

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**Gilson Peres Tosta da Silva**

**Sobre o Lúdico no Ciberativismo:**

Affordances percebidas pelas comunidades de fãs na cultura pop.

**Juiz de Fora**

**2018**

**Gilson Peres Tosta da Silva**

**Sobre o Lúdico no Ciberativismo:**

Affordances percebidas pelas comunidades de fãs na cultura pop.

Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em Comunicação, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta

Coorientador: Prof. Dr. Aluizio Ramos Trinta

**Juiz de Fora  
2018**

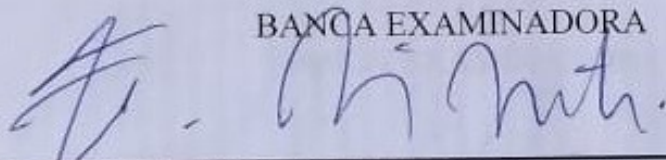
Gilson Peres Tosta da Silva

**Sobre o lúdico no Ciberativismo:  
Affordances percebidas pelas comunidades de fãs na cultura pop.**

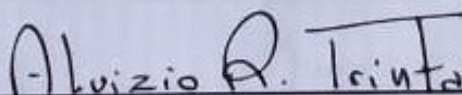
Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em Comunicação, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de mestre.

Aprovado em 06 de DEZEMBRO de 2018

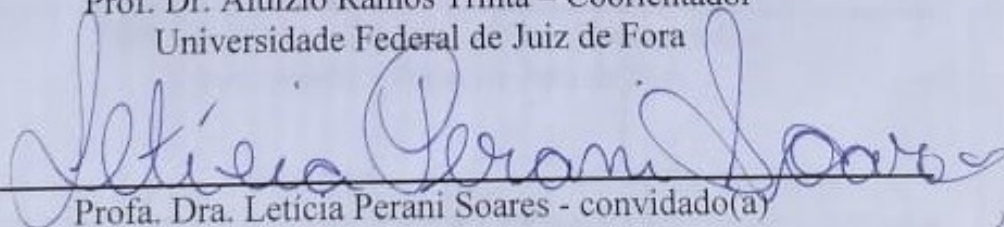
BANCA EXAMINADORA



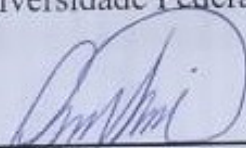
Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta – Orientador  
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Aluizio Ramos Trinta – Coorientador  
Universidade Federal de Juiz de Fora



Profa. Dra. Leticia Perani Soares - convidado(a)  
Universidade Federal de Juiz de Fora



Profa. Dra. Alessandra Cristina da Silva Maia Cardoso Monteiro – convidado(a)  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF,

com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Silva, Gilson Peres Tosta da.

Sobre o Lúdico no Ciberativismo: : Affordances percebidas pelas comunidades de fãs na cultura pop. / Gilson Peres Tosta da Silva. - 2018.

127 p. : il.

Orientador: Francisco José Paoliello Pimenta

Coorientador: Aluizio Ramos Trinta

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2018.

1. Redes Sociais. 2. Convergência de Mídias. 3. Cultura Pop. 4. Cultura de Fãs. 5. Ciberativismo. I. Pimenta, Francisco José Paoliello, orient. II. Trinta, Aluizio Ramos, coorient. III. Título.

A Marília Carvalho, por tudo que representou pra mim durante todo este percurso.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Gilberto Antunes e Denise Peres, pois, sem eles, eu jamais teria chegado aonde cheguei. Também agradeço imensamente à Marília, pois foi quem mais esteve ao meu lado durante toda a jornada necessária para que este trabalho se concretizasse.

Agradecimentos especiais também a Márcia Roberto, José Reis, Lucas Pullig, Ian Baptista, Denilson Peres e vários outros amigos queridos que, cada um ao seu modo, me deram a força e incentivo para continuar.

Meu muitíssimo obrigado a quem, de dentro da academia, de algum modo, contribuiu imensamente para este projeto: Aluizio Trinta, Letícia Perani, Alessandra Maia, Potiguara Mendes, Pedro Lima, Raphael Pires e Naiara Castro.

Meus sinceros agradecimentos também ao meu orientador, Chico Pimenta, que me permitiu a liberdade que me é tão valiosa para que eu pudesse, como ele mesmo diz, “voar sozinho” neste projeto.

Por fim, meu muitíssimo obrigado a toda a comunidade “Vida de Treinador” que serviu de estudo de caso para este trabalho.

“Não somos melhores do que o universo, somos parte dele”.

(Neil deGrasse Tyson, 2011)

## RESUMO

Observamos na contemporaneidade o desenvolvimento de novos meios de comunicação que combinam ubiquidade, imersão e velocidade impactando consideravelmente a cultura. Esses novos meios propiciam os instrumentos para uma nova configuração de trocas simbólicas em relações sociais diversas. Com isso, novas elaborações surgem e influenciam diversos âmbitos da cultura. Em contexto nacional, as constantes instabilidades políticas servem de propulsor para novas formas de ativismo político vinculadas às mídias sociais. Dentro disso, as comunidades de fãs demonstram potencial no que diz respeito ao uso da cultura pop como instrumento para um ciberativismo. O presente trabalho, embasado em uma combinação dos estudos de Marshall McLuhan com o conceito de Affordance desenvolvido por James. J. Gibson, visa analisar se as comunidades de fãs, usando conteúdos da cultura pop como forma de ativismo, podem influenciar seus membros a terem comportamentos mais ativistas social ou politicamente, seja de forma direta ou indireta. Para tal, foi feito um estudo de caso com a página Vida de Treinador, criada no Facebook por fãs da franquia Pokémon e que criam conteúdos ativistas. Este estudo foi sustentado por um questionário impessoal desenvolvido em plataforma online para o público que acompanha a página. A hipótese levantada é de que a maior parte dos seguidores consomem e compartilham conteúdos ativistas sem notar, estando vinculados principalmente à comunidade de fãs, tornando-se assim mais engajados em assuntos ativistas de modo indireto.

Palavras-chave: Redes sociais. Convergência de mídias. Cultura Pop. Cultura de fãs. Ciberativismo.



## **ABSTRACT**

We observe contemporaneously the development of new media that combine ubiquity, immersion and speed with a considerable impact on culture. These new means provide the instruments for a new configuration of symbolic exchanges in diverse social relations. With this, new elaborations arise and influence different spheres of culture. In the national context, the constant political instabilities serve as propeller for new forms of political activism linked to social media. Within this, fan communities demonstrate potential in using pop culture as a tool for cyber-activism. The present work, based on a combination of the studies of Marshall McLuhan with the concept of Affordance developed by James. J. Gibson, aims to analyze whether fan communities, using pop culture content as a form of activism, can influence their members to engage in more politically active behaviors, either directly or indirectly. For that, a case study was made with the Life of Coach page, page created in Facebook by fans of the Pokémon franchise and that create activist contents. This study was supported by an impersonal questionnaire developed in online platform for the public that accompanies the page. The hypothesis is that most followers consume and share activist content without noticing, being primarily tied to the fan community, thus becoming more engaged in activist issues in an indirect way.

**Keywords:** Social networks. Convergence of media. Pop Culture. Fan culture. Ciberativism.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Meme: “Aquele Golpe Famoso” .....	94
Figura 2 – Fórmula de cálculo amostral.....	95
Figura 3 – Faixa etária dos entrevistados .....	96
Figura 4 – Acompanhamento da situação política do país .....	97
Figura 5 – Meme: “Todo dia mais bicha” .....	98
Figura 6 - Percepção sobre o conteúdo geral da página, grupo 1 .....	99
Figura 7 – Meme: “Golpes do tipo sombrio” .....	100
Figura 8 - Percepção sobre uma postagem da página”.....	101
Figura 9 - Preferência de conteúdo.....	103
Figura 10 - Motivação para acompanhar a página.....	104
Figura 11 - Tipos de compartilhamento de postagens.....	106
Figura 12 – Meme: “Dia dos pais.....	109

## SUMÁRIO

<b>1 APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
2.1 REDES SOCIAIS E ATIVISMO NA INTERNET .....	14
2.2 <i>GESTALT</i> , MCLUHAN E <i>AFFORDANCES</i> .....	16
2.3 FACEBOOK ENQUANTO FERRAMENTA CONVERGENTE .....	20
2.4 FANDOM E CIBERATIVISMO .....	24
2.5 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA DO TRABALHO .....	27
<b>3 PROCESSOS PERCEPTIVOS HUMANOS .....</b>	<b>30</b>
3.1 PROCESSO PSICOLÓGICO BÁSICO DA PERCEPÇÃO .....	30
3.2 <i>GESTALT</i> , FIGURA/FUNDO E MARSHALL MCLUHAN .....	34
3.3 A RELAÇÃO ENTRE PESSOA E AMBIENTE.....	38
<b>4 ATIVISMO POLÍTICO E OS MOVIMENTOS SOCIAIS .....</b>	<b>45</b>
4.1 UM PARÂMETRO HISTÓRICO SOBRE O ATIVISMO MODERNO.....	45
4.2 O IMPACTO DAS PASSEATAS DE 2013.....	56
<b>5 CONVERGÊNCIA, MÍDIAS SOCIAIS E A INTERNET .....</b>	<b>61</b>
5.1 BREVE HISTÓRIA DA INTERNET.....	61
5.2 REDES SOCIAIS ONLINE E A LÓGICA DA INTELIGÊNCIA COLETIVA .....	65
5.3 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS E O SEU IMPACTO CULTURAL .....	72
5.4 FANDOM ENQUANTO COMUNIDADE PRODUTIVA E TRANSFORMADORA....	78
<b>6 MÍDIAS SOCIAIS COMO INSTRUMENTO POLÍTICO E LÚDICO .....</b>	<b>83</b>
6.1 CIBERESPAÇO COMO NOVA PLATAFORMA POLÍTICA .....	83
6.2 OS MEMES ENQUANTO ASPECTOS LÚDICOS DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	89
<b>7 “VIDA DE TREINADOR”: UM ESTUDO DE CASO.....</b>	<b>93</b>
7.1 INFORMAÇÕES BÁSICAS.....	95
7.2 A PERCEPÇÃO DOS SEGUIDORES .....	97
7.3 A MOTIVAÇÃO DOS SEGUIDORES.....	102
7.4 O ENGAJAMENTO DO SEGUIDORES.....	105
7.5 A RELAÇÃO DOS SEGUIDORES COM COMPORTAMENTOS ATIVISTAS.....	107
<b>8 CONCLUSÃO: A FUNÇÃO DO CIBERATIVISMO DE FÃS.....</b>	<b>108</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>119</b>
ANEXO A – QUESTIONÁRIO ONLINE: PERGUNTAS GERAIS.....	119

ANEXO B – PERGUNTAS DO GRUPO 1.....	121
ANEXO C – PERGUNTAS DO GRUPO 2.....	123
ANEXO D – CONVERSA COM ORGANIZADORES.....	126

## 1 APRESENTAÇÃO

Muitos me perguntaram ao longo destes dois anos de pesquisa os motivos pelos quais um psicólogo foi se aventurar na área da Comunicação para conseguir o título de mestre. Sempre fico surpreso com esse questionamento num primeiro momento, pois, para mim, Psicologia e Comunicação são ciências irmãs que jamais deveriam ser desvinculadas, somente afastadas por motivos metodológicos. Mas ao invés de entrar neste mérito, gosto sempre de traçar meu percurso acadêmico a fim de explicar para todos como enxergo esta aproximação das duas áreas.

Antes de qualquer coisa, sou um jovem dos anos 1990. Cresci em meio ao boom da internet, meu primeiro computador pessoal foi com internet discada e minha adolescência foi permeada das primeiras mídias sociais, jogos online e fóruns de discussão. Então quando cheguei à graduação e vi os respeitáveis professores somente criticando as novas tecnologias e afirmando seus malefícios, me vi em uma situação complicada, pois não era aquela a minha vivência.

Em minha graduação em psicologia, estudei diversas disciplinas diferenciadas da grade curricular tradicional de minha área. Algumas delas me cativaram bastante como “Novas Tecnologias e Hiperfídia”, “Psicologia da Comunicação” e “Psicologia, Publicidade e Propaganda”. Essas disciplinas, ministradas por pessoas que não eram formadas em psicologia, me mostravam óticas as quais me eram mais aceitáveis do que as que tinha contato em minha área de estudos original. Com isso, participei de alguns projetos durante a graduação que, propositalmente ou não, vinculavam psicologia e novas tecnologias.

Com isso, após trabalhar em uma pesquisa sobre o impacto de um novo software interativo como ajuda no tratamento de tabagistas e participar de um estudo de caso que avaliou a influência de um curso de informática na diminuição dos problemas de memória de um grupo de idosos, cheguei ao ápice da minha graduação com meu trabalho de conclusão de curso: As possíveis contribuições das redes sociais mediadas pela internet nos relacionamentos amorosos. Com grau máximo de aprovação, o caminho lógico a se seguir era o do mestrado.

O caminho após isso; acredito que já sabemos, afinal, estou aqui com minha dissertação fruto de uma pesquisa de dois anos que, mais uma vez, analisa o comportamento humano em relação às novas tecnologias da informação. Assim, quando me perguntam atualmente o porquê dessa mescla de áreas, repondo que, no contexto atual, um psicólogo não levar em consideração o fenômeno comunicacional que vivemos em suas análises, é perder, no mínimo, metade do fenômeno que ele chama de “ser humano”.

## 2 INTRODUÇÃO

Diversas são as tentativas de conceituação da internet, visto sua crescente importância e participação na cultura atual. Ela é considerada uma quase imensurável rede interligada de informações, a qual envolve praticamente todo o planeta. Pierre Lèvy (1993) nos mostra que as relações do sujeito com o seu trabalho e a forma dele utilizar e desenvolver sua inteligência estão diretamente ligadas aos diversos dispositivos informacionais disponíveis na vida dele, de maneira direta ou não. Nesse contexto, desde a escrita e a leitura até a visão, a audição e o processo de criação são capturados pela informática e, conseqüentemente, pela internet. Esses elementos são potencializados de uma forma quase sem precedentes em nossa cultura contemporânea.

A sociedade e seus modos de se comunicar apresentam uma relação dialética diretamente ligada à cultura vigente, desse modo, se configurando numa teia de relações multifacetadas onde os meios influenciam a sociedade que, por sua vez, dita de certo modo como esses meios devem se configurar. Nessa relação, observa-se que a contemporaneidade retrata uma nova forma de pensar e se relacionar que se liga diretamente às novas tecnologias da informação (LÈVY, 1993). Nesse sentido, no contexto das mídias sociais, as relações interpessoais se modificam se tornando cada vez mais intrínsecas a essas tecnologias, inaugurando novos palcos de expressividade social interligados num fluxo de informação constante (JENKINS, 2009). Essas novas configurações, mesmo que não sejam totalmente originais, utilizam de tecnologias ubíquas que vencem distâncias físicas e criam novas possibilidades de conexão muito mais móveis (SANTAELLA, 2013).

Com o surgimento e popularização da internet, houve a criação de novos ambientes nos quais essas trocas entre atores podem ser feitas por meio do chamado ciberespaço<sup>1</sup> (CASTELLS, 1999a). Uma vez que as redes sociais são formadas por meio dos seus pontos básicos compostos pelos atores, suas conexões (RECUERO, 2009) e aquilo que sucede dessa relação, assim também o são as novas formas de rede, diferenciando-se das redes sociais “clássicas” pelo fato de funcionarem em um espaço/tempo parcialmente diferente do real (CASTELLS, 1999b).

