituar a comunidade booktube e os booktubers, observo o YouTube a partir de sua trajetória, características e peculiaridades.

– direta ou indiretamente – à cultura literária, também conhecidos como booktubers. Para tanto, reflito sobre o conceito de comunidade virtual para, posteriormente, apresentar e compreender o booktube enquanto uma comunidade formada a partir do pertencimento simbólico.

Comunidades virtuais

Na percepção de Castells (2003, p. 47), a cultura comunitária virtual é uma das quatro culturas que compõem a internet. O autor lembra que, na década de 80, seus primeiros integrantes eram pessoas tecnologicamente sofisticadas, como os pesquisadores da Arpanet, que criaram listas de e-mails temáticas como a SF-Lovers, destinada aos amantes de ficção científica, revelando que a leitura constitui comunidades desde o início da Web. Foi na década de 90 que a “Web explodiu”, permitindo com que pessoas com poucos conhecimentos técnicos participassem das comunidades virtuais. Deste modo, a cultura comunitária participou da moldagem dos processos, usos e formas sociais da internet.

Com a obra *A comunidade Virtual*, originalmente publicada em 1993, Rheingold (1996, p. 18) tornou-se um dos primeiros teóricos a conceituar comunidade na internet, entendendo-a como “agregados sociais que surgem da rede, quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante [...] discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço”. Rheingold (1996) constata que sua vida pré-modern era diferente da forma como se apresenta hoje, isso porque, com a internet, pôde conhecer um amplo número de pessoas, novas culturas e novas experiências a partir de sua vivência em comunidades virtuais.

A publicação de Rheingold (1996, p. 13) precedeu em quatro anos a criação da primeira rede social na internet. Logicamente, sua percepção de comunidade virtual não surgiu de tais plataformas, mas a partir da WELL, “um sistema de tele transferência por computador que permite aos utentes espalhados pelo globo a participação em conversas públicas e a troca de correspondência privada via correio eletrônico”. Era a conversa e o seu assunto, basicamente, o cimento social que compunha a comunidade nesta época. Assim, em 1993, as comunidades que Rheingold (1996) conhecia e participava eram compostas por indivíduos que geralmente utilizavam identidades falsas, apresentando-se ao grupo com nomes fictícios. Os perfis também não exibiam fotos do usuário ou informações detalhadas sobre este, o que tornava possível que pessoas que conversavam diariamente através do computador não se reconhecessem, caso cruzassem uma pela outra na calçada.

Após sete anos, Rheingold (2000, online) revisa sua obra e publica um capítulo adicional, objetivando repensar o conceito de comunidade virtual, tanto porque sua publicação foi duramente criticada por teóricos da área quanto porque o contexto e as comunidades virtuais alteraram-se significativamente. Conforme Baym (2010, p. 73), as pessoas possuem a tendência de duvidar se as conexões estabelecidas em novos meios são autênticas, questionando o impacto de tais reações na sociedade. Um debate um tanto quanto estéril, diria Castells (2003, p. 98). Na concepção de Rheingold (2000, online), a percepção dos teóricos que o criticaram era de que a utilização do conceito “comunidade”, ressignificada em um contexto digital, degradaria seu “sentido real”, pois pensavam que as pessoas eram “mais humanas”

em suas interações presenciais do que nas virtuais. Todavia, Rheingold (2000, online) nota que “cada vez mais, torna-se possível recriar essa comunidade perdida no ciberespaço, através da formação de comunidades de interesse que não estão vinculadas pelos acidentes da geografia”.

Para Rheingold (1996, p. 42), o desenvolvimento das comunidades virtuais se deu por dois motivos: porque os espaços públicos presenciais estavam diminuindo e porque os entusiastas da internet haviam encontrado um modo inovador de interagir. Sobre o primeiro motivo, o autor constata que, segundo Ray Oldenburg, há três lugares fundamentais: o local onde trabalhamos, o local onde vivemos e o local onde nos reunimos. Rheingold (1996) entendia que, “à medida que o modo de vida suburbano baseado no automóvel, no hipermercado e na comida rápida foi eliminando muitos dos ‘terceiros lugares’ das cidades tradicionais em todo o mundo, o tecido social das comunidades aí existentes começou a desagregar-se”. As comunidades virtuais se enquadrariam neste terceiro local.