Nessa direção, Manuel Castells (1999) ressalta a importância dos meios de comunicação ao afirmar que a comunicação molda a cultura uma vez que “(...) nós não vemos

---

<sup>1</sup> Um meio de comunicação atinge o status de lugar e, assim, de ciberespaço, quando ele propicia a possibilidade de mergulho nas imagens disponibilizadas virtualmente. A formação de um “espaço virtual” se dá pela imersão nas imagens na tela do computador, tablet, smarthphone ou outro meio de acessar a web. (DORNELLES, 2004).

a realidade como ela é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura” (CASTELLS, 1999. p.282). A frase de Castells nos remete a uma realidade que Jenkins (2009) retrata em sua obra, a da Convergência das Mídias, onde nossas linguagens e formas de se comunicar estão se modificando de tal modo que a própria cultura também é modificada ao seu redor. Essa convergência seria o fluxo de conteúdos por meio de múltiplas plataformas de mídia, o qual gera um comportamento migratório do público mudando assim a forma como as pessoas consomem a mídia e até apreendem o mundo ao seu redor (JENKINS, 2009).

É importante ressaltar também que, para além da mera relação entre mídia e consumidor, a convergência modifica também a forma do sujeito atuar em sociedade, o modo como ele constrói seus argumentos e seus pensamentos e também o modo como ele produz novos conteúdos. Com isso, o sujeito inserido na atual cultura da convergência de mídias é muito mais ativo do que no século passado, quando a televisão era a principal fonte de informação. Na contemporaneidade, produtor e consumidor se misturam em uma rede de interações tecnologicamente mais desenvolvida, onde comunidades inteiras se juntam para produzir informações e conteúdo a serem consumidos por eles mesmos ou por outrem (JENKINS, 2009).

A internet, utilizada por meio de computadores, *smartphones* ou tablets, conseguiu mergulhar no senso comum da população muito mais rápido do que as principais mídias antes dela. Com isso, é cada vez mais comum e mais compreensível que pessoas participem de bate papos online, que conheçam pessoas por meio de aplicativos e façam amigos que jamais viram pessoalmente (DORNELLES, 2004). Até mesmo relações amorosas, na atual cultura convergente, possuem vantagens acrescentadas por meio dos aparatos tecnológicos que as mediam, e assim o é também com vários outros comportamentos humanos em comunidade (SILVA, 2016).

Nesse novo universo de comunicações que praticamente independe do espaço físico para ocorrer, a relação da comunicação não é mais estabelecida de “um” para “muitos”, como Dornelles (2014) nos mostra em seu trabalho. Na verdade, ocorre no formato de rede, onde diversos atores possuem a capacidade de emitir respostas frente às informações e aos conteúdos que consomem (JENKINS, GREEN & FORD, 2016).

Nestes novos espaços de comunicação, sites voltados para a interação social possuem grande uso, visto o seu incentivo instrumental para a interação entre milhares de pessoas. Essas novas formas de mediação das interações humanas ligam os usuários em uma

rede composta por inúmeras conexões com graus de importância e quantidade distintas entre si (RECUERO, 2009). Observa-se que o procedimento mais comum – quase padronizado – adotado nestes sites é a criação de perfis individuais em cada um com a opção de conectá-los entre si, interligando suas funções e formando assim uma rede de sites convergentes. Entre os diversos sites amplamente utilizados atualmente para essas funções, destacamos o amplo uso do Facebook, o qual apresentou em janeiro de 2015, um total de 1,4 bilhões de usuários, praticamente 20% da população mundial na época (SILVA, 2016).

## 2.1 AS REDES SOCIAIS E O ATIVISMO NA INTERNET

As chamadas mídias sociais são utilizadas de diversas formas e com uma imensa gama de objetivos. No Ciberespaço estão presentes discussões e conversas sobre os mais diversos assuntos, formas de engajamento improváveis de ocorrer em tamanha escala em outros meios, intercursos intelectuais, ações comerciais, compartilhamento de emoções, opiniões e vivências, organização de eventos, brigas, confrontos ideológicos, relações amorosas, amizades, companheirismo, rivalidade, competições, aproximações improváveis de ocorrerem no meio físico, expressões artísticas e organização de comunidades.

Nesse sentido, podemos constatar que os processos de produção e circulação de conteúdos em rede por diversos atores simultaneamente comprovam um cenário midiático cada vez mais convergente. Nele, a propagação de conteúdos de origens variadas se entrelaça em um fluxo signífico que mistura informação e entretenimento em processos de elaboração de mensagens que descrevem eventos cotidianos de milhares de pessoas (BITTENCOUR & GONZATTI, 2016).

Considerando a sociedade civil como heterogênea e composta por grupos com diferentes modos de organização, valores e metas que estabelecem distintos padrões de relação social, é preciso estar atento para o efeito combinado de diferentes atores cívicos que favorecem práticas democráticas tanto na própria esfera cívica quanto na esfera política (MAIA, 2007). Nesse cenário, misturam-se a cidadania digital e a literacia midiática<sup>2</sup>, uma vez que esses elementos estão, aos poucos, se tornando um só. Isso porque a cada dia existem mais informações e modos de transmissão de conteúdo online e, dessa forma, para que

---

<sup>2</sup> Literacia Midiática é entendida aqui como o conjunto de aptidões e competências que possibilitam que uma pessoa utilize com relativa maestria a maior parte dos aparatos disponibilizados pelas mídias sociais e pela internet atualmente. Esse uso não é somente técnico, mas também crítico, dando à pessoa certo domínio sobre aquilo que ela consome (RHEINGOLD, 2012).



peessoas se tornem ativistas ou cidadãs no ciberespaço, é preciso que elas possuam um mínimo de literacia midiática para que possam manipular as ferramentas certas para exercer suas funções de produtores e reprodutores de conteúdo na rede (JENKINS; IKO & BOYD, 2016).

Não é desconhecido o fato de que os chamados Movimentos Sociais já existiam muito antes do surgimento e popularização da Internet. Esses movimentos, poderíamos classificar como formas de organização e articulação baseadas em um conjunto de interesses comuns, com o objetivo de definir formas de atuação social (MACHADO, 2007). Nessa progressão, afetada diretamente pelo advento da internet, novos movimentos sociais surgiram, com reivindicações que antes não eram inseridas nos clássicos movimentos do proletário, como os de viés pacifista, feminista, pelo direito dos homossexuais entre outros.

A política é um campo de persuasão onde são utilizadas argumentações para o fim de convencer o público ao ponto de fazer com que ele adira ideologicamente a um determinado posicionamento e, dessa forma, indo contra vários outros. Pelo uso da linguagem é que discursos ideológicos se materializam e transparecem estratégias específicas de comunicação com fim de disseminação de ideias. Nessa lógica, as mídias sociais possuem um discurso político próprio que perpassa ações como curtir, comentar e compartilhar determinadas postagens de outras pessoas ou marcas (CAETANO; LUQUETTI, 2015).

Jenkins, Iko e Boyd (2016) nos mostram que o engajamento com a cultura popular pode inspirar mudanças na identidade política das pessoas. Entretanto, mesmo antes da popularização da internet, movimentos sociais como o Internacional Situacionista dos anos 1960 já tinham características do tipo, quando seu fundador, Guy Debord, se inspirava em obras do cinema de Cannes em suas reivindicações inicialmente urbanísticas e posteriormente políticas (JACQUES, 2003).

Esse tipo de mobilização atualmente perpassa por debates em rede. Esses debates são por sua vez potencializados por um fenômeno estudado por diversas linhas teóricas, mas que aqui trataremos pela visão de Pierre Lèvy (1993), teórico francês que o chamou de Inteligência Coletiva<sup>3</sup>. Nesse contexto, os novos estilos de política participativa se aproveitam justamente do que os jovens já conhecem como fãs, consumidores e participantes das redes sociais e utilizam de tal capital cultural como ponto de partida para o engajamento em ativismos políticos e sociais diversos (JENKINS; GREEN e FORD, 2016).

---

<sup>3</sup> A inteligência coletiva, de acordo com Lèvy (1993) e Jenkins (2009) é um tipo de inteligência compartilhada que surge da colaboração de muitos indivíduos conectados em rede. Essa inteligência é passível de ser acessada e modificada por vários atores e está distribuída em toda parte, sendo impossível de ser produzida ou apreendida por uma única pessoa.

Além disso, considerando o jogo como uma atividade voluntária exercida dentro de determinados limites de tempo e espaço e dotados de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e alegria diferenciado da vida cotidiana (HUIZINGA, 1980), podemos considerar que aspectos lúdicos referentes ao humor presente nas redes sociais facilitam o engajamento de pessoas nas mesmas, tornando sua convivência ali, em determinados pontos, mais despreziosa e até um modo de fuga da vida cotidiana tradicional, bem como ocorre em jogos.

## 2.2 GESTALT, MCLUHAN E AS AFFORDANCES

Podendo ser relacionados a esse uso das novas tecnologias de comunicação/interação, os conceitos do teórico canadense Marshall McLuhan a respeito dos meios de comunicação trabalham com a ideia de elementos componentes da comunicação que seriam invisíveis ou imperceptíveis pelos sujeitos. Esses diversos elementos formariam um ambiente comunicacional que configura uma espécie de “fundo gestáltico”<sup>4</sup> das relações simbólicas e sociais contemporâneas. Esse ambiente constitui a materialidade da produção cultural contemporânea relacionada ao uso e desenvolvimento de novas tecnologias da informação (MCLUHAN, 1988). Seria formado assim o fundo das interações nas mídias sociais a partir de elementos referentes à dinâmica da comunicação, características técnicas de cada rede e a organização entre esses elementos.

É necessário apresentar de forma sucinta alguns parâmetros da Teoria da *Gestalt* para garantir a compreensão das contribuições desta para o avanço das pesquisas sobre a percepção e, mais profundamente, os modos que o cérebro percebe, identifica e “aprende” as coisas. Surgido no início do século XX, o movimento gestaltista postula que as formas não são compostas por unidades de sensações, mas de uma organização sensória relativamente espontânea (FILHO, 2008). O grande problema para a *Gestalt* seria provar sua tese cientificamente.

---

<sup>4</sup> Fundo aqui é tratado como um conceito referente à teoria da *Gestalt* que se contrapõe a uma Figura que está em referência. Marshall McLuhan desenvolveu sua teoria utilizando perspectivas que podem ser associadas por nós aos estudos do psicólogo dinamarquês Edgar Rubin (1915) para demonstrar de forma metafórica como o ambiente por trás das relações simbólicas estabelecidas pela sociedade é tão pertencente à interação em si como a Figura em referência, que no caso seria a comunicação (MCLUHAN, 1988). Nessa análise, o Fundo seria formado por diversos elementos indiretamente ligados ao processo de comunicação, entre eles, os próprios meios de comunicação. Segundo o autor canadense, o caminho ideal para a análise dos processos de comunicação da sociedade seria em um movimento que partiria da análise do Fundo para a Figura, jamais o contrário (PERANI, 2014).

Dentro do universo teórico complexo da *Gestalt*, um conceito é de crucial importância para a compreensão dos trabalhos de Marshall McLuhan (1964): o de Figura e Fundo, que traz a premissa de uma interação entre dois elementos perceptuais que se completam em uma única figura dotada de diversos significados inerentes. A teoria da *Gestalt* considera esse sistema como uma unidade dinâmica, tendo por base e referência o feixe de relações entre seus integrantes (PERANI, 2014). O conceito de figura/fundo começou a ser descrito em 1915 por Edgar Rubin, a partir de estudos sobre percepção visual onde figuras irregulares eram agrupadas conjuntamente com superfícies de tamanhos, formas e cores distintas, gerando padrões de ilusão óptica (FILHO, 2008).

Nesse raciocínio, mas voltado para estudos sobre os meios de comunicação, Marshall McLuhan publicou em 1964 um livro onde desenvolvia sua teoria sobre os meios de comunicação como formas de extensão do homem, utilizando principalmente os conceitos de figura/fundo para demonstrar, com o auxílio da metáfora, como o ambiente por trás das relações simbólicas estabelecidas pela sociedade é tão pertencente à interação em si como a própria Figura em referência, que no caso seria o processo comunicacional (MCLUHAN, 1964).

Na teoria desenvolvida pelo autor canadense, o Fundo seria formado pelos vários elementos interligados de forma indireta ao processo de comunicação em questão. Entre esses elementos estariam os próprios meios de comunicação. Ainda de acordo com McLuhan, o caminho ideal para a análise dos processos de comunicação da sociedade seria um movimento que partiria da análise do Fundo para a Figura, jamais o contrário (MCLUHAN e MCLUHAN, 1988).

Ainda sobre a influência indireta da *Gestalt* em McLuhan, Letícia Perani (2014) ressalta em seu trabalho que, ao utilizar a oposição figura/fundo em sua obra, McLuhan utilizou da teoria da *Gestalt* como uma explicação metafórica para os processos comunicacionais que se desenvolvem a partir do uso das tecnologias da informação. Nessa análise, o autor usa das explicações da teoria da *Gestalt* a respeito da percepção visual para nos levar a uma compreensão mais ampla do surgimento e do modo de se usar as mídias.

Nesse raciocínio, o fundo das tecnologias ou artefatos culturais seria uma combinação da situação da qual este artefato se origina com o ambiente (meio) que o envolve e que ele apresenta para o usuário. Sendo assim, McLuhan nos dá a visão de que a criação e a utilização de uma nova tecnologia estão ligadas tanto à figura, que seria o meio em si, suas materialidades e linguagens específicas; como também ao fundo, que seriam os contextos

socioculturais e cognitivos, além dos efeitos do meio, como ambientes criados artificialmente (PERANI, 2014).

Com isso, estudar os modos de percepção e suas possíveis ilusões e modificações da forma como enxergamos o contexto ao nosso redor é crucial para entender alguns dos processos que serviram de base para o desenvolvimento de tecnologias e mídias as quais utilizamos atualmente em nossa sociedade. A situação de origem de um determinado artefato humano em conjunto tanto com as funções que carrega como aquelas que obsolesce, configuram uma espécie de fundo que necessita ser analisado tanto quanto a figura do processo de comunicação, uma vez que interfere direta ou indiretamente nele (MCLUHAN e MCLUHAN, 1988).

Em aproximação com essa metáfora de figura e fundo temos o conceito de *Affordance*, desenvolvido pelo psicólogo norte-americano James J. Gibson. Nesse conceito, que sofre influências históricas do pragmatismo, Gibson trabalha a relação entre a percepção dos sujeitos com os objetos e ambientes ao seu redor. Nessa concepção, cada objeto possui diversas *affordances*, que seriam seus possíveis usos, os quais são ou não percebidos pelo sujeito (GIBSON, 1986). No segundo capítulo de seu livro, o autor apresenta suas ideias principais sobre tal teoria. Para ele, tudo que percebemos chega a nós mediante a estimulação dos nossos órgãos sensoriais (GIBSON, 1974). Assim sendo, os sentidos são a ponte entre o mundo e o sujeito que o percebe.

De modo semelhante à atenção dada por McLuhan aos processos cognitivos de percepção e interpretação de sentidos, Gibson, no período entre 1960 e 1970, também iniciou suas pesquisas acerca da percepção, desenvolvendo-a na direção de como percebemos e agimos sobre os diversos ambientes que nos rodeiam (PERANI, 2014).

As *affordances* são o conceito mais conhecido de Gibson, consideradas como o ponto principal das pesquisas de Psicologia Ecológica e Ambiental que o autor desenvolveu desde os anos 1970. O termo foi criado pelo próprio pesquisador com o intuito de conceituar um fenômeno que ocorre entre o animal/sujeito e o contexto/ambiente que o envolve. Entretanto, diferenciando as *affordances* de meros aparatos físicos existentes no ambiente que permitem determinadas habilidades aflorarem no animal vivente ali, o psicólogo explicita que existem elementos relativos à postura e ao comportamento dos animais a se considerar na relação deles com o meio. Assim, para os devidos fins de seu estudo, uma *affordance* não pode ser mensurada ou caracterizada do mesmo modo que mensuramos ou caracterizamos aparatos físicos contidos em um determinado ambiente (GIBSON, 1986).

Dando continuidade ao seu conceito, o autor estabelece que as *affordances* são captadas pelo sujeito por meio da visão. Uma vez captadas algumas características específicas do objeto/ambiente, o sujeito estabelece uma relação deste com o seu corpo e passa a perceber determinadas *affordances* do objeto. Porém, essa avaliação visual não é o único elemento no processo de percepção de uma *affordance*. Como o autor ressalta: diferentes configurações propiciam diferentes comportamentos em diversos animais. Assim, os mais variados processos de percepção são encontrados. Considerando essas diferenças comportamentais e físicas no contexto dos seres humanos, se agrega ao conjunto de influências o meio social e as vivências compartilhadas dos diversos sujeitos em comunidade, sujeitos esses que influenciam e passam informações uns para os outros. Essa característica única das *affordances* de conterem elementos psicológicos e físicos ao mesmo tempo, lhe dão atributos de alta complexidade para análise (GIBSON, 1986).

No meio dessa interação entre o que é físico e o que é psicológico nas *affordances*, Gibson apresenta outra reflexão sobre o tema quando apresenta a influência humana ao modificar o ambiente e os objetos ao seu redor, criando assim possibilidades de percepção de *affordances* desenvolvidas a partir de duas partes interligadas, uma natural e outra construída. Entretanto, J. J. Gibson ressalta o quão errônea é a postura de separar esses dois elementos – naturais e construídos – como se estes funcionassem de modo distinto um do outro. De acordo com o autor, separar o que é natural do que é artificial no sentido de contexto/ambiente é um erro, pois artefatos humanos são construídos a partir de elementos naturais, seja um edifício – o qual é feito, dentre vários elementos, do concreto, uma manufatura de elementos naturais –, ou a própria filosofia, construída a partir do aparato mental de determinados humanos, aparato esse que possui uma base biológica calcada em elementos igualmente naturais. Sendo assim, as dualidades mental/físico, objetivo/subjetivo, natural/artificial são inúteis para a análise em questão. Isso porque o mundo funciona interligando as mais variadas influências, de modo que cada um desses elementos postos como antagonísticos alteram uns aos outros, sendo desnecessária a sua separação (GIBSON, 1986).

Com isso é possível notar a complexidade do conceito que envolve tantos níveis de contexto e tantas interações entre objetos, ambientes, sujeitos, animais, equipamentos, artefatos, comportamentos, sociabilidades e demais sistemas construídos ou não, objetivos ou não. Pois, sendo o conceito de *Affordance* um processo de semiose, leva em questão o Todo das interações entre sujeito e o ambiente ao seu redor, considerando todas as influências diretas e indiretas que um exerce no outro.

Com todas essas questões explicitadas, é possível finalmente conceituar de maneira adequada o termo *affordance* como as possibilidades de ação que todos os elementos de um ambiente/meio/contexto permitem/oferecem/proveem a um sujeito. Este sujeito, no caso, seria um ator social presente ali que, por meio de um relacionamento dito ecológico, se interliga com o ambiente tornando-se interdependente a ele, numa relação complexa (PERANI, 2014).

### 2.3 O FACEBOOK ENQUANTO FERRAMENTA CONVERGENTE

A lógica inerente ao conceito das *affordances* caberá neste trabalho para explicitar os diversos usos que as pessoas inseridas na atual cultura convergente percebem para os novos meios de comunicação digital. Nesta linha de raciocínio, com o advento da internet e sua paulatina popularização durante as duas últimas décadas, as pessoas passaram a ter maior abertura para não só consumir informações, mas também difundi-las e produzi-las de um modo muito mais rápido e interativo<sup>5</sup> do que anteriormente. Essas modificações no processo de aquisição e transmissão de informações influenciam a criação de novos canais que proporcionam, com o seu desenvolvimento gradativo, uma maior expressão social. Essas ferramentas de comunicação mediadas por computadores e pela internet passaram a ser chamadas de Redes Sociais Mediadas pela Internet ou apenas Mídias Sociais (RECUERO, 2009).

Essas mídias sociais funcionam como ferramentas mediadoras de redes sociais, servindo de palco para novas formas de interação que utilizam de tais aparatos tecnológicos contemporâneos para aproximar distâncias geográficas antes inalcançáveis, além de desenvolver dinâmicas específicas de convivência, de manutenção de laços e funcionar em um tempo distinto do tradicional – o tempo do ciberespaço –, adequando-se a exigente rotina capitalista das sociedades ocidentais atuais (CASTELLS, 1999a).

Entretanto, é importante ressaltar também que, seguindo a perspectiva da convergência, essas diversas mídias sociais não funcionam de forma isolada umas das outras. A mídia como um todo, por meio de um fluxo de conteúdos que perpassa por diversas plataformas simultaneamente, comporta-se de forma migratória e conectiva entre diversos públicos (JENKINS, 2009). Esse contexto multifacetado e complexo no qual vivemos

---

<sup>5</sup> Interação aqui, segundo Recuero (2009), seria uma ação que possui um reflexo comunicativo entre o sujeito e seus pares, como um reflexo social. Dessa forma, a interação possui sempre um caráter social diretamente ligado ao processo comunicacional em si. Assim, a difusão mais interativa de informação no contexto explicitado diz do processo de horizontalidade da cultura atual, tema trabalhado por Jenkins (2009).

atualmente coloca para cada sujeito o desafio de se adequar a ele. O mundo conectado em rede exige um novo conjunto de habilidades e alfabetizações que remetem a novas formas de relações sociais e profissionais. Nessa direção, os modelos tradicionais de educação não mais dão conta de preparar as pessoas para a vida bombardeada de informações que se segue. Esses novos parâmetros de criação e transmissão de informação, cultura e conhecimento são perfeitamente ilustrados em comunidades de grande ou média escala onde o foco são os fãs de determinado produto da cultura pop ou de algum nicho específico (JENKINS; IKO e BOYD, 2016).

Nesse universo, o Facebook surgiu em 2004, apresentando-se como o novo grande meio de comunicação do mundo. Seu crescimento se iniciou de forma vagarosa, porém, com cada vez mais servidores abertos por todo o mundo, sua popularidade e utilização foram crescendo cada vez mais. Ao utilizar redes como essa, as pessoas demonstram maior liberdade de expressão, falando mais abertamente aquilo que desejam. Um dos principais elementos que propicia esse efeito é a ausência do corpo físico do sujeito ali, o que o faz mostrar questões que pessoalmente seriam inibidas por medo, vergonha ou até educação (NUNES; MUNHOZ, 2013).

Com perfis públicos com conteúdos total ou parcialmente abertos para qualquer usuário da rede, é possível rapidamente ter acesso aos dados de uma determinada pessoa sem necessariamente conversar com ela, ao contrário de uma relação presencial, onde levaria mais tempo para descobrir algumas informações específicas como idade, estado civil, posicionamento político, gostos e outros. Além dessa espécie de vitrine, o Facebook também permite que sejam enviadas mensagens, seja de modo particular ou não, sem a necessidade da outra pessoa estar disponível no momento. Junto a isso, a interação nessa rede perpassa por grupos, fóruns, comentários em fotos, compartilhamento de link, vídeos, imagens e inúmeros outros elementos multicódigo (RECUERO, 2009).

Ainda relacionado a esse aspecto, vale ressaltar que as mídias sociais passam por um processo permanente de reconstrução e expressão de identidade, modificado constantemente pelos atores no ciberespaço (RECUERO, 2009). Essas dinâmicas de rede estabelecidas pelos usuários por meio dos perfis somadas ao alcance tecnológico dessas mídias permite que redes sociais mediadas pela internet sejam muito maiores do que as redes sociais analógicas. Isso se dá por conta de não haver um custo para manter laços estabelecidos por meio dessas mídias, permitindo-se assim que duas pessoas mantenham-se conectadas independente da sua proximidade ou intimidade.

Desse modo, pode-se afirmar que tanto o contexto aberto a debates e expressividade de redes como o Facebook são influenciados pela forma como essas redes são usadas pelos atores sociais; como também o uso prático que esses atores dão às redes é influenciado pelos aparatos e ambientes do ciberespaço pré-concebidos por esses portais. Somando-se a isso, “o surgimento das ferramentas mais complexas para as trocas sociais permitiu, também, que formas mais complexas de expressão dos atores aparecessem” (RECUERO, 2009. p.29), como, por exemplo, os debates a respeito de questões ativistas e políticas por meio de comentários de posts<sup>6</sup> do Facebook.

Esses debates ocorrem num contexto onde o ator social está inserido em um ciberespaço considerado multicódigos e de interação constante, permeado de ações discursivas. Os usuários, com isso, “(...) trocam ideias, artigos, imagens, experiências ou observações em conferências eletrônicas organizadas de acordo com interesses específicos (LÈVY, 1993, p.23). Assim, é estabelecido um intercâmbio ideológico por meio do qual as redes sociais organizam-se em um conjunto de participantes autônomos, os quais combinam ideias e recursos de modo a reproduzir seus interesses e opiniões pré-estabelecidos. Sendo assim, o ciberespaço acaba por funcionar como um suporte para a mobilização de discursos sociais e demarcação dos grupos identitários os mais diversos (CAETANO; LUQUETTI, 2015).

Considera-se essas interações no ciberespaço como práticas políticas uma vez que esta, assim como aquela, se caracteriza como um campo persuasivo no qual argumentações são debatidas de modo a buscar o convencimento de um dos lados de forma que esse se vincule a um determinado posicionamento ideológico (MAIA, 2007). Nessa dinâmica o jogo político se faz justamente por meio do uso da língua de modo ativo. Nas mídias sociais, ações possíveis de serem generalizadas em “curtir”, “comentar” e “compartilhar” objetivam uma forma de interação que possui tanto impacto político quanto as tradicionais formas de debates face-a-face (CAETANO; LUQUETTI, 2015).

Esse novo formato de debate político utilizado pelos usuários das mídias sociais utiliza do processo coletivo de enriquecimento intelectual chamado de inteligência coletiva (LÈVY, 1993; JENKINS, 2009) citado anteriormente. Este dá mais poder aos debates ocorridos em redes online, uma vez que, por meio da combinação de hipertextos com a produção de centena de milhares de pessoas ao redor do mundo combinadas, é possível

---

<sup>6</sup> Palavra original do inglês amplamente utilizada para se referir às postagens e compartilhamentos públicos de textos, imagens ou vídeos em redes sociais mediadas pela internet.



embasar informações de forma muito mais engajada com utilização de ferramentas de busca e links de blogs<sup>7</sup> que aprofundem a discussão sobre o tema. A participação ativa dos atores sociais dos embates ao procurar fontes que corroborem suas ideias auxilia o processo de enriquecimento desse processo em si. Sobre a relação de poder existente nesse processo, Jenkins (2009) ressalta:

Se informação é poder, então esta nova tecnologia – a primeira a distribuir informação de forma justa – está realmente distribuindo poder. O poder está se deslocando das instituições que sempre governaram de cima para baixo, sonhando informações, dizendo como devemos cuidar de nossa vida, para um novo paradigma de poder, distribuído democraticamente e compartilhado por todos nós (p. 290).

Essa relação de poderes mais horizontalizada característica da cultura da convergência abriu espaço para novas formas de diálogo e desenvolvimento da inteligência, de modo mais coletivo e participativo. Entretanto, é importante ressaltar também que esse processo necessita de atividade por parte de seus atores para que surta efeito. Quanto maior participação ativa uma pessoa apresentar no processo de debate e de aquisição de conhecimento, maior integração ela fará das informações, podendo assim passá-las adiante e reforçar ainda mais o processo (LÈVY, 1993).

Na cultura da convergência observa-se que determinados elementos próprios das formas de interação por meio das mídias digitais combinadas com um contexto politicamente conturbado no Brasil possam ter culminado em modificações na percepção das *affordances* de redes como o Facebook. Antes percebidas como lugares de interação social despreziosa e superficial por parte da população, agora são utilizadas também como palco de embates políticos e sociais de profundo valor ideológico.

Nesse universo, a cultura popular contemporânea, chamada de Cultura Pop, invade diversas práticas corriqueiras e, dentro delas, atravessa questões relacionadas tanto a ativismos diversos, a política e até nas dinâmicas jornalísticas. Sobre esse movimento cultural, Strinati (1999, apud BITTENCOUR & GONZATTI, 2016) nos dá uma visão crítica que o compara com a cultura de massa das sociedades industriais, estabelecendo assim uma relação alienante entre cultura e sujeito. Essa visão é compartilhada também com os críticos da Escola de Frankfurt, que viam a cultura popular (sendo *Pop* uma abreviação de popular) como um produto da indústria cultural que garante a estabilidade do capitalismo ao mesmo

---

<sup>7</sup> O termo blog é a abreviação de weblog (diário na web). Esse no caso diz de uma nova forma de expressão alternativa que envolve produção de textos independentes, os quais geralmente envolvem resumos e links para outros sites. Essas páginas independentes apresentam os mais variados temas atualmente (JENKINS, 2009).

tempo em que aliena a sociedade. Além disso, diversas outras correntes enxergam a Cultura Pop de modo mais pejorativo e alienante, como os Marxistas e as Feministas.

Bittencour e Gonzatti (2016) ainda apresentam em seus estudos uma visão pós-modernista, que enxerga a cultura pop como uma catalisadora de transformações dos meios de comunicação. Neste sentido, a cultura eliminaria o distanciamento entre imagem e realidade, sendo essa, uma visão não tão radical a respeito desse movimento cultural tão complexo.

Ligado a isso, Dumcombe (2007) citado por Jenkins, Ford e Green (2016), ressalta que o contexto da cultura pop pode oferecer novos modos de se exercer o ativismo social e político, ao invés de servir apenas como instrumento alienante. Isso se dá, de acordo com os autores, por conta de processos como a apropriação e a remixagem, os quais servem de instrumentos para a instalação desse novo modelo ativista que mescla a espetacularização<sup>8</sup> com a cultura participativa. Para além da mera transformação de material cultural, essas novas formas de ativismo fazem uso do poder emocional já cativado pelas histórias vinculadas a um determinado público ou comunidade e utiliza dessa linguagem como forma de transmitir suas mensagens ativistas, abrindo mão de elementos como um vocabulário mais complexo ou debates políticos mais enviesados.

## 2.4 O FANDOM E O CIBERATIVISMO

As mídias sociais como o Facebook têm exercido funções para além das já conhecidas de interações cotidianas e manutenção de laços afetivos. Aqui, essas redes também são usadas de modo a potencializar formas de expressão, bem como a organização de comunidades de fãs e subculturas específicas (AMARAL, 2016). Os fandoms<sup>9</sup> já são considerados por diversos autores como pertencentes ativos da cultura pop (JENKINS, 2009; AMARAL, 2016; JENKINS; FORD e GREEN, 2016). Isso por conta da vinculação a produtos midiáticos específicos que possuem um potencial de visibilidade e alcance que potencializam a produção dessas comunidades, tornando-as mais abrangentes e interligadas em rede. Nesse sentido, como Bittencour e Gonzatti (2016) afirmam, o ato de consumir pode

---

<sup>8</sup> Espetacularização aqui remete a teoria de Guy Debord (2003) a respeito da Sociedade do Espetáculo. Nesse sentido, espetáculo trata de um elemento inerente à sociedade moderna e contemporânea que seria seu instrumento de unificação. Uma relação social entre pessoas, mediatizadas por imagens. Nesses termos, o espetáculo é a expressão de uma paradigma materialmente traduzido.