Entendo que tais comunidades estavam tomando forma na década de 90. Sendo um dos primeiros teóricos a refletir sobre o conceito, Rheingold (1996) desenvolveu percepções que ainda vigoram, mas cometeu alguns equívocos. Contudo, estes somente puderam ser percebidos e reavaliados com o passar dos anos. Em sua revisão, Rheingold (2000, online) retifica-se, argumentando ser errônea a concepção de que as comunidades virtuais teriam surgido graças à “desintegração das comunidades tradicionais de todo o mundo”. Para o autor, as comunidades virtuais não surgiram para substituir as comunidades presenciais, mas para existirem de modo concomitante. Outro equívoco é acreditar que tais comunidades são formadas

essencialmente por indivíduos que utilizam perfis falsos, fato que gerou acusações de que a internet estaria induzindo as pessoas a viverem fantasias online como uma fuga do “mundo real” (CASTELLS, 2003, p. 98).

Com o desenvolvimento das redes sociais na internet, as pessoas foram incentivadas a criar laços sociais reais a partir de informações e características verdadeiras. Elas levaram para as redes sociais na internet relações que já possuíam anteriormente e/ou gostos e predileções que são vividas no off-line. As relações vividas na internet são extensões da “vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades” (CASTELLS, 2003, p. 100). Além disso, segundo Wellman e Gulia (1999, p. 345), os críticos focam-se demasiadamente na tecnologia em si, não percebendo que os relacionamentos não acontecem exclusivamente nas comunidades virtuais, pois há diversos casos de laços comunitários que atuam tanto online quanto off-line, utilizando a internet como um dos seus meios de comunicação.

Esta característica é percebida entre os booktubers, uma comunidade que é formada e vivida em ambiente digital, mas que leva para o ambiente presencial alguns dos seus laços sociais. Difere das observações dos autores ao fazer um caminho inverso, isto é, não traz as relações off-line para o online, mas sim, leva para o off-line as relações estabelecidas e fortalecidas no online. Demonstra desta forma que, com as comunidades virtuais – e com as redes sociais na internet –, estes laços podem expandir-se, uma vez que tais comunidades são essencialmente formadas por pessoas que possuem afinidades, que partilham gostos, tornando-as membros de um grupo que é constituído a partir de uma identificação simbólica.

Sobre este aspecto, Castells (2003,

p. 98) ressalta que as comunidades virtuais protagonizaram um processo histórico ao desvincular sociabilidade e localidade para a formação da comunidade, apresentando novos processos, novos padrões, novas seleções e novas relações sociais que “substituem as formas de interação humana territorialmente limitadas”. Isso não significa, contudo, que a sociabilidade com base na localidade tenha desaparecido – ou tenda a desaparecer. Um dos elementos que contribuem para a nossa evolução social é justamente a “crescente diversidade de padrões de sociabilidade”. E a sociabilidade digital é uma delas, na qual a questão chave é o deslocamento da comunidade para a rede. Castells (2003, p. 105) destaca que a conceituação das comunidades virtuais chamou a atenção para o “surgimento de novos suportes tecnológicos para a sociabilidade, diferentes de formas anteriores de interação, mas não necessariamente inferiores a elas”.

A concepção de localização geográfica transformou-se com a internet, mas não somente a partir dela. Isso porque os meios de transporte, o telefone e as cartas também permitiam a manutenção de relações à distância (WELLMAN, GULIA, 1999, p. 333). Contudo, com a internet, o sentido de “lugar” foi ampliado. Se a localidade geográfica se torna irrelevante para as comunidades virtuais, o elemento de conexão no cerne da comunidade torna-se o interesse em comum. Assim, comunidade é a “qualidade de comum”; participamos de uma comunidade se partilhamos algo com os demais membros, imbuídos de sentimento de pertença. Nestas, o comum não se relaciona apenas ao sangue ou ao território, mas a interesses específicos (CASTELLS, 2003, p. 110).

Tais comunidades são desterritorializadas, pois reúnem “pessoas que se interessam pelos

mesmos temas, paixões, projetos, objetos, posturas, ideias, etc ..., independente de fronteiras geográficas e institucionais”. Deste modo, estamos vivendo, também, em territórios virtuais constituídos por “proximidades semânticas”, nos quais as distâncias geográficas não são relevantes pois os “povos não serão mais nem de sangue, nem de solo” (LEMOS, 2010, p. 102-219). Palacios (1996, p. 5) complementa ao ressaltar que o pertencimento nas comunidades virtuais é “plenamente eletivo”, isto é, nós só pertencemos a uma comunidade virtual “se, quando e por quanto tempo” estivermos interessados. O pertencimento surge a partir da decisão em pertencer e da ação de se unir e participar. Esse pertencimento pode deixar de existir, mostrando que há participações que são efêmeras, aspecto que pode ser observado na comunidade booktube através dos canais que foram excluídos ou abandonados.