<sup>9</sup> Aglutinação das palavras Fan (fanático) e Kingdom (reino, em inglês). Sendo assim, uma tradução possível do termo Fandom seria o Reino dos Fãs, mas é tradicionalmente utilizado para designar comunidades de fãs no geral (JENKINS, 2009).

gerar construções de fandom que conseqüentemente podem gerar um ativismo político e midiático simultâneo.

Esse comportamento sociocultural pode ser compreendido por meio do contexto social no qual o Brasil e o mundo se encontram atualmente. A situação de instabilidade política nacional decorrente de acontecimentos iniciados com as investigações da operação Lava-Jato e o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, trouxe um pano de fundo propício para a emergência de manifestações políticas que não mais seguiam a postura anteriormente vista em solo nacional (SANTAELLA, 2016).

Essa mudança de postura viu no recente universo transmídia surgido da Convergência de Mídias um instrumento potencializador de suas reivindicações. Assim, com o uso das chamadas Literacias Midiáticas, indivíduos e comunidades em rede conseguem transmitir informações de forma a alcançar um grande número de pessoas (BITTENCOUR & GONZATTI, 2016). Um dos elementos mais comuns de serem observados nesse uso das Literacias Midiáticas a favor de um ciberativismo é a apropriação de conteúdos da cultura pop para a confecção de memes<sup>10</sup>. Estes, em geral, utilizam de métodos lúdicos e humorísticos para transmitir mensagens ativistas.

Em contexto nacional, os últimos anos serviram de palco para debates midiáticos intensos sobre casos relacionando minorias e a cultura pop. Casos nacionais e internacionais repercutiram em rede de modo a fomentar ainda mais o ativismo no ciberespaço. Casos como os citados por Adriana Amaral (2016) servem de exemplo para a contextualização:

As ameaças de morte e estupro às mulheres gamers e produtoras de jogos eletrônicos revelado pelo Gamergate; um grupo de fãs racistas de Star Wars que usaram o Twitter para disseminar mensagens de ódio via hashtag e foram rejeitados pelo fandom ao discutir o protagonismo do personagem Finn; os ataques misóginos às protagonistas do remake de GhostBusters (no filme dos anos 80 os personagens eram homens e no filme de 2016 são todas mulheres); a não escolha de uma protagonista japonesa para a versão cinematográfica norte-americana de Ghost in the Shell, clássico anime cyberpunk japonês, entre muitos outros debates. A cada novo produto anunciado ou lançado tais discussões retornam e são pautadas em blogs, canais do YouTube e na mídia mainstream (p.75).

Esses fatos cada vez mais chocam e incomodam parcelas da população que se debruçam sobre esses temas, como comunidades de fãs específicas vinculadas a franquias transmídia como Star Wars e Game of Thrones, ou também comunidades vinculadas a um

---

<sup>10</sup> Memes, de acordo com Dawkins (1979), seriam a menor unidade complexa de reprodução cultural. Sendo assim, um símbolo, imagem ou artefato ganha características e se transforma em função de aspectos socioculturais que se desenvolvem a partir de apropriações e reproduções de elementos da cultura. Esses memes, dessa forma, seriam o “átomo” da reprodução cultural.

tipo específico de comportamento, como o público *gamer*<sup>11</sup>. Essas comunidades, interligadas em rede, encontram nas mídias sociais instrumentos a favor da expressão de ideias e debate de opiniões (RECUERO, 2013).

Em seu trabalho, Bittencour e Gonzatti (2016) mostram que práticas ativistas incorporam aparatos tecnológicos desde muito antes do próprio surgimento da internet. Os movimentos sociais se aproveitam de potenciais formas de comunicação para fortalecer suas habilidades do uso de diversos mecanismos com o intuito de aumentar a visibilidade de suas causas. Nessa linha de comportamento, fazer uso das tecnologias digitais só faz potencializar ainda mais as intenções de alcance desses movimentos sociais, como o movimento feminista, a luta contra preconceito racial, defesa do direito dos animais e tantas outras reivindicações (CASTELLS, 1999).

Graças a uma conexão entre um variado número de fenômenos, como a convergência de mídias, a inteligência coletiva, a apropriação de conteúdos da cultura pop e o espalhamento, o ciberativismo se faz possível, seja produzindo movimentos para fora das mídias sociais, como as passeatas de 2013 no Brasil, seja como pautas de discussão em redes como o Facebook e o Twitter por meio de comentários, compartilhamentos e *tweets*.

Este último fenômeno, o do espalhamento, necessita ainda de ser explicitado nesse trabalho, pois, graças a ele é que as mídias sociais possuem a capacidade de potencializar comportamentos ativistas de modo a exercer um ciberativismo. Jenkins, Ford e Green (2016) desenvolvem esse conceito com o fim de explicar as práticas de circulação de informação e remixagem de conteúdos no contexto da cultura da convergência. Dentro disso, Jenkins (2009) nos mostra que as comunidades de fãs são elementos riquíssimos em conteúdo, uma vez que utilizam literacias midiáticas cada vez mais complexas para a confecção de conteúdos próprios como fanfics<sup>12</sup>, fanarts<sup>13</sup> e outros processos de ressignificação de produtos da cultura pop.

Essas remixagens permitem que os fãs, bem como o público em geral, falem sobre o mundo e seus mais variados assuntos por meio de um conjunto de símbolos próprio de um determinado conteúdo da cultura pop. Isso, além de simplificar a forma de transmitir a

---

<sup>11</sup> Nome dado a pessoas vinculadas a cultura fandom relacionada a jogos virtuais (JENKINS 2009).

<sup>12</sup> O termo diminutivo do inglês, Fan Fiction, se refere a contos fictícios escritos por fãs a respeito de uma determinada franquia (AMARAL, SOUZA e MONTEIRO, 2015).

<sup>13</sup> Termo que mescla Fan e Art, diz das produções artísticas criadas por fãs incluindo desenhos, quadrinhos e animações (AMARAL, SOUZA e MONTEIRO, 2015).

mensagem, também lhe dá características mais lúdicas e de melhor aceitação para o grande público. Soma-se a isso também a vinculação afetiva que as comunidades de fãs possuem em relação ao conteúdo do qual são fãs, encontrando assim em mensagens que utilizam seus símbolos específicos um poder de propagação muito maior do que, por exemplo, mensagens ativistas com conteúdos e símbolos unicamente políticos (JENKINS; FORD e GREEN, 2016).

Esse material que se propaga em rede é considerado produtor uma vez que faz parte de uma cultura participativa que permite ao usuário da rede se envolver ativamente no processo de compartilhamento da mensagem. Esse material ainda fornece recursos específicos de expressão (como os memes) e de intercâmbio de ideias (compartilhamento de informações em *feeds*<sup>14</sup> no Facebook, por exemplo) (JENKINS; FORD E GREEN, 2016). Essas características específicas da troca de informações em rede propiciam recursos mais ricos para serem usados em conversas cotidianas e oferecem novas fontes de prazer e interesse para o público (RECUERO, 2009).

Por fim, tem-se que os membros do público utilizam desse material compartilhado em rede para estabelecer conexões entre si, mediando relações sociais e dando sentido ao mundo que os rodeia. Esse compartilhamento, seja individual ou coletivo, favorece o espalhamento, uma vez que não se encontram apenas impregnados de material midiático e nem muito menos estão a serviço de uma determinada marca. Como Jenkins, Ford e Green (2016) ressaltam em sua obra, os membros do público selecionam materiais de interesse próprio a partir da variedade mais ampla que as mídias sociais propiciam. Com isso, eles transformam o material por meio de seus próprios comentários e, no caso das comunidades de fãs, por meio de apropriações e remixagens. Sendo assim, o uso de elementos próprios da cultura pop com outros fins em rede são adaptações que os próprios usuários veem como necessárias para atender suas necessidades de expressão.

## 2.5 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA DO TRABALHO

O presente trabalho tem como tema principal a interseção entre o ciberativismo e a cultura de fãs. No caso, a questão levantada gira em torno das possíveis capacidades do uso da cultura pop por comunidades de fãs de modo que torne seus membros mais ativistas seja

---

<sup>14</sup> Termo derivado de Web Feed (que vem do verbo "alimentar" em inglês). Trata-se de um formato de dados usado em formas de comunicação com conteúdo atualizado frequentemente, como sites de notícias ou blogs (RECUERO, 2009).

social ou politicamente. Desse modo, transfigurando isso em uma pergunta literal temos: As comunidades de fãs, utilizando da cultura pop como instrumento ativista, podem influenciar seus membros a se tornarem mais ativistas, seja direta ou indiretamente?

Por meio de leituras prévias e de reflexões abduativas, surgiu a hipótese de que sim, as comunidades de fãs podem influenciar positivamente seus membros de modo que esses se tornem mais ativistas em rede e isso se dá, acredita-se, por conta do aspecto lúdico que o material da cultura pop atribui ao ativismo, deixando-o mais facilmente inteligível. Entretanto, essa hipótese também carrega a ideia de que essa influência ocorre de maneira indireta, sendo assim, os membros da comunidade de fãs se tornariam ativistas paulatinamente sem uma percepção imediata disso.

Mesmo que essa hipótese seja a mais plausível na visão do pesquisador, duas outras situações também são possíveis de ocorrer quando o estudo for colocado em prática: (1) os membros da comunidade de fãs estudada podem ser influenciados de modo direto pelo ativismo das comunidades, pois já procuram conscientemente páginas de fãs ativistas por já serem ativistas previamente, ou (2) os membros das comunidades de fãs consomem os elementos da cultura pop focados apenas no seu aspecto lúdico, sem que nenhum tipo de ativismo seja exercido em conjunto com esses materiais.

Assim sendo, o objetivo da presente pesquisa é analisar se as comunidades de fãs, usando conteúdos da cultura pop como forma de ativismo, podem influenciar seus membros a terem comportamentos mais ativistas política ou socialmente, seja de forma direta ou indiretamente. Essa análise foi feita por meio de um estudo de caso onde a percepção dos seguidores de uma página de fãs sobre o seu conteúdo foi averiguado. Além disso, outro objetivo secundário do trabalho foi estudar o comportamento dos membros da comunidade em relação direta ao conteúdo vinculado às páginas de fãs de teor ativista ou não.

Para a pesquisa empírica foi analisada uma página mantida por fãs da franquia transmídia Pokémon no Facebook. Tal página está ativa desde Agosto de 2012 e foi escolhida por conta tanto da sua relevância quanto pelas suas características particulares. No que tange sua relevância, atualmente a página possui mais de 76 mil seguidores os quais foram adquiridos por meio de um crescimento puramente orgânico, o que configura uma comunidade realmente organizada de fãs para fãs sem fins lucrativos (JENKINS, 2009). Além disso, o conteúdo postado diariamente na página associa imagens, jargões e elementos inteligíveis da franquia Pokémon com conceitos, opiniões e relatos ativistas, principalmente fazendo referência a ativismo de cunho feminista e LGBTQ+ e críticas abertas ao governo brasileiro.

A relevância do estudo gira em torno, inicialmente, do fato das novas tecnologias da informação modificarem cada vez mais os comportamentos e modos tanto de agir como de enxergar o mundo da população afetada por elas. Dentro desse campo simbólico cada vez mais complexo e emergente na contemporaneidade, o ativismo político se transforma e se adapta às novas ferramentas, mantendo alguns comportamentos, inutilizando outros e retomando outros que estavam em desuso antes.

O contexto político nacional e internacional dos quatro últimos anos serviu de palco para manifestações ainda mais autênticas e inventivas do que as estudadas até então. Diversos pesquisadores como alguns citados no presente trabalho estão se debruçando sobre o tema e enxergando nas comunidades de fãs um potencial diferenciado para o manuseio de elementos da cultura popular com fins ativistas. Estudar e buscar compreender as nuances desses comportamentos se torna crucial para entender o impacto das mídias sociais e dos novos meios de comunicação mediados pela internet nos mais diversos comportamentos sociais e culturais, dentro deles, o campo do ativismo.

### 3 PROCESSOS PERCEPTIVOS HUMANOS

No presente capítulo, seguiremos com alguns dos embasamentos necessários para que o contexto do trabalho seja trabalhado com o máximo de domínio possível. Uma vez já dado o estado da arte geral do tema no capítulo introdutório e, em seguida, uma contextualização histórica dos movimentos ativistas que podem ter influenciado a prática em questão neste trabalho, optou-se em apresentar os preceitos básicos referentes aos estudos da percepção humana.

Nessa lógica, será falado brevemente sobre o processo psicológico básico da percepção, para então apresentar as contribuições da Teoria da *Gestalt* para a área, bem como de suas relações possíveis com a teoria comunicacional de Marshall McLuhan, um dos teóricos base para este trabalho como um todo. Por fim, será apresentada a Psicologia Ecológica, que diz da relação do ser humano com o ambiente ao seu redor. Essa relação, no caso, focada para o uso da percepção por meio de conceitos próprios da psicologia.

A intenção é apresentar a lógica perceptual pela qual acredita-se que as comunidades de fãs passam ao entrar em contato com o conteúdo específico das franquias as quais consomem. Assim, acredita-se que a percepção dos fãs sobre o conteúdo o qual eles admiram é o ponto crucial para o estudo de seu comportamento frente às transformações deste material. Com isso, seguimos a lógica de que a comunidade de fãs pode modificar o material que consome por meio da percepção de possibilidades específicas de uso para aquilo, percepção essa que sofre influência de diversos fatores os quais serão explanados neste capítulo.

#### 3.1 O PROCESSO PSICOLÓGICO BÁSICO DA PERCEPÇÃO

Partindo do início, percepção é um termo derivado do latim “*perceptio*” que remete ao ato de perceber algo. Este ato está ligado diretamente à observância de combinações de sentido que fazem o sujeito reconhecer um objeto por meio da recepção de determinados estímulos interpretados por ele. Ainda nessa ideia temos também a relação do ato perceptual com a intuição, a ideia, a imagem observada pelo sujeito e sua intelectualidade (MARIN, 2008).

A complexidade deste termo, que tem, inclusive, bases filosóficas, reflete a pluralidade do fenômeno que pode ser compreendido por um viés social, neurobiológico, psicológico, filosófico, antropológico ou por diversas outras lentes teóricas. Não podemos



dizer que a percepção é um conceito específico, mas podemos delimitar uma lente teórica pela qual podemos debater sobre este conceito.

De acordo com Hochberg (1973, apud MARIN, 2008. p.11), “a percepção é um dos mais antigos temas de especulação e pesquisa no estudo do homem”. Ainda de acordo com o psicólogo, nós estudamos a percepção para tentar explicar como observamos o mundo ao nosso redor.

Marin (2008) nos mostra como os estudos sobre a percepção começaram muito antes da própria ciência psicológica existir como tal. As primeiras pesquisas acerca do tema de modo científico vieram por parte de físicos e fisiologistas. Nessa época primária, a preocupação estava mais voltada para mecanismos físicos e aparatos biológicos que supostamente ditavam como a percepção funcionava do que, de fato, um entendimento mais global sobre o processo psicológico da percepção.

Entretanto, já em 1879, Wilhelm Wundt criou em Leipzig o primeiro laboratório de psicologia experimental do mundo. Com o projeto que faria o pesquisador ser considerado o pai da psicologia científica, ele estudou principalmente a percepção humana. O foco destes estudos primordiais da percepção enquanto um processo psicológico básico estava ligado à análise de estímulos externos e internos que poderiam ser responsáveis pelo comportamento do organismo como um todo (SIMÕES; TIEDEMANN, 1985).

Porém, esse enfoque de Wundt ainda era demasiadamente voltado para a biofísica e para o comportamento puro e simples. Com isso, sua ótica sobre a percepção, em boa parte de seus estudos, se focou apenas em tarefas únicas e não múltiplas. Até a última década do século XIX, Wundt ainda não tinha considerado a possibilidade de a percepção humana ocorrer por meio de multitarefas simultâneas (SCHULTS; SCHULTZ, 2011).

Com isso, outras vertentes da psicologia que surgiram em sequência foram consideravelmente influenciadas por essa visão demasiadamente mecanicista da percepção. As mais tradicionais como o mentalismo e o estruturalismo, estavam preocupadas em descobrir uma suposta forma indivisível da cognição humana. Por sua vez, a Psicologia Comportamental Behaviorista de Skinner e Watson voltou seu foco para comportamentos observáveis diretamente. Isso afastou um pouco a ótica psicológica da percepção, uma vez que esta não era possível de ser observada diretamente (SCHULTS; SCHULTZ, 2011).

Essa espécie de bloqueio contextual sobre os estudos da percepção começou a ser quebrado com o início do uso dos princípios da *Gestalt* nos estudos psicológicos. A vertente conhecida como “Psicologia da Forma” deu uma nova ótica sobre o tema. Junto a isso, outras áreas começaram a surgir, como a própria psicologia ambiental e a psicologia social, que

acrescentaram noções mais diversificadas e, conseqüentemente, holísticas aos estudos da percepção. Todos estes estudos possuem em suas raízes a influência da fenomenologia, a qual motivou essa nova ótica de estudos da percepção (MARIN, 2008).

Sobre a *Gestalt* e a Psicologia Ambiental especificamente, falaremos mais adiante neste trabalho. Com isso, devido ao objetivo deste subcapítulo, cabe aqui adentrar mais especificamente no conceito de percepção propriamente dito. Sobre isso, podemos considerar que:

A percepção visual é o processamento, em etapas sucessivas, de uma informação que nos chega por intermédio da luz que entra em nossos olhos. Como toda informação, esta é codificada – em um sentido que não é o da semiologia: os códigos são, aqui, regra de transformação naturais que determinam a atividade nervosa em função da informação contida na luz (AUMONT, 2002. p.22).

Mesmo que essa conceituação de Aumont seja demasiadamente biológica, ela expressa boa parte do processo pelo qual a percepção acontece. Entretanto, combinando essa ideia com outras proposições, tais como a da Psicologia Ecológica de J.J. Gibson (1974) e da teoria Ecológica do Desenvolvimento de Bronfenbrenner (1989) podemos inferir que a percepção começa por meio dos sentidos como a visão e a audição, por meio dos quais coletamos informações sobre aquele determinado objeto inserido em um determinado espaço/ambiente.

Porém, essa informação coletada acaba por ser combinada com outras informações previamente adquiridas pela pessoa. Essas informações são advindas tanto de suas experiências passadas com outros objetos, como também de seu aprendizado em uma determinada cultura e contexto histórico. Assim, a percepção de um determinado objeto se dá quando as informações coletadas pelos órgãos dos sentidos são pareadas com as informações prévias que o sujeito já possui e, com a combinação das duas fontes distintas de informação, cria-se um conceito sobre aquele objeto observado (AUMONT, 2002; BRONFENBRENNER, 1989; GIBSON, 1974).

Ligado diretamente ao processo de percepção, temos o processo atencional. Este, de acordo com Aumont (2002), possui duas distinções básicas: Atenção Concentrada e Atenção Periférica. A atenção concentrada é concebida como um tipo de focalização feita sobre aspectos importantes do campo visual ou auditivo principalmente. Nesse processo específico, o sujeito foca seus sentidos em um objeto ou elemento determinado, potencializando a quantidade de informações que ele coletará daquele elemento em detrimento dos demais presentes no ambiente.

Em contrapartida, temos também a chamada atenção periférica. Esta ocorre quando o sujeito, ao invés de se focar apenas em um elemento principal em um cenário, coleta simultaneamente informações de vários focos distintos. Em comparação com o primeiro tipo de atenção, temos aqui uma coleta muito mais superficial de informações. Porém, também podemos afirmar que essa coleta abrange um número muito maior de estímulos do que a atenção concentrada é capaz de fazer (AUMONT, 2002).

Essa distinção entre os componentes do sistema atencional básico nos dá uma noção que é mais trabalhada por autores já citados aqui (BRONFENBRENNER, 1989; GIBSON, 1974). Nesse sentido, entram a noção de campo visual útil, bem como a seleção de estímulos que são priorizados para serem percebidos pelo sujeito. Ideias que as Psicologias da *Gestalt*, Ecológica e do Desenvolvimento possuem minimamente em comum.

Notou-se há muito tempo que olhamos as imagens não de modo global, de uma só vez, mas por fixações sucessivas. Quase todas as experiências concordam: no caso de uma imagem olhada sem intenção particular, as fixações sucessivas durante alguns décimos de segundo cada uma e limitam-se estritamente às partes da imagem mais providas de informação. (...) O importante é reter que a imagem – como toda cena visual olhada durante certo tempo – se ve, não apenas no tempo, mas à custa de uma exploração que raramente é inocente; é a integração dessa multiplicidade de fixações particulares sucessivas que faz o que chamamos nossa visão da imagem. (AUMONT, 2002. p.60).

Neste trecho em específico, Aumont (2002) nos dá luz sob outro aspecto perceptual que precisa ser abordado: a intencionalidade da percepção. Além dos fatores biológicos os quais não são o foco deste trabalho, os fatores psicológicos básicos como o processo de comparação da informação coletada com a memória e os fatores sociais de pré-conceitos e fontes de informação prévias que o indivíduo possui, a intencionalidade da percepção deste também afeta como ele irá absorver a informação de um objeto/meio.

Isso entra em convergência com a percepção da Psicologia da *Gestalt* sobre os conceitos de Figura e Fundo. A seleção de um objeto como figura que se sobressai em um fundo repleto de outros objetos e estímulos se dá tanto por conta de características consideradas “mais relevantes” naquele objeto para aquele sujeito em específico, como também derivam da intencionalidade prévia daquele sujeito ao observar aquele objeto e/ou ambiente (FILHO, 2000).

Com isso, podemos entrar na explanação acerca da influência da Psicologia da *Gestalt* tanto nos estudos da percepção como também na Psicologia Ambiental e Ecológica, as quais serão o foco deste trabalho adiante. A visão inicialmente atomista dos estudos da percepção sobre a absorção de informações a respeito de um objeto se dar pela captação dos

estímulos de suas partes componentes, organizadas posteriormente por associação, começou a ser questionada inicialmente pela Teoria da *Gestalt* no início do século XX (MARIN, 2008).

A Teoria da *Gestalt*, assim como posteriormente a Psicologia da *Gestalt*, se voltam contra essa percepção atomista, assumindo que não se pode ter conhecimento do todo por meio apenas de uma análise das partes deste. Na verdade, para a *Gestalt*, somente por meio da percepção da totalidade é que a razão pode decodificar e assimilar uma imagem ou um conceito. Essa visão, além de influenciar estudos das áreas da Psicologia Ecológica e Ambiental (MARIN, 2008), também influenciou pensadores para além dos estudos focados apenas na percepção propriamente dita, como foi o caso de Marshall McLuhan que, mesmo sem citar diretamente a *Gestalt* em seus trabalhos, utiliza metáforas que traduzem uma lógica ligada a Teoria da *Gestalt* em seus pensamentos.

### 3.2 GESTALT, FIGURA/FUNDO E MARSHALL MCLUHAN

O contexto imediatamente anterior ao surgimento da Teoria da *Gestalt* era dividido por duas grandes bases teóricas que influenciavam todo o processo de estudos perceptuais. Primeiramente temos o movimento empirista, o qual tinha sua tese basal ligada à apreensão de informações por meio única e exclusivamente dos sentidos. Nessa lógica, a apreensão do universo se dá exclusivamente pela vivência nele por meio dos sentidos, numa experimentação prática dos objetos e ambientes (SCHULTZ; SCHULTZ, 2011).

A segunda vertente, dominante no final do século XIX e início do XX, era o racionalismo. Este atribui a origem do conhecimento puramente à razão. Com isso os pensamentos teriam o poder de construir toda realidade por meio de sua lógica. Nessa ótica, a simples vivência de uma experiência não daria a real percepção sobre aquele evento, pois existiriam inúmeros fatores que não estariam visíveis do ponto de vista do sujeito inserido naquele ambiente, o que desmereceria a experimentação empírica (SCHULTZ; SCHULTZ, 2011).

Como uma espécie de “meio-termo” entre ambas as perspectivas teóricas dominantes da época; surge então a Teoria da *Gestalt*, tendo seu início com as ideias de psicólogos alemães e austríacos como Max Wertheimer, Felix Krüger, Wolfgang Köhler e Kurt Koffka (MARIN, 2008). Em um primeiro momento, a Teoria da *Gestalt* se configuraria como um campo de estudo da percepção das cores, evoluindo para a percepção como um todo por influência de vertentes como a fenomenologia e o existencialismo. Assim, a teoria evoluiu para uma percepção das formas como objetos passíveis de percepção não compostos por

unidades de sensações, mas sim de organizações sensoriais relativamente espontâneas (FILHO, 2008).

Tomando por base e referência estudos da estrutura psicofísica da constituição humana, que relacionavam a forma e sua percepção, os principais fundadores do movimento da *Gestalt*: Wertheimer, Köhler e Koffka; desenvolveram melhor os aspectos psicológicos da teoria (MARIN, 2008). É interessante ressaltar que os teóricos fundadores da *Gestalt* chegaram ao axioma de que a organização da percepção é feita no cérebro. Nessa lógica, entende-se que as imagens da retina produzem excitações individuais que, quando projetadas pelo cérebro, fazem o campo de forças começar a operar entre elas. Esses campos de forças perceptuais são combinados no cérebro, se unindo em uma *Gestalt*, ou seja, uma forma (GIBSON, 1974).

Abandonando o positivismo das teorias anteriores, podemos observar que os psicólogos da *Gestalt* não se firmam em um possível caráter espontâneo do processo da percepção. No lugar disso, viam algumas disparidades entre a comparação entre a estimulação da retina e a efetiva consciência dos elementos ao redor do indivíduo (SANTAELLA, 2012).

Com isso, podemos perceber como o foco inicial da teoria da *Gestalt* estava principalmente voltado para o mundo visualmente percebido. Tanto que seus conceitos basais como o de Figura e Fundo, pregnância da forma e outros remetem direta ou indiretamente a aspectos da percepção visual. Somente em um segundo momento, com o surgimento da *Gestalt*-terapia de Perls é que a percepção começou a ser pensada pela *Gestalt* para além apenas de efeitos visuais ou formas visualmente percebidas (FILHO, 2000).

Assim, a teoria da *Gestalt* passa a abarcar tanto a filosofia como a psicologia, além da própria biologia. Integrando áreas aparentemente tão dispersas, essa fundamentação teórica acaba por formular um estudo sob o fenômeno da percepção que chegou a ser considerado um dos mais relevantes do século XX, sendo amplamente utilizado até os dias atuais (PERANI, 2014).

Entretanto, entre diversos fenômenos analisados e estudados pela teoria da *Gestalt*, um é crucial de ser explicitado aqui: o conceito de Figura e Fundo citado anteriormente. Este influenciou indiretamente outros pesquisadores que servem de base para este trabalho, como McLuhan (1964) e Gibson (1986).

O conceito de Figura e Fundo traz a premissa de uma interação entre dois elementos perceptuais que se completam em uma única figura dotada de diversas formas de significado (FILHO, 2008). Este conceito começou a ser descrito em 1915 por Edgar Rubin, a partir de estudos sobre percepção visual onde figuras irregulares eram agrupadas

conjuntamente com superfícies de tamanhos, formas e cores distintas, gerando padrões de ilusão óptica (PERANI, 2014). Ele passou a ser, inclusive, uma das grandes bases da Teoria da *Gestalt* como um todo, afetando inclusive suas teorias derivadas na Psicologia e Design.

É na lógica da Teoria da *Gestalt* que podemos enquadrar os estudos sobre os meios de comunicação de McLuhan (1964). Mesmo que diretamente o autor não utilize conceitos da *Gestalt* em suas obras, é possível afirmar que a lógica da teoria influenciou seus estudos de algum modo. Em uma de suas obras mais reconhecidas, principalmente nos estudos da comunicação, McLuhan dizia da relação entre os meios de comunicação e a convivência humana. Afirmando, inclusive, que estes meios seriam algo como extensões dos próprios seres humanos, afetando sua vida em diversos âmbitos que iriam desde o sociocultural até o psicológico e histórico (MCLUHAN, 1964).

Falando propriamente dos conceitos de figura e fundo, podemos observar na obra de McLuhan que o autor, por meio de metáforas, demonstrava como o ambiente por trás das relações simbólicas estabelecidas pela sociedade pertence tanto à interação em si quanto o próprio processo comunicacional (MCLUHAN, 1964). Essa relação entre ambiente e comunicação poderia ser comparada ao conceito de Figura/Fundo da *Gestalt*, uma vez que o ambiente seria um fundo fora de evidência que influenciaria direta e indiretamente as relações comunicacionais em evidência, ou seja, as figuras.

Essa relação serviu de base inclusive para a construção do corpo de hipóteses levantadas neste estudo. Isso porque seguiu-se a lógica de que o uso de elementos e cultura de fãs combinados com reivindicações ativistas se deu por meio de um fundo que propiciou a percepção destes elementos e usos específicos pelos fãs. Desse modo, as relações simbólicas que servem de fundo para o processo comunicacional seriam, neste caso, estabelecidas por meio dos aparatos tecnológicos, contexto histórico e cultural e também pela história de vida do próprio fã enquanto indivíduo.

Além disso, o objetivo da Psicologia da *Gestalt* é, principalmente, fazer o paciente alcançar a percepção do fundo em relação à figura, dando assim consciência a ele do todo em interação ali. Algo parecido é sugerido por McLuhan em suas obras, quando este fala sobre o conceito de reconhecimento de padrões (MCLUHAN; MCLUHAN, 1988), o qual poderia ser comparado ao *insight* da Psicologia da *Gestalt*. Este seria um evento cognitivo no qual a relação e a ligação de eventos psicológicos conferem forma à figura e fazem com que o sujeito compreenda a figura formada. Essa ideia foi por muito tempo conhecida como o “fechamento de uma *Gestalt*”, ou seja, a conscientização de uma forma composta por diversas partes e efeitos que influenciam-se de modo a configurar um todo coerente. Ter percepção

desse todo, aferir proposições e construir ideias a partir da condensação desse pensamento do todo de uma relação seria o *insight* (FILHO, 2008).

Por sua vez, Marshall McLuhan teve várias inspirações para formular suas teorias, assim como também para defendê-las e transformá-las. Para a conceituação do reconhecimento de padrões, McLuhan utilizou bastante como metáfora, inclusive, o conto de Edgar Allan Poe, *Uma Descida ao Maelstrom*, de 1841. Na obra, um homem preso a um redemoinho, para sair da situação mortal, reconhece os padrões de movimento aparentemente caótico ali para conseguir prever os movimentos tempestuosos, para, enfim, sair de lá (MCLUHAN, 1964).

Essa capacidade de reconhecer padrões e prever ações, segundo o pesquisador canadense, são cruciais para o estudo da cultura e das mídias, visto a aleatoriedade que alguns de seus movimentos adotam ao longo dos anos. Assim, para o autor canadense, o mundo da mídia seria este redemoinho retratado por Allan Poe em sua obra. Assim, somente se adquire certo domínio desse fenômeno aparentemente caótico por meio do reconhecimento de seus padrões. Caso isto não seja feito, nos tornamos vulneráveis a certos efeitos alienantes das mídias, obscurecendo nossa percepção de todo o fenômeno e agindo somente por meio de pequenas partes dele, sem tomar consciência de todo o processo existente ali (MCLUHAN; MCLUHAN, 1988).