As comunidades virtuais não estão, necessariamente, inseridas nas redes sociais na internet, pois “qualquer ambiente onde há comunicação mediada por computador pode ou não ser uma comunidade, dependendo do tipo de relações que estão presentes”. As comunidades virtuais observadas por Wellman e Gulia (1999), por exemplo, eram formadas essencialmente através da troca de e-mails, assim como as vivenciadas por Rheingold (1996). O que difere as redes sociais na internet das comunidades virtuais é que, nesta última, há “um aglomerado de nós com maior densidade de conexões” (RECUERO, 2010, p. 139-144).

Deste modo, uma comunidade virtual pode ser entendida também como “um conjunto de atores e suas relações que, através da interação social em um determinado espaço constitui laços e capital social [...] através do tempo, associado a

um tipo de pertencimento”. Quando inserida em uma rede social na internet, a comunidade virtual pode ser pensada como um “núcleo mais denso” (RECUERO, 2010, p. 139-144). É sobre este núcleo mais denso que me foco agora, um núcleo que é formado no YouTube através do gosto pela leitura: o booktube.

A comunidade booktube

A expressão booktube origina-se a partir da palavra YouTube, substituindo You (você) por book (livro). Esta troca demonstra a presença de uma determinada comunidade dentro desta rede social, formada por pessoas que gostam de ler e compartilhar suas impressões sobre as leituras através de vídeos. Nos demais canais existentes no YouTube, os responsáveis pelo conteúdo são denominados youtubers. Quando esse canal está relacionado à cultura literária, tais pessoas são denominadas booktubers. Deste modo, um booktube é um canal literário, um lugar no YouTube onde o conteúdo produzido e publicado possui relação – direta ou indireta – com a cultura literária. É um espaço no qual o diálogo é norteador pelas leituras realizadas, autores preferidos, eventos literários frequentados, pelas reflexões que o contato com a literatura oferta, entre outras possibilidades relacionadas ao consumo cultural. O booktuber, por sua vez, é o responsável pelo conteúdo do canal.

Há uma diversidade de conteúdos que compõem os booktubes, assim como uma diversidade de estratégias de conexão para a constituição de redes sociais e de expressões próprias desta comunidade. Ressalto, porém, que para ser considerado um booktube, é preciso que haja uma continuidade de conteúdos relacionados aos livros e/ou ao universo literário. Vídeos

esporádicos sobre livros ou leituras em canais de outros segmentos não os caracterizam enquanto booktube nesta análise. Este, na definição dos booktubers brasileiros, “tem como objetivo popularizar o hábito da leitura entre os jovens com vídeos cheios de criatividade e bom humor” (Eduardo Cilto²), liga “pessoas a livros” (Tatiana Feltrin³), é um local onde se fala sobre o que se gosta (Pam Gonçalves⁴, Bel Rodrigues⁵), onde se compartilha um pouco do mundo de quem o faz (Bárbara Matsuda⁶), onde o tema da conversa é a cultura literária, mas também a cultura pop e a cultura geek/nerd (Victor Almeida⁷).

Não se sabe ao certo quem foi a primeira pessoa a falar sobre livros no YouTube. Contudo, acredita-se que os primeiros booktubers são de origem inglesa ou americana. Navarro (2014, online) alega que foi no Reino Unido onde se originou o conceito booktube. Lemus (2014, online), por sua vez, declara que a prática de falar sobre livros no YouTube começou nos Estados Unidos. Os booktubers americanos teriam se originado a partir dos vídeos de mulheres que falavam sobre suas compras, lugares que conheciam, maquiagens que faziam, entre outros temas ligados ao universo feminino. Uma prática que se proliferou a partir de 2007, possivelmente configurando os primeiros comentários em vídeo.

Tecnicamente, a primeira pessoa a falar sobre livros no YouTube no Brasil foi a youtuber de moda

2 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/Perdidonoslivros>>. Acesso em: 01 out. 2017.

3 Disponível em: <<https://goo.gl/FoPsVL>>. Acesso em: 01 out. 2017.

4 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/TvGarotait>>. Acesso em: 01 out. 2017.

5 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/alguminfinito>>. Acesso em: 01 out. 2017.