Daí, podemos notar como a o foco principal das investigações de McLuhan estava sob o estudo dos estímulos sensoriais que as tecnologias nos proporcionam. Esses estímulos seriam definidos por suas configurações materiais, as quais determinam como estes estímulos são liberados ou não por um determinado meio (PERANI, 2014). Em suas obras o autor considerou as sensorialidades como parte fundamental dos processos de comunicação entre dois ou mais sujeitos. Tanto que as chamadas leis da mídia (MCLUHAN; MCLUHAN, 1988) foram fruto de observações sobre as operações e os efeitos dos artefatos humanos sobre as próprias pessoas em comunicação e também sobre a sociedade em geral.

Deste modo, estudar as formas de percepção e suas possíveis ilusões e modificações da forma como enxergamos o contexto ao nosso redor é crucial para entender alguns dos processos que serviram de base para o desenvolvimento de tecnologias e mídias as quais utilizamos atualmente em nossa sociedade. Porém, considerando as premissas de Gibson (1974), teórico da Psicologia Ecológica que também teve grande influência nos estudos da percepção, devemos incluir aí a influência que o ambiente ao redor da pessoa, ou seja, o fundo no qual ela encontra-se como uma das figuras, influencia direta e indiretamente sua percepção.

### 3.3 A RELAÇÃO ENTRE PESSOA E AMBIENTE

Para além do foco voltado exclusivamente para os fenômenos perceptuais do indivíduo, algumas linhas teóricas da psicologia começaram a investigar a influência que o meio poderia ter na percepção dos sujeitos. Com isso, dentre os vários domínios da psicologia ambiental, encontra-se a psicologia ecológica, a qual trouxe uma perspectiva ecológica para o estudo do ambiente e comportamento humano (CARVALHO, 1993).

Nessa linha teórica, o ambiente é compreendido como um campo multidimensional complexo, onde o foco de análise de estudos deve se manter nas relações entre pessoas e seus meios sociais/físicos/ambientais/históricos. Essa relação seria muito mais complexa do que a mera análise de estímulos que geram respostas comportamentais (CARVALHO, 1993). Com isso, nota-se o distanciamento deste campo teórico de outros âmbitos da psicologia como o já citado behaviorismo e até a própria Psicologia da *Gestalt*, ainda muito voltada para a percepção apenas.

Com isso, todo e qualquer contexto ambiental é considerado pela Psicologia Ecológica como um sistema de interdependências entre vários componentes físicos e humanos participantes daquele contexto em específico (BRONFENBRENNER, 1989). Essa interdependência, por conseguinte, implica em influências recíprocas entre os vários componentes, não envolvendo, portanto, uma sequência direta, mas sim um retorno recíproco e contínuo (CARVALHO, 1993).

Essa concepção, assim, encontra-se com a noção de Sistemas Abertos, onde os sujeitos inseridos em um determinado contexto dependem das relações de troca com seus ambientes para sua existência. A título de comparação, sistemas fechados, nessa lógica, seriam aqueles onde o sujeito não dependeria da relação de troca com um ambiente que o circunda (CARVALHO, 1993). Com isso, entende-se que o ideal para análises, na lógica da Psicologia Ecológica, seria levar em conta não somente o impacto de dimensões do ambiente sobre as pessoas, mas também a ação e reação destas sobre seu ambiente, inclusive modificando-o por meio de suas ações (BRONFENBRENNER, 1989).

A título de conceituação, vamos nos debruçar um pouco sobre o que seria considerado como ambiente para a Psicologia Ecológica. Primeiramente, tem-se uma percepção errônea em estudos diversos, quando estes colocam o comportamento humano e o ambiente físico e/ou cultural como dicotômicos. Isso porque, para a Psicologia Ecológica, o ser humano é justamente um dos componentes do contexto ambiental, em interdependência com todos os outros componentes (CARVALHO, 1993).



Obviamente, como ressaltado por Valsiner (1987, apud CARVALHO, 1993) é bem comum em pesquisas científicas retirar o objeto de estudo, seja o ser humano ou seus fatores psicológicos, do seu contexto natural. Entretanto, tal dicotomia se caracteriza por uma separação inclusiva da pessoa em relação ao seu ambiente. Com isso, contexto ambiental entraria necessariamente na análise do fenômeno estudado, havendo interdependência entre eles (CARVALHO, 1993).

Para além dessa interdependência do sujeito com o ambiente ao seu redor, temos também o foco na percepção que este sujeito possui do seu ambiente. Assim, adentramos na Teoria de Campo de Kurt Lewin, a qual apresentava a noção de ambiente percebido ou experienciado, bem como a diferenciação também entre o ambiente psicológico ou pessoal. Todas essas concepções viriam da noção de espaço de vida (EVANGELISTA, 2010).

Nessa lógica, Lewin afirmava que existiria uma interdependência entre as várias partes componentes do espaço de vida. Sejam essas partes pessoas ou seus ambientes, estas são variáveis que dependem mutuamente uma da outra. Nessa lógica, Carvalho (1993) disserta sobre a teoria de Lewin dizendo que:

Sua concepção de campo psicológico como determinante do comportamento, supõe que tudo que afeta o comportamento num determinado momento está representado no campo existente naquele momento; ou seja, são componentes de um campo presente somente aqueles fatos que podem influir no comportamento. Entretanto, o campo que influencia um indivíduo não é descrito em termos fisicamente objetivos, mas sim da maneira como ele existe para a pessoa naquele momento (p.438).

Assim, na chamada psicologia individual, o campo seria o espaço de vida do indivíduo, constituindo-se tanto da pessoa como do meio psicológico tal como ele existe para essa pessoa em específico. Já em uma dita psicologia grupal, o espaço de vida se constitui de um grupo e do meio tal como este existe para aquele grupo (CARVALHO, 1993; EVANGELISTA, 2010).

Bronfenbrenner (1989) posteriormente se apoia em Lewin para desenvolver sua própria concepção de ambiente, a qual expande um pouco mais a conceituação de espaço de vida. Para o autor, as características do ambiente ecológico não poderiam ser determinadas observando apenas os comportamentos individuais. Isso porque pessoas singulares, mesmo que habitando o mesmo ambiente ecológico, podem diferenciar-se em atributos psicológicos e, assim, sua percepção do meio pode vir a ser diferente (BRONFENBRENNER, 1989).

Porém, é possível identificar atributos em comum numa população de determinado ambiente ecológico, sendo possível assim identificar comportamentos para além do individual. Com isso, estudar o ambiente ecológico é consideravelmente mais plausível do que o ambiente psicológico em si. Isso porque, ao contrário do meio psicológico, o meio

ambiental é calcado no espaço físico em um período específico de tempo e sob um contexto cultural e social passíveis de serem observados (CARVALHO, 1993).

Ainda referenciado em Lewin, Bronfenbrenner (1989) ressalta a importância do campo fenomenológico para a pesquisa ecológica. É preciso assim, estudar o ambiente percebido pelas pessoas, não simplesmente se ater a aspectos físicos dele. Entretanto, como citado acima, observar aspectos psicológicos individuais também não são a melhor maneira de apreender esse complexo sistema. Com isso, observar a percepção de diversos indivíduos em correlação seria uma das formas de apreender da melhor maneira o ambiente ecológico que acontece ali.

Em suma, a concepção de ambiente de Bronfenbrenner (1989) com base em Lewin teria ligação com a noção de ambiente percebido pelas pessoas, apontando a importância de sua investigação. Nessa direção é que adentramos na ótica de Gibson, que considerou que a percepção cotidiana normal não seria dividida por partes, mas sim, funcionaria num todo ecológico. Daí viria sua influência para a Psicologia Ecológica, na qual ele acreditava que o ato de perceber seria, na verdade, o ato de perceber as propriedades do meio ambiente em referência às criaturas existentes nele (AUMONT, 2002).

O psicólogo, assim, introduz seu mais famoso conceito: o das *affordances*. Como já fora apresentado na introdução deste trabalho, o termo *Affordance* foi criado objetivando a conceituação do fenômeno que ocorre entre o sujeito e o ambiente. Por meio principalmente do sentido visual, o indivíduo absorve informações do meio e estabelece uma relação destas com o seu próprio corpo. A partir daí, ele passa a perceber determinadas *affordances* no objeto em questão (GIBSON, 1986).

Além dessa avaliação primordialmente visual, Gibson ainda discorre sobre como diferentes configurações propiciam diferentes comportamentos em diversos animais. Essa característica de mesclar fatores psicológicos e físicos, como já ressaltamos anteriormente neste trabalho, aumenta consideravelmente o nível de complexidade para uma análise de *affordances* (GIBSON, 1986).

Como Perani, Neto e Marini (2017) explicam em seu trabalho, Gibson criou a palavra *affordance* a partir do verbo inglês *to afford*, o qual pode ser traduzido para o português como “permitir” ou “ter condições de algo”. Assim, para Gibson, um indivíduo enquanto observador num ambiente está passível de perceber ou não inúmeros elementos ali e, assim, perceber ou não determinadas *affordances* de acordo com suas necessidades, contexto, história de vida e outros fatores. Porém, é importante ressaltar que, nessa ótica, a

*affordance* continuaria existindo em latência naquele objeto ou ambiente, estando sempre lá para ser percebida por outrem.

Desse modo, *affordances* existem independente de serem percebidas ou não pelos sujeitos em seus ambientes. Assim, “as possibilidades de ação contidas naquele ambiente/objeto estão ali sempre presentes, mesmo que elas não sejam percebidas ou que não haja nem informações perceptuais” (PERANI, NETO, MARINI; 2017. p.191). Importante ressaltar que a percepção dessas *affordances* é determinada também por elementos culturais, sociais, históricos e intencionais que são inerentes ao sujeito inserido naquele ambiente. Com isso, podemos entender que esses elementos podem favorecer a percepção de determinadas *affordances* em detrimento de outras (GAVER, 1991 apud PERANI, NETO, MARINI; 2017).

Podemos observar aí como a Psicologia Ecológica apresenta uma percepção demasiadamente diferente em relação aos estudos da percepção como um todo. Primeiramente, temos a teoria das *affordances* de Gibson que tem como foco a percepção direta seguindo a lógica de que o estímulo em si já traz a especificação do ambiente para o sujeito observador. Nessa lógica, as qualidades de um ambiente seriam apreendidas sem intervenção direta de processos mentais como memórias e representações. Essa é uma das principais diferenças da perspectiva ecológica para as teorias mais cartesianas da percepção dita indireta (PERANI, NETO, MARINI; 2017).

Entretanto, é importante ressaltar que estes processos mentais como a memória e as categorias criadas por cada indivíduo não são totalmente descartadas por Gibson em sua teoria. Como já afirmamos aqui anteriormente, esses elementos, bem como a cultura e o contexto histórico, podem favorecer a percepção de determinadas *affordances*. Porém, Gibson não considerou esses elementos como influenciadores diretos da relação entre pessoa e objeto. Na verdade, fazendo aqui uma analogia com a figura/fundo da *Gestalt*, poderíamos conceber que elementos como cultura e história de vida estariam como fundo do processo no qual a relação entre pessoa e objeto seria a figura. O todo desse processo, que juntaria figura e fundo, seria assim a *affordance*.

O próprio Gibson cita *affordances* como se fossem um dos elementos considerados como invariantes em um ambiente. Esse tipo de propriedade do ambiente seria aquela que permanece constante em relação ao seu agente. Isso faz a psicologia ecológica se distanciar um pouco da psicologia da *Gestalt*, uma vez que a segunda considera que as propriedades de um objeto seriam modificadas de acordo com as necessidades do próprio agente (PERANI, NETO, MARINI; 2017).

Com isso explicitado, podemos considerar as *affordances* como sendo percebidas a partir de um processo de percepção direta, ativo e totalmente exploratório por parte do indivíduo. Essa exploração sugere que, para que o sujeito tenha a devida percepção de *affordances* é necessário que este imerja no ambiente em questão, podendo, inclusive, ser auxiliado e influenciado por fatores diversos para além da mera percepção daquele espaço. Com isso, podemos observar que a ótica da Psicologia Ecológica não entende os processos mentais como determinantes da percepção, mas sim como mais um entre vários elementos que a influenciam (GIBSON, 1986).

Sendo considerado um colaborador para a teoria das *affordances* de Gibson, Donald A. Norman fez consideráveis acréscimos ao conceito. Para ele, uma *affordance* não é uma propriedade sólida e delimitável. Na verdade, ela seria propriamente o relacionamento entre o objeto e o organismo que está agindo sobre ele. Com isso, um mesmo objeto pode ter diversas *affordances* diferentes para cada indivíduo que se relaciona com ele em cada tempo específico (NORMAN, 2013).

Mais voltado para a teoria do design, mas sem abandonar completamente os estudos da psicologia, Norman apresenta sua maior contribuição para o conceito de *affordance* quando estabelece a existência de *affordances* ditas reais e outras chamadas de percebidas (PERANI, NETO, MARINI; 2017). Sobre a relação dessa contribuição de Norman com a teoria original de Gibson, Perani, Neto e Marini (2017) ressaltam que:

Embora estes conceitos estejam implícitos nos escritos de J.J. Gibson, sem ter nenhuma espécie de denominação, Norman os destaca justamente para introduzir a sua ideia central do uso das *affordances* no design de interface; ao planejar um ambiente virtual, os designers trabalhariam com *affordances* percebidas, que fornecem pistas ao usuário de como utilizar aquelas funções (PERANI, NETO, MARINI; 2017. p.194).

Com isso, podemos diferenciar *affordances* percebidas das reais pela percepção que os sujeitos possuem delas. As *affordances* chamadas de “percebidas” seriam as possibilidades de ação em relação a um objeto em um determinado ambiente que são percebidas por um usuário efetivamente. Por sua vez, as *affordances* reais seriam o grupo das possibilidades de ação que podem realmente ser executadas por um usuário com aquele objeto em um determinado ambiente, ou seja, as *affordances* reais são o grupo total de possibilidades de ação que um ambiente ou objeto possuem (NORMAN, 2013). Como Perani, Neto e Marini (2017) ressaltam na última citação, essa lógica é necessária para que estudos na área do design, por exemplo, sejam possíveis.

Além disso, Norman (2013) deixa claro em sua obra que é impossível para um humano de modo singular ter a percepção do grupo total de *affordances* reais do objeto ou ambiente. Isso porque este é um universo incognoscível para que um único indivíduo possa abarca-lo em sua plenitude. É um fundo que remete à perspectiva pragmaticista de Frederic Perls, citado por Pimenta em sua obra de 2016.

No meio dessa interação entre aspectos físicos e psicológicos nas *affordances*, Gibson (1986) apresenta outra reflexão sobre o tema que é também relevante de ser citada aqui. Isso por conta da capacidade humana de modificar o ambiente e os objetos ao seu redor. Com isso é criada a possibilidade do desenvolvimento de novas e inéditas *affordances* desenvolvidas a partir de duas partes interligadas, uma natural e outra construída. Entretanto, mesmo que delimitando essa diferença para fins didáticos, Gibson ressalta o quão errônea é a postura de separar esses dois elementos – naturais e construídos – como se estes funcionassem de forma distinta um do outro (GIBSON, 1986).

De acordo com Gibson (1986), separar o que é natural do que é artificial no sentido de contexto/ambiente é um erro, pois artefatos humanos são construídos a partir de elementos naturais, seja um edifício ou a própria filosofia. Com isso, o autor ressalta que as dualidades mental/físico, objetivo/subjetivo, natural/artificial são inúteis para a análise em questão. Isso porque o mundo funciona de forma interligada e totalmente interdependente, de modo que cada um desses elementos postos como antagônicos possuem influência e alteram uns aos outros, sendo desnecessária a sua separação (GIBSON, 1986).

Com isso, é possível notar a complexidade do conceito que envolve tantos níveis de contexto e tantas interações entre objetos, ambientes, sujeitos, animais, equipamentos, artefatos, comportamentos, sociabilidades e demais sistemas construídos ou não, objetivos ou não. Explicitando essa relação em outros termos, as *affordances* implicam uma espécie de complementaridade entre o chamado organismo-agente que atua sobre o ambiente e o próprio ambiente-contexto que recebe essa ação. *Affordances*, dessa forma, são propriedades e/ou características do mundo e de seus objetos que são definidas a partir da interação direta ou indireta das pessoas com eles (GAVER, 1991 apud PERANI, 2014).

Se assim o é com elementos mais profundamente estudados pelos autores citados, como ambientes naturais, cidades e até aparatos sociais. Não seria diferente com produtos originados na contemporaneidade. Com o constante desenvolvimento tecnológico atual, novos artefatos humanos surgem com formatos, funcionalidades e capacidades as mais diversas.

Podemos incluir neste grupo de artefatos as mídias sociais, recursos de hardware de computadores, smartphones, bem como a própria internet como um todo. Esses artefatos, quando criados e espalhados pelos mais diversos grupos sociais, vieram carregados de *affordances* percebidas já premeditadas, como a intenção de comunicação à distância ou a facilitação de transmissão de códigos e informações. Entretanto, com o seu desenvolvimento cada vez maior, estes usos começaram a se tornar cada vez mais variados, muito por conta de *affordances* reais que passaram a ser percebidas pelos usuários desses artefatos de acordo com o seu acesso à informação, contexto cultural e demais influências.

Com isso, podemos ver aqui alguns subsídios para a hipótese que foi levantada neste trabalho de que as comunidades de fãs podem influenciar positivamente seus membros por conta do aspecto lúdico que o material da cultura pop atribui ao ativismo, deixando-o mais facilmente inteligível. Essa injeção de material mais lúdico em mensagens ativistas diversas pode ser interpretada como um processo de percepção de *affordances* antes não percebidas pelas comunidades de fãs. Agora, essas comunidades não só possuem organização e inteligência coletiva o suficiente para reivindicar seus direitos frente ao material o qual consomem (JENKINS, 2009), mas também conseguem mesclar informações de cunho totalmente vinculado à cultura de fãs com elementos da realidade política e social do país, como instrumentos metafóricos tais quais o próprio McLuhan utilizava em seus trabalhos.

Em meio a essa produção cada vez mais exacerbada e especializada, que traz um acúmulo gigantesco de informação para as mãos das pessoas enquanto atores em um ambiente/contexto complexo e multifacetado, adentraremos em seguida em uma explanação mais aprofundada sobre esse contexto multicódigo (PIMENTA, 2016).

## 4 O ATIVISMO POLÍTICO E OS MOVIMENTOS SOCIAIS

O presente capítulo tem por objetivo servir de base para parte da discussão que se sucederá no decorrer deste trabalho. Para falar do chamado ciberativismo, se faz necessária uma apresentação breve sobre o desenvolvimento histórico dos movimentos sociais modernos e do ativismo contemporâneo. Em sequência, será apresentada uma contextualização do cenário político brasileiro atual, com intuito de preparar o campo de discussão para argumentações que se seguirão.

Optou-se por iniciar esse traçado histórico pelo episódio conhecido como o Maio de 68, o qual será devidamente explicado abaixo, pois entende-se que características específicas desse momento da história da França podem ter servido de influência para revoltas e manifestações populares sucessivas que se desenrolaram numa teia de fenômenos que culminaram no objeto específico de pesquisa do presente trabalho. Ao longo da explanação serão demonstrados tais padrões e características influenciadoras, como as características de linguagem facilitada para afetar uma maior parte da população.

### 4.1 UM PARÂMETRO HISTÓRICO SOBRE O ATIVISMO MODERNO

O desenvolvimento das sociedades é permeado por guerras, protestos e revoltas dos mais variados tipos, atravessando o percurso histórico de qualquer contexto político, social e/ou nacional que seja observado. Vários foram os episódios na história ocidental que retrataram momentos onde a sociedade se organiza contra ou a favor de alguma reivindicação específica. Desde a revolução francesa e o iluminismo até a Guerra do Vietnã e a sua relação direta com os hippies, sem deixar de citar as revoltas dos estudantes franceses de Maio de 1968. Como Pereira e Pimenta ressaltam em seu trabalho: “(...) tempos turbulentos sempre tiveram um mediador tecnocultural que servisse de amparo e alavanca intelectual às questões políticas e sociais da hegemonia em conflito” (PEREIRA & PIMENTA, 2012. P. 1).

Entre os diversos episódios que poderiam ser citados como exemplo, será escolhido como marco inicial o movimento conhecido como Situacionismo do qual surgiu o contexto para que os eventos de Maio de 1968 ocorressem. Como cabeça pensante que desenvolveu este movimento está Guy-Ernest Debord, fundador do movimento conhecido como Internacional Situacionista (IS), o qual foi influenciado por movimentos como o Surrealismo, o Festival de Cinema de Cannes e os Letristas de Isidore Isou (JACQUES, 2003).

Já no seu primeiro projeto associado com os Letristas em Cannes, Debord entrou em conflito com Isou e se desligou do grupo para, em 1952, fundar a Internacional Letrista (IL). Poucos anos e alguns trabalhos publicados depois, o grupo se condensou e se transformou no que seria algum tempo depois a Internacional Situacionista. A principal tese situacionista era a chamada “Revolução do Cotidiano”, a qual se sustenta como uma experimentação radical dos lugares e das cidades, focando bastante em conceitos arquitetônicos que ditavam a organização urbanística das cidades. Para Debord, essa revolução deveria superar a dicotomia entre os momentos banais da vida e os chamados momentos artísticos de pura inspiração e deleite (VELLOSO, 2002).

Outro grande nome do Situacionismo, Potlatch falava da construção de situações, as quais teriam como foco a reinvenção da permanência nas cidades, modificando toda a arquitetura e o estilo de vida urbana (JACQUES, 2003). Toda a força desse movimento surgiu no período pós-Segunda Guerra, quando a cidade de Paris começava a se transformar e a se urbanizar em um ritmo nunca antes visto. No caos organizado da cidade a inquietação destes pensadores levou a um embate ativista iniciado por frases pintadas em muros de igrejas e panfletos com dizeres como “construa para você mesmo uma situaçãozinha sem futuro”. Nasce assim a vontade do movimento situacionista de transformar o mundo cotidiano por meio da fusão entre a vida comum e a arte (VELLOSO, 2002).

Com os anos a IS adquiriu cada vez mais adeptos em vários países como Itália, França, Inglaterra, Alemanha e outros pequenos países europeus. Passando a publicar periódicos com textos que viriam a se tornar icônicos, o movimento manteve produtividade constante entre 1958 e 1969, com 12 números da revista publicados. Entre os conteúdos das revistas estavam questões a respeito da arte e do urbanismo, mas principalmente conteúdos referentes às esferas propriamente políticas e revolucionárias. Todo esse ativismo resultou na participação direta da IS nos eventos de Maio de 1968 (JACQUES, 2003).

É importante ressaltar que a IS não foi um movimento único ou exatamente inédito na história. Na mesma época em que ela ganhava força, o grupo Provos também crescia na Holanda. Este foi considerado o primeiro movimento no qual os jovens, enquanto um grupo social independente, tentaram influenciar ativamente a política do seu país (GUARNACCIA, 2001). A originalidade da revolta Provos se deu por meio do seu posicionamento em referência a sociedade. O grupo não tentava romper com a sociedade na qual viviam, mas sim provocar uma pane nela internamente, ou seja, como movimento pertencente à própria sociedade a qual criticavam. Algo que se aproxima bastante de alguns perfis de reivindicação que observamos atualmente.



O Provos, contrariamente a IS, não propunha uma ideologia ou estilo de vida próprio. Inclusive, o movimento não se considerava um partido político e nem muito menos um movimento social propriamente dito. Mesmo que outros movimentos posteriormente apresentassem semelhanças a esse estilo, como o próprio movimento Punk nos Estados Unidos, a IS possuiu um impacto maior a nível internacional do que o Provos. Muito, poderia se considerar, pela diferença entre a abrangência política da França e da Holanda tanto na época como atualmente (GUARNACCIA, 2001).

A sequência de evolução das reivindicações da IS são bem claras, uma vez que sejam analisadas por meio de uma linha contínua. Inicialmente o movimento francês se preocupava propriamente com os padrões da arte moderna existentes na época. Em seguida, esta preocupação evoluiu naturalmente para uma reivindicação da chamada “arte ligada à vida”, que em seguida foi associada a uma cidade e vida urbanas em geral (JACQUES, 2003). Dando sequência para este raciocínio, a IS se tornou prontamente ativista e decididamente política, reivindicando direitos para os habitantes da cidade, pensando em sua autonomia e qualidade de vida. Sobre isso, Jacques (2003) comenta que:

Eles passaram diretamente da ideia da revolução da vida cotidiana para a questão da revolução política propriamente dita e a partir desse momento – 1961, após a publicação da IS n. 6 – os textos situacionistas abandonaram as ideias sobre a cidade em particular, para se dedicar a questões exclusivamente políticas: ideológicas, revolucionárias, anticapitalistas, antialienantes e antiespetaculares (o que não deixou de estar relacionado à questão urbana) (p.4).

Toda essa produtividade ativista da IS acabou por determinar parte do espírito revolucionário do período imediatamente anterior a 1968. Algumas obras são consideradas como as principais bases para este espírito; tais como “A Arte de Viver para as Novas Gerações”, publicada em 1967 por Raoul Vaneigem, na qual o autor presava por uma linguagem mais acessível para todos os públicos, com o intuito de atingir o máximo possível da população para que, segundo ele, as palavras pudessem se tornar munição contra seus inimigos (VANEIGEM, 1967).

Além desta, foi um carro chefe para o pensamento ativista da época também o hoje clássico “A Sociedade do Espetáculo”, do próprio Debord, publicado no mesmo ano que a obra de Vaneigem. Neste livro, com linguagem tão acessível quanto o de seu parceiro, Debord constrói uma análise a respeito daquilo que chama de Espetacularização da Sociedade Moderna. As discussões do teórico revolucionário foram tão pertinentes que ecoam em estudos da área da comunicação e demais ciências sociais até hoje. Para Debord, o espetáculo constituiria um modelo de vida presente e dominante na sociedade moderna, formado por uma

linguagem constituída por signos ligados à produção que seriam ao mesmo tempo o princípio e a finalidade última da produção (DEBORD, 2003).

Com todas essas discussões e questionamentos em ebulição, os membros da IS ergueram entre os dias 10 e 14 de maio de 1968 uma barricada em Paris e administraram os Comitês de Ocupação da Sourbonne. A greve geral rapidamente adquiriu proporções estrondosas e foi considerada uma revolução na época. Atualmente muitos a consideram como um dos acontecimentos revolucionários mais importantes do século XX. Isso por conta da sua característica generalista, ou seja, um movimento que não abarcou somente uma parcela ou casta da população, mas sim uma reivindicação tão geral que superou barreiras étnicas, de classe, de idade e de cultura (VELLOSO, 2002).

Aproximadamente dois terços dos trabalhadores franceses da época aderiram aos dias de greve e os protestos chegaram a levar o general de Gaulle a criar um quartel general de operações militares para dissolver a Assembleia Nacional e marcar eleições parlamentares para 23 de junho de 1968. Entretanto, após as eleições, o partido Gaullista emergiu ainda mais poderoso e acabou derrotando o movimento estudantil na Assembleia Geral (VELLOSO, 2002).

Apesar de toda a visibilidade que a Internacional Situacionista conquistou nas diversas ações ativistas que culminaram na greve geral de 1968, ela acabou entrando em crise após as eleições. O seu rápido e espontâneo reconhecimento popular atraiu diversos novos membros de vários países. Essa aglomeração de seguidores tão distintos acabou tornando a organização cada vez mais complexa e incontrolável (JACQUES, 2003). Os fundadores da IS foram então exilados e o movimento em si acabou por extinguir-se durante os anos seguintes, terminando mais precisamente em 1972

Antes desse marco ativista do século XX, tínhamos a concepção moderna de movimentos sociais muito ligada aos movimentos de caráter revolucionários com ações ligadas a lutas políticas diretas e radicais. Até a década de 1970, as lutas políticas dos movimentos sociais eram basicamente lutas de classes no interior da sociedade capitalista. O Maio de 68 foi justamente uma quebra deste paradigma, com uma organização popular que viria a ditar como o ativismo começaria a se comportar nas décadas seguintes.

Se antes os movimentos sociais eram identificados como um produto da ação histórica da sociedade, agora eles teriam um caráter um pouco mais autônomo e aberto. Com reivindicações que perpassariam diversos âmbitos da vida cotidiana e social. Como o próprio Debord disse durante seu período de exílio, a era situacionista estava apenas começando (DEBORD, 2003). Assim, a leitura revolucionária ligada à disputa de classes começou a se

tornar ultrapassada à medida que os movimentos sociais começavam a se multiplicar e a adotar um nível de complexidade e variedade nunca antes visto (MACHADO, 2007).

Diversos autores começaram a se debruçar então sobre essa nova massa de reivindicações e ativismo. Pasquino (1992, apud MACHADO, 2007), ressalta em seu trabalho que é possível dividir os analistas do tema em duas correntes distintas. Em um extremo estariam aqueles que viam as organizações ativistas e passeatas como manifestações da irracionalidade proveniente da erupção das massas. Entre eles estariam Le Bon, Tarde e Ortega y Gasset. No outro extremo dessa ótica estariam três pesquisadores bem distintos: Karl Marx, Emille Durkheim e Max Weber. Mesmo que seus enfoques de estudo e bases de análise sejam bem distintos, os três icônicos pesquisadores viam os coletivos sociais como um potencial peculiar e novo para ações sociais. Mesmo com essas percepções, a ideia de movimentos sociais como são concebidos atualmente não era um tema específico de pesquisa na época. Dessa forma, todas essas percepções sobre o tema eram indiretas e não devidamente aprofundadas (MACHADO, 2007).

Atualmente temos definições um pouco mais precisas sobre os movimentos sociais e o ativismo. Castells (1999), por exemplo, define os movimentos sociais como ações coletivas que, dependendo de seu êxito ou fracasso, transformam valores e instituições. Já Machado (2007) faz uma análise mais complexa do termo, ligando diversos estudiosos para sintetizar que movimentos sociais se referem a formas de organização sociais norteadas por um conjunto de interesses e valores divididos entre uma comunidade, classe ou grupo. Esses interesses em comum orientariam as formas de atuação social do grupo. Esses movimentos teriam assim o objetivo de mudar a ordem social presente ou pelo menos uma parcela dela, caracterizando-se por não possuírem vínculos institucionais diretos.

Essa mudança no olhar sobre os movimentos sociais, bem como a própria mudança do comportamento desses coletivos ao longo das quatro últimas décadas foi decorrente da mudança no cenário político internacional. Principalmente pós Segunda Guerra e, mais recentemente, pós Guerra Fria. O fim do embate ideológico entre a União Soviética e os Estados Unidos fez com que a democracia ocidental se fundisse totalmente com o capitalismo moderno. Essa poderosa junção de estruturas sociais começou a enxergar os movimentos sociais cada vez mais como atores importantes para a promoção dos direitos civis (MACHADO, 2007). Assim, ao invés desses movimentos serem vistos como revolucionários ou marginais como outrora, passaram a ser tratados como manifestações próprias e sadias de um ambiente político e social diversificado.