6 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/letrasdebatom>>. Acesso em: 01 out. 2017.

7 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/thegeekfreakTV>>. Acesso em: 01 out. 2017.

Mari Santarem (canal Viiiixxen⁸) ao postar, no dia 27 de maio de 2009, o vídeo Livros! - Maio/2009⁹, cerca de dois meses antes do primeiro vídeo da Tatiana Feltrin, postado no dia 31 de julho de 2009¹⁰. Ambas deletaram seus vídeos antigos sobre livros. Contudo, Tatiana Feltrin é considerada a primeira booktuber brasileira porque seu primeiro vídeo deu início a um canal dedicado à cultura literária. Já o vídeo postado por Mari Santarem foi feito de forma esporádica, uma vez que o tema central do seu canal é moda e maquiagem.

No México, a prática de falar sobre livros no YouTube também se prolifera. Os booktubers mexicanos possuem uma página no Facebook¹¹ na qual divulgam seus vídeos, reportagens e eventos que participam. Considerados como um “fenômeno”, uma “nova geração de leitores” e como a nova crítica literária pela imprensa do país, os booktubers mexicanos estão chamando a atenção e marcando presença em eventos que discutem literatura, juntamente com professores, estudiosos e bibliotecários. Un Lector Nocturno¹², Las palabras de Fa¹³, Hola qué lee¹⁴ são alguns dos canais literários que se destacam.

Já sobre os booktubers chilenos, Lemus (2014, online) observa que estes estão desafiando os estudos que afirmam que os jovens leem apenas por obrigação. Estes jovens não só leem, como fazem resenhas em vídeos que são postados na internet. Conta a história de Erick Urrutia, um jovem

8 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/viiiixxen>>. Acesso em: 20 set. 2016.

9 Disponível em: <<https://youtu.be/IuI6g8-kiRY>>. Acesso em: 20 set. 2016.

10 Disponível em: <<https://youtu.be/rRjMmldWwF8>>. Acesso em: 20 set. 2016.

11 Disponível em: <[facebook/BooktubeMexico](https://facebook.com/BooktubeMexico)>. Acesso em: 06 jul. 2014.

12 Disponível em: <<https://goo.gl/dCJchO>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

13 Disponível em: <<https://goo.gl/vw4m89>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

14 Disponível em: <<https://goo.gl/9pbu9T>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

que lia somente aquilo que a escola lhe pedia, sem desfrutar do prazer da leitura. Isso mudou quando Erick ganhou de seu pai o livro *Coração de Tinta* (Cornelia Funke). A partir disto, passou a se interessar por literatura e a comprar livros para compor a sua biblioteca, que hoje conta com mais de duzentos títulos. Além de comprar e ler os livros, o jovem começou a fazer resenhas em vídeo sobre as obras que lia e a postá-las no YouTube. Ele teve a ideia depois de procurar na plataforma o trailer sobre o filme *As vantagens de ser invisível* e encontrar o vídeo de um menino mexicano falando suas percepções sobre o livro. A Argentina também possui uma fanpage destinada aos booktubers, além de um grupo fechado, contabilizando 910 membros. Os booktubers da Itália, de Portugal e dos Estados Unidos também possuem fanpages no Facebook.

Sobre os booktubers brasileiros, Lucchese (2014, online) nota a falta de pompa e a intimidade com que estes falam sobre livros. Entrevista Tatiana Feltrin, Patrícia Pirota e a Verônica Valadares, booktubers com considerável relevância e notável número de inscrições no YouTube. Tatiana Feltrin destaca: “qualquer um que tenha uma câmera e acesso à rede pode começar um canal no YouTube. Pode dar sua opinião sobre determinado assunto sem precisar ser o dono da verdade”. Patrícia Pirota declara: “no YouTube, posso deixar formalidades e sistematizações de lado e falar como leitora, simplesmente. E isso é muito gostoso, essa liberdade de me expressar, o sentimento de que, em algum lugar, alguém vai aproveitar o que eu digo e compartilhar comigo sua opinião”.

As entrevistadas ressaltam que, apesar de os booktubers despertarem um grande interesse do mercado editorial e de que algumas delas possuem parcerias com editoras, os canais literários não são

vistos como uma fonte de renda, mas sim, como uma diversão. Tatiana conclui: “quando não houver mais diversão, eu paro”. Posteriormente, outras matérias e reportagens foram veiculadas sobre os booktubers¹⁵, incluindo entrevistas comigo¹⁶. A partir de tais informações, compreendo que há booktubers espalhados por muitos países; logo, trata-se de um fenômeno mundial. Alguns contam com uma maior quantidade de integrantes, outros com menor e cada um com suas peculiaridades e características em comum, sendo que, a principal delas é o gosto pela leitura e o desejo de conversar com outras pessoas sobre os sentimentos e impressões que surgiram durante este processo, uma conversa informal que é mediada através dos vídeos. Dentro deste campo, meu foco são os

15 Os booktubers são definidos por Mansur (2015, online) como fãs de literatura que possuem o hábito da leitura como um hobby, compartilhando suas opiniões e impressões através de vídeos no YouTube. Na entrevista, a booktuber Verônica Valadares (canal Vevs Valadares) afirma que, com os booktubers, a “leitura está sendo desmistificada”. Mari Gastal (canal Respira, Mariana!) comenta que os vídeos estão incentivando o hábito da leitura, criando novos leitores: “já recebi incontáveis mensagens de diferentes pessoas dizendo que começaram a ler, ou a ler mais, por causa dos vídeos do canal”. Rita Araújo complementa: “acredito que novos leitores podem despertar depois de encontrar um livro que ‘converse’ com ele profundamente”. Segundo reportagens do TodaTeen, Bom dia Brasil e G1 em 1 Minuto, os booktubers são um dos sucessos dos eventos literários, tais como a Bienal do Livro do Rio de Janeiro e de São Paulo. Em entrevista à Oliveira (2016, online), a editora do selo Galera (Record), Ana Lima, declara que o mercado infanto-juvenil está sendo transformado através dos booktubers: “o livro jovem não tem espaço na mídia tradicional, sempre foi o patinho feio da literatura. Vende muito, mas ninguém fala no assunto. Para mim foi ótimo, porque a opinião dos youtubers vale mais para nosso público do que a mídia tradicional”. Victor Almeida afirma à Oliveira (2016, online) que o canal exige esforço por parte do leitor, mas que este é recompensado pelas amizades que surgem através dos vídeos: “a comunidade de booktubers é muito unida. Quando você faz um canal, conhece muita gente. De tempos em tempos, fazemos encontros entre youtubers e fãs. Teve uma vez em que reunimos 500 pessoas”.

16 Disponível em: <<https://goo.gl/YsFeul>>. Acesso em: 20 set. 2016. Booktuber, livros e afins. Disponível em: <https://issuu.com/claudiabomfaz/docs/revista_o_qi__4_-_final_vers__o_iss>. Acesso em: 20 set. 2016.

booktubers brasileiros.

O booktube é apreendido enquanto comunidade por razão de alguns fatores. O primeiro – e, ao meu ver, o primordial – é que os próprios booktubers se percebem e se intitulam como integrantes de uma comunidade. Este aspecto pode ser percebido por meio de comentários em entrevistas; do conteúdo dos vídeos, como percebidos em relatos sobre o movimento #valorizeobooktube, onde falava-se sobre a comunidade como um todo; por meio das descrições dos canais – Bem-Vindos! Meu nome é Victoria, e sou conhecida como Vickie na comunidade – e através dos comentários dos booktubers em outras redes sociais, como o Twitter.

Para além disso, é possível perceber os elementos constitutivos de comunidades virtuais presentes no booktube: a comunidade é formada a partir da afinidade proporcionada por um determinado interesse – a cultura literária. Em outras palavras, é formada por pessoas que gostam de ler e estão no YouTube produzindo/ consumindo conteúdo relacionado a esta prática. Aqueles que compõem tal comunidade estão em relação mútua, partilham pertencimento promovendo conversações públicas contínuas e constantes dentro do YouTube. Este pertencimento é uma opção: o booktuber optou por pertencer e participar. Esta rede social é o núcleo central das interações e relações da comunidade, mas elas não se findam aqui. As conversações, os encontros e as interações acontecem tanto em outras redes sociais, como o Twitter, o Facebook e o Snap, quanto em ambientes físicos, de forma presencial.

Os booktubers partilham experiências e vivências, nutrindo a comunidade ao passo

que também encontram apoio e amizade nesta. Destaco, entretanto, uma característica crucial na comunidade booktube que não é observada de modo similar em comunidades que não utilizam o YouTube: a presença do corpo em movimento. Refletindo sobre as comunidades virtuais, Palacios (1996, p. 5) alega que a sociabilidade presente nestas é desencarnada da imagem, “independente de um corpo físico”. Tal afirmação é invalidada quando a comunidade se utiliza do vídeo como meio para estabelecer relações. No booktube, o corpo é elemento chave, pois comunica de forma verbal e gestual. As expressões dos booktubers são tão importantes quanto aquilo que falam.

O booktube também apresenta alguns aspectos destacados por Sá (2001). Por mais que a comunidade tenha núcleos de amizade consolidados, percebidos por meio das interações entre seus integrantes, esta não é um espaço isento de controvérsias e conflitos. Não se trata, deste modo, de uma comunidade criada a partir da utopia de “paz e amor” proposta por Rheingold (1996). A administração entre os interesses coletivos e os interesses individuais está em contínua tensão dentro da comunidade que, algumas vezes, divide-se em opiniões divergentes.

Há também comentários em outras redes sociais sobre booktubers que dão “close errado” em vídeos. Ou seja, que pisam na bola. Entendo, deste modo, que a comunidade é formada tanto por afeto e reciprocidade quanto por conflitos, fato comum em qualquer tipo de comunidade. No âmbito digital, a liberdade de expressão promovida pela rede por vezes permite casos particulares de comentários pejorativos e agressivos. Segundo Sá (2001, p. 13), “a alardeada desinibição pode levar tanto ao desenvolvimento de intimidade e amizades quanto à agressividade e desrespeito

maior nos participantes – que se sentem à vontade, protegidos pelo anonimato da rede”. Este aspecto é observado, sendo que a agressividade pode estar vinculada à repulsa ao gosto do outro.

A comunidade booktube é formada por laços sociais, atuando como uma forma de conexão entre seus participantes. De acordo com Wellman (2001, p. 4), os laços sociais são relações específicas, como contatos frequentes, proximidade, troca e fluxo de informações, suporte emocional ou conflitos. É por meio da interconexão destes laços que é possível perceber como se estabelece a estrutura de um sistema social. Seus padrões organizam sistemas de cooperação, trocas, conflitos, dependência e controles. Estes laços podem ser fracos ou fortes, mas ambos são necessários para a existência e a dinâmica da comunidade.

A força dos laços depende da combinação de intimidade – entendida enquanto confiança mútua –, quantidade de tempo investido nas relações, intensidade das emoções empregadas e reciprocidade (RECUERO, 2009, p. 41). Os laços fracos – as relações com menor grau de intimidade e afetividade – são necessários para a comunidade, uma vez que promove trocas entre todos os seus membros, e não os confina a pequenos núcleos, promovendo o fluxo de informações e ideais sem isolar o grupo em opiniões similares, pois revela que outras pessoas pensam diferente. São os laços fracos que unem os núcleos de amizade entre os booktubers, tornando-os uma comunidade. A variedade de laços é o meio de acesso a uma variedade de pessoas dentro e fora da comunidade (WELLMAN; GULIA, 1999, p. 342). Os laços fracos revelam a diversidade presente no booktube, uma comunidade que, mesmo diversa, é concisa.

Por meio dos laços fortes percebo uma maior intimidade, reciprocidade, interação,

emoção – tais como amizades e afetos –, e tempo compartilhado entre os membros da comunidade. Através destes, é possível visualizar núcleos consolidados de amizade e afetividade dentro do booktube. Esses núcleos tornam-se visíveis, essencialmente, através de três formas: por meio das Tag's – quando um booktuber tagueia ou é tagueado por booktubers próximos –, das recomendações personalizadas nos canais (Figura 2), e das participações conjuntas em vídeo ou em eventos literários (Figura 3). A primeira recomendação de Tatiana Feltrin é a booktuber Patrícia Pirola, esta aparece no vídeo de socialização de Tatiana – está no meio, vestida de preto e abraçando Juliana Gervason (ex-booktuber do canal O batom de Clarice). A segunda recomendação de Eduardo Cilto é Igor Soares, que está ao seu lado no vídeo de socialização da Figura 3.

O vídeo de socialização de Victor Almeida, por sua vez, é um hangouts entre ele, Vitor Martins, Mayra e Thereza Andrada com Paulo Ratz, booktubers recomendados e denominados como “gente do amô”. Juliana Gervason e Patrícia Pirola se conheceram em 2011 através de seus antigos blogs literários, começaram a interagir sobre leitura no Twitter e tornaram-se amigas. Juliana Gervason recomendou para Patrícia Pirola os vídeos de Tatiana Feltrin, as duas começaram a fazer vídeos e acabaram tornando-se amigas da booktuber. As três se conheceram por meio dos livros, conversando sobre leituras. Victor Almeida também conheceu os booktubers através da comunidade e de eventos literários. Já Eduardo Cilto não nos revela como conheceu Igor Soares, mas relata que este é o amigo que melhor lhe conhece.



Figura 1: Tweets sobre a comunidade booktube.
Fonte: Twitter.

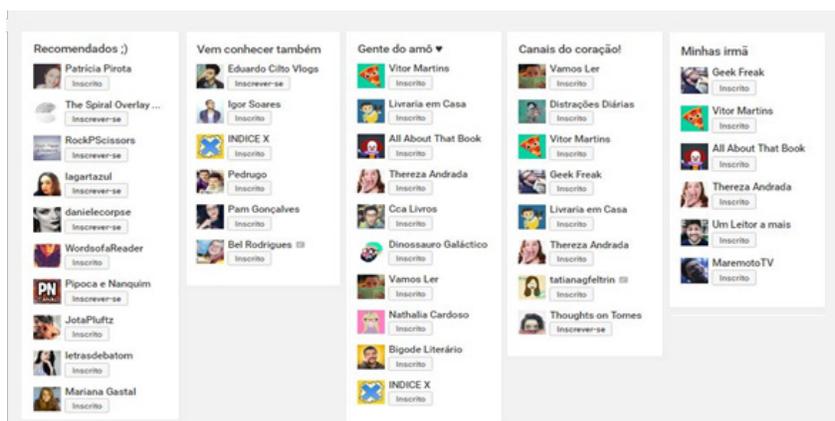


Figura 2: Recomendações de Tatiana, Eduardo, Victor, Mayra e Paulo.
Fonte: YouTube.



Dentre os 11 anos do YouTube, 8 foram vivenciados pelos booktubers por mim analisados. Estes leitores foram testemunhas do desenvolvimento tecnológico e cultural da plataforma, aprenderam a gerir o canal no decorrer de suas transformações. Foram aprendendo, a cada atualização, o que poderia e o que não poderia ser feito a partir da arquitetura e do design do sistema, assim como a partir de sua própria experiência e criatividade. No decorrer dos anos, a própria relação entre os seguidores e os booktubers modificou-se em alguns aspectos. Segundo Tatiana Feltrin, conforme o passar dos anos, a cobrança sobre o conteúdo dos seus vídeos se asseverava mais, uma vez que ela se tornava uma formadora de opinião:

[...] o que eu notei, assim, depois dos 30, [...] é que nós somos mais cobradas nessa faixa com relação àquela coisa de nós sermos formadores de opinião, então eu sinto que eu sou mais cobrada quando eu digo que alguma coisa é ruim, eu não posso dizer assim 'é ruim!', eu tenho que dizer 'não foi tão bom'. Se eu disser que é ruim aparece um monte de comentário 'ahhh você não pode dizer isso, você é formadora de opinião'.



Figura 3: Frames de vídeos de socialização com Tatiana, Eduardo e Victor.

Fonte: YouTube.

Durante minha pesquisa, percebi que 94% (548) dos canais coletados são produzidos e geridos por apenas uma pessoa, 1% (2) são produzidos e geridos por seis pessoas ou mais e 5% (30) por duas pessoas. Entre os canais geridos por duplas, alguns são amigos, como Thábata e Susana (canal Dopamina literária¹⁷); alguns são casais, como Pedro e Hugo (canal Pedrugo¹⁸) e Juliana e Jefferson (canal Romeu Julieta¹⁹); e outros são pais e filhos, como Dayse e Francisco (mãe e filho), do canal A cigarra e a Formiga²⁰ e Rafael e Miguel (pai e filho), do canal A família Palmito²¹. Nestes dois últimos, os vídeos são dedicados essencialmente à literatura infantil, nos quais o adulto apresenta a obra e explica seu conteúdo e relevância, enquanto a criança explana sobre suas impressões acerca da leitura, dos personagens ou do livro enquanto objeto físico – ora em conjunto no vídeo, ora em momentos alternados. Nos demais canais compartilhados, o conteúdo é formado por uma mescla entre vídeos individuais e vídeos coletivos.

Miguel e Francisco são booktubers mirins,

17 Disponível em: <<https://goo.gl/xljHhi>>. Acesso em: 20 set. 2016.

18 Disponível em: <<https://goo.gl/ZYefYy>>. Acesso em: 20 set. 2016.

19 Disponível em: <<https://goo.gl/CSPFsT>>. Acesso em: 20 set. 2016.

20 Disponível em: <<https://goo.gl/A09Zto>>. Acesso em: 20 set. 2016.

21 Disponível em: <<https://goo.gl/fos6UT>>. Acesso em: 20 set. 2016.

assim como outros 21 booktubers localizados durante a coleta de dados. Os vídeos geralmente são curtos, neles as crianças falam sobre livros infantis e juvenis; poucos são aqueles que possuem qualidade de imagem e áudio. Os que possuem, é notório que o canal é desenvolvido com a ajuda de um adulto, mas este não aparece nos vídeos ou é mencionado nas descrições do canal. As crianças apresentam desenvoltura com a câmera, expressão corporal adequada ao contexto, demonstrando ter consciência das expressões verbais e trejeitos de um booktuber. Declarações como “olá pessoal, tudo bem?”, “tchau pessoal, se inscreva no nosso canal [...] e comente” são corriqueiramente utilizadas pelas crianças.

A diferença entre os canais com apenas os booktubers mirins e os canais entre estes e seus pais é que, no primeiro caso, além de não haver uma preocupação com a estética do vídeo ou com um roteiro de apresentação do livro – na maioria das vezes –, o vídeo é direcionado para uma criança leitora a partir de uma linguagem infanto-juvenil. São crianças conversando com outras crianças sobre livros e histórias através dos vídeos. Já nos canais em que os pais participam, há uma preocupação com a qualidade de imagem e som, uma conversa mais estruturada e “roteirizada”, assim como parcerias com editoras de livros infantis, como no caso do canal A cigarra e a Formiga. Nestes dois booktubes, a conversa é direcionada tanto para crianças quanto para pais que buscam sugestões e dicas de leituras para os seus filhos.

Considerações finais

Penso que uma das consequências da leitura é a abertura para o outro e para novas formas de sociabilidade, compartilhando e conversando sobre livros. Através desta “rede de sociabilidade”, as

possibilidades são múltiplas, ampliando relações e criando novos convívios. O livro – objeto e conteúdo – instiga a socialização desde sua criação, e os meios por onde esta prática acontece vêm evoluindo em conjunto com a tecnologia. Por mais que a leitura seja uma prática solitária, está longe de ser uma prática que isola o leitor da sociedade. Este gesto introvertido faz com que o leitor descubra o quanto pode estar próximo das pessoas, tanto as que conhece nos livros quanto as que conhece através deste. Ao ler, o leitor abre-se para o outro, pois se identifica e coloca-se em seu “lugar de experiência” (PETIT, 2008, p. 101).

As dinâmicas que envolvem a comunidade aqui analisada e seus membros revelam novas formas de expressão e desdobramentos criativos produzidos por leitores integrantes de uma sociedade tecnologicamente mais desenvolvida. Leitores presentes nas redes sociais sem que isso signifique o abandono do livro enquanto objeto. O booktube mostra-se como um lugar onde a literatura é usufruída, refletida e compartilhada de leitor para leitor. Iser (1999) ressalta que o leitor de literatura possui a necessidade de falar sobre o seu processo de leitura a fim de entender o que aconteceu durante este. Na comunidade booktube essa conversa é potencializada, diversificando-se em distintas possibilidades.

Referências

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

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

ISER, Wolfgang. O ato da leitura: uma teoria do efeito estético. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEMOS, André; Lévy, Pierre. O futuro da internet. São Paulo: Paulus, 2010.

PALÁCIOS, Marcos. Cotidiano e Sociabilidade no Ciberespaço: Apontamentos para Discussão. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José (Org.). O Indivíduo e as Mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

PETIT, Michèle. Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva. São Paulo: Editora 34, 2008.

RECUERO, Raquel da Cunha. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, Howard. A comunidade virtual. Lisboa: Grávida, 1996.

RHEINGOLD, Howard. Rethinking Virtual Communities. 2000. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/VirtualCommunity.html>>. Acesso em: 10 out. 2012.

SÁ, Simone Pereira de. Utopias comunais em rede: discutindo a noção de comunidade virtual. In: X ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Anais eletrônicos. Brasília, 2001.

WELLMAN, Barry; GULIA, Milena. Net-Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities. In: WELLMAN, Barry. (Org.). Networks in the Global Village: United States of America: Westview Press, 1999.

WELLMAN, Barry; GULIA, Milena. Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking. International Journal of Urban and Regional Research, v. 25, n. 22, p. 227-252, 2001.