Machado (2007) inclusive descreve que:

O ‘súbito’ surgimento de mais de mil organizações sociais, agremiações políticas e outros coletivos civis na ex-União Soviética, no início do processo de democratização, é uma prova contundente disso. Isso evidenciou que, ainda que pudessem ser uma expressão de luta de classes ou da desigualdade social, os movimentos sociais nunca dependeram disso para existir. Ao contrário, seu fortalecimento e proliferação estiveram mais associados ao amadurecimento ou transformação das instituições democráticas e da própria capacidade de organização da sociedade civil. Observa-se hoje que as demandas dos movimentos sociais são variadas, específicas e, inclusive, peculiares a certos contextos sociais, históricos e culturais (p.254).

Continuando o raciocínio explicitado no recorte do autor, surge então o termo “novos movimentos sociais” como forma de designação desses coletivos descritos acima. Esses novos movimentos teriam caráter principalmente pacifista, feminista ou ambientalista. Com características quase exclusivamente urbanas e consideravelmente distantes dos ideais classistas dos movimentos sindicais anteriores. Deste ponto até os dias atuais não é raro ver movimentos que estão em cooperação direta com o sistema econômico de seu país. Nesse padrão, nota-se que os movimentos sociais começaram a ganhar mais espaço e legitimidade no momento em que os governos e suas instituições assumiram práticas políticas mais cooperativas e, assim, criando oportunidades para que políticas públicas e outros programas surgissem (JACQUES, 2003).

Mais precisamente sobre o advento dos novos meios de comunicação modernos, John B. Thompson ressalta a característica de disjunção entre o espaço e tempo que estes novos meios possuem. A partir de daí, informação e conteúdos simbólicos diversos podem ser transmitidos para distâncias cada vez maiores e, inversamente, num tempo cada vez menor. O desenvolvimento desses novos meios de comunicação não diz simplesmente de novas redes de transmissão de informação, mas também da criação de novas formas de ação e de interação por meio de relacionamentos sociais modificados (THOMPSON, 2008).

Com isso, já no período entre os anos 1990 e o início do século XXI, os movimentos sociais passaram a ter um papel crucial como atores políticos nos Estados democráticos ao redor do mundo. Daí em diante, ferramentas tecnológicas começaram a potencializar a ação dos indivíduos, sendo estes mediados por ações virtuais cada vez mais desterritorializadas e desencadeadas por sujeitos das mais diversas partes do globo de forma simultânea e, muitas vezes, espontânea. Com a ausência de lideranças, de governos e de autoridades no então recente ciberespaço, a distinção entre as formas de ativismo mais pacíficas e as mais violentas, que beiram a ações criminosas de grandes proporções, começa a se diluir cada vez mais.

Ligado a isso, Thompson relata que:

O desenvolvimento dos meios de comunicação não somente criou novas formas de interação, mas também fez surgir novos tipos de ação que têm características e consequências bem distintas. A característica mais geral destes novos tipos de ação é que eles são responsivos e orientados a ações ou pessoas que se situam em contextos espaciais (talvez também temporais) remotos. Em outras palavras, o desenvolvimento dos meios de comunicação fez surgir novos tipos de 'ação à distância' que se tornaram cada vez mais comuns no mundo moderno (THOMPSON, 2008. p.92).

Um exemplo dessa relação entre os meios e as suas conseqüentes novas formas de interação é o modo como o Exército Zapatista de Liberação Nacional (EZLN) fez uso da internet para reunir diversos movimentos sociais em prol de discussões pertinentes ao povo indígena em Chiapas, no México, em 1994. Combinando o uso das redes digitais com encontros face a face, debates, passeatas e publicações de livros e folhetos, o movimento conseguiu a formação de uma rede descentralizada de trabalho ativista e voluntário (PIMENTA, 2016).

Entretanto, mesmo com um reconhecimento internacional considerável, o movimento Zapatista não investiu efetivamente nas possibilidades que a internet poderia propiciar para ele no sentido de alcance de sua mensagem e organização do movimento. Essa ausência do uso adequado dos multicódigos deixou em falta certa sensação de compartilhamento de ideias. Assim, mesmo que o movimento tenha durado quase dez anos, acabou sendo extinto em novembro de 2005 (PIMENTA, 2016).

O embate entre informações durante a Invasão do Iraque em 2003 é outro dos grandes exemplos deste período. De um lado a grande mídia mundial e, principalmente, a norte-americana, focava uma ótica claramente positiva para os Estados Unidos. Por outro lado, agências menores de notícias, mídias árabes, bloggers, movimentos ativistas antiguerra e a imprensa independente mostravam outras versões do embate altamente conflitantes com aquelas divulgadas pela grande mídia. Esse grupo diferenciado de produtores de mídia compartilhavam notícias e imagens que não chegavam normalmente aos telespectadores pelas emissoras de televisão tradicionais. Com isso, esses conteúdos começaram a se espalhar rapidamente pela rede, alcançando milhões de pessoas sedentas por informações verossímeis sobre o conflito (MACHADO, 2007).

Nesse contexto, uma organização surgida da própria internet, a MoveOn.org, conseguiu se organizar de modo a promover o maior protesto já realizado nas ruas de Nova Iorque até então. Foram mais de 250 mil pessoas se manifestando contra a Guerra do Iraque, mais precisamente no dia 15 de fevereiro de 2003. O MoveOn levantou recursos para estender sua campanha publicitária para emissoras de TV, periódicos e rádios. Tudo isso por meio de arrecadações em seu site (MACHADO, 2007).

Este exemplo retrata outra virada dos movimentos ativistas que se iniciaram a partir do Maio de 68 e da Internacional Situacionista. Aqui, a matéria prima passa a ser a informação gerada e compartilhada em rede. Esse novo movimento mediado parcialmente por aparatos tecnológicos modernos resultou numa ampliação exponencial da capacidade de produzir e reproduzir ideias e valores, além de experiências individuais e coletivas, num fluxo contínuo e crescente de nós que viriam a formar o que hoje temos como a Inteligência Coletiva (LÉVY, 1993; JENKINS, 2009).

Junto com essa nova onda ativista inserida nas novas tecnologias da informação, um grupo mais específico merece ser citado aqui principalmente por conta das suas influências na rede. O movimento do Hackerismo, que depois seria rebatizado de Hackerativismo. Este pode ser considerado como um conjunto de práticas ligadas ao controle, invasão e roubo de dados por meio da internet com o foco voltado para questões relacionadas ao direito internacional, liberdades civis e formas de organização políticas diversas (MACHADO, 2007).

Nesse contexto, temos também o 4chan.org, que surgiu por meio da iniciativa do americano Christopher Moot Poole, que adaptou um popular site japonês que existia desde 1999 e tratava, já em 2012, de mais de 600 seções diferentes. Só que, ao contrário do seu original japonês, que é um *textboard* e assim mantém o foco na linguagem escrita, o 4chan ocidental é baseado principalmente em imagens. Com o passar dos anos, o grupo chamado de *Anonymous* surgiu como uma identidade própria e independente derivada do 4chan. O grupo que utiliza até hoje como símbolo o personagem anarquista Guy Fawkes, do romance gráfico *V de Vingança*<sup>15</sup>, passou a fazer ataques a sites, jogos online e pessoas que considerassem como quebradoras das regras da internet (PEREIRA & PIMENTA, 2012).

Como Pereira e Pimenta apresentam em seu artigo de 2012, o primeiro embate político do *Anonymous* foi contra a Igreja da Cientologia. Este primeiro embate marcou também o primeiro protesto incentivado pelo *Anonymous* fora da internet, em 2008. Na ocasião, diversas passeatas foram organizadas ao longo da Europa, nos Estados Unidos e na Nova Zelândia, onde os participantes usavam as piadas e memes para protestar e ridicularizar a Igreja que, internamente, pregava mensagens de superioridade de seus fieis. Algumas dessas passeatas reuniram até oito mil pessoas, muitas delas com a icônica máscara da obra *V de*

---

<sup>15</sup> Série de histórias em quadrinho escritas por Alan Moore e publicadas originalmente entre 1982 e 1989. Em 2005 conseguiu um aumento de popularidade quando foi adaptada para o cinema pela DC Comics com a direção de James McTeigue e tendo os atores Hugo Weaving e Natalie Portman como protagonistas.

Vingança. Uma das falas recortadas de uma entrevista de Coleman (2008, apud PEREIRA & PIMENTA, 2012) com um participante dessas passeatas retrata bastante o perfil ativista que começou a surgir nesse período: “*eu vim pelo riso, mas fiquei pelo protesto*”.

A verdade é que a fronteira entre o hackerativismo, o ativismo político e os movimentos sociais é algo muito instável e tênue. O hackerativismo é profundamente motivado por questões políticas e ideológicas e, assim, motiva ativismos políticos que são engajados por movimentos sociais espontâneos ou organizados previamente (MACHADO, 2007).

Dando continuidade, na mesma direção do 4chan, temos o site reddit.com, que se diferencia do primeiro por ser mais voltado para postagem de links e votações de tópicos. Fundado por Alexis Ohanian, o site demonstrou pela primeira vez como funciona o poder anônimo da internet. Nesse episódio, a organização global e independente de defesa do meio ambiente GreenPeace fez uma votação online para angariar fundos para salvar uma baleia. Nessa votação, vários nomes foram sugeridos para batizar o animal. Entre várias opções mais sérias e metafóricas, um nome mais cômico (*Mister Splashy Pants*) chamou a atenção do Reddit e, por meio de um tópico muito comentado sobre o assunto, o próprio site ingressou na causa. Por meio de alguns pequenos gestos como trocar seu logo temporariamente pela imagem de uma baleia, o site engajou seus membros e em pouco tempo a votação pelo nome *Splashy Pants* foi de 5% para 70% (PEREIRA & PIMENTA, 2012). Ao final da campanha, a votação foi encerrada com 78% dos votos para *Splashy* e 3% para o segundo colocado. A repercussão do caso foi tão grande que atingiu até alguns protestos contra a caça às baleias no Japão. O episódio serviu para demonstrar o poder das comunidades virtuais com direito a agradecimentos públicos feitos pelo próprio GreenPeace na época

Como visto nesses exemplos episódicos, os ideais desses movimentos ativistas contemporâneos podem ser tanto universalistas (como o caso do MoveOn), como também mais particularistas (como o caso do Anonymous). Mesmo que esta ideia possa soar contraditória, ela caracteriza propriamente estes novos movimentos ativistas que podem atender tanto uma causa específica como um conjunto de aspirações coletivas e sociais. Com isso, as lutas acabam por se orientar cada vez mais com relação a um quadro mais amplo de lutas, que diz respeito a princípios de aceitação universais. O desenvolvimento sustentável, direitos humanos, combate ao racismo e a outras formas de discriminação, liberdade de expressão e o combate ao machismo institucional são alguns dos exemplos mais recentes que podem ser elencados (MACHADO, 2007).

Essa característica própria desses novos movimentos sociais pode ser explanada pelo que Antony Giddens chama de Modernidade Tardia. De acordo com o autor, a auto-identidade seria a característica fundante deste período que apresenta uma crescente conexão entre a intencionalidade do indivíduo e a extencionalidade, a qual seria a capacidade de interação com elementos cada vez mais globais. Com isso, um sujeito inserido nesse novo contexto sociocultural poderia negociar uma série de estilos de vida distintos, construindo uma identidade dialética e potencialmente global (GIDDENS, 1991).

Ainda sobre esses movimentos, Rheingold (2012) os caracteriza como *Smart Mobs*. Estes seriam grupos de pessoas que conseguem agir em conjunto mesmo sem se conhecer pessoalmente ou até mesmo por meio de perfis online. Como Jenkins, Ico e Boyd (2016) ressaltam, essas pessoas cooperam de formas inéditas por meio da Cultura Convergente, uma vez que possuem aparatos tecnológicos próprios que possibilitam essa comunicação. Com isso, diversos autores (RHEINGOLD, 2012; JENKINS, 2009; SANTAELLA, 2013; PEREIRA & PIMENTA, 2012) concordam que grupos de pessoas organizados em rede, ao utilizarem dessas ferramentas empoderadoras, conquistarão novas formas de poder e de domínio das informações e da própria realidade social.

Tais formas emergentes de organização ativista em combinação com o novo instrumental que permite uma comunicação ubíqua e convergente (SANTAELLA, 2013) possibilita o surgimento de novas entidades políticas na sociedade. Nesse contexto, vários atores sociais surgem apoiados em redes como uma espécie de aglomerado de células dormentes, passíveis de serem ativadas a qualquer momento, bastando o estímulo adequado para tal (MACHADO, 2007).

Essas chamadas células dormentes ou forças dormentes são basicamente grupos de pessoas conectadas na internet que, mesmo que possam fazer pouca diferença individualmente, quando organizadas, são encorajadas pelo sentimento de pertencimento ao grupo/comunidade e passam a participar de ações, desencadeá-las e difundi-las. Esses novos movimentos sociais articulados por meio de mídias sociais têm poder para agregar milhares e até milhões de identidades individuais anônimas e divididas em um conjunto mais coeso e solidário (MACHADO, 2007).

Em 2011 tivemos um dos últimos ápices registrados dessas ações ciberativista com a chamada Primavera Árabe. Esta foi considerada o marco do início do século XXI por conta da sua força de transformação e caráter revolucionário. O movimento que começou nas ruas por meio da autoimolação de Mohamed Bouazizi, na Tunísia, ganhou o espaço online e, assim, adquiriu ainda mais importância e visibilidade no mundo. Esse movimento passou a



representar uma força de divulgação de informações tanto para outros tunisianos como também para os demais países devido ao fechamento das comunicações e veto da entrada de jornalistas nos países árabes que passavam por revoltas populares (RODRIGUES, 2016).

Nessa direção, desde o uso de livros, filmes e outras formas de arte como material de ativismo no Situacionismo dos anos 1960, a cultura pop passa a movimentar uma série de práticas que perpassam por questões relacionadas direta ou indiretamente a ativismos e à política, interferindo inclusive nas dinâmicas jornalísticas mais atuais (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016).

Na última década, as comunidades de fãs, assim como os ativistas e os hackers, encontram potencialidades consideráveis no uso dos novos aparatos tecnológicos de informação. Mesmo antes da convergência de todos esses grupos emergentes na “rede das redes”, os chamados fandom já possuíam certa veia ativista, principalmente relacionada ao material do qual eles compartilham afeto e a relação desses grupos com as empresas detentoras dos direitos em cima dessa determinada franquia ou marca específica. No engajamento dos fãs é possível identificar aspectos democráticos e políticos como informação, discussão e ativismo (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

Assim, a partir dos anos 2010, percebe-se um aumento da preocupação de uma parcela de estudiosos da cultura de fãs a respeito das relações entre práticas de fandoms e participação política, mesmo que estas já ocorressem nos grupos de discussão conectados desde os anos 1990. Foram notadas formas mais sutis, individuais e não tão articuladas de resistência cultural; muito relacionadas a atos cotidianos manipulados e mascarados, sem que o indivíduo enquanto agente solitário coloque-se a prova na sociedade. Com isso, é compartilhada neste trabalho a noção de que, atualmente:

Entendemos o ativismo de fãs enquanto microrresistência cotidiana de natureza dualística, o que torna o fenômeno complexo na observação da relação entre a indústria do entretenimento, participação política, cultura pop e mobilização social. Tais peças aparecem engendradas com a criatividade dos fãs em suas práticas mais populares e triviais que incluem desde a produção de fanfics, fanarts, fanvideos como mobilizações, maratonas, entre outras (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015. p.152).

Entretanto, é necessário ir além da conceituação do ciberativismo e do ativismo de fandom para refletir um pouco sobre suas práticas atuais, bem como sua eficiência ou falta de eficiência. Um dos principais diferenciais dos movimentos sociais e ativistas vinculados às mídias sociais é a possibilidade de desterritorialização que eles possuem. O chamado Ciberativismo ou Ativismo Cibernético não serve somente como reforço do que acontece no

espaço offline, mas também possui certo potencial para ações totalmente novas, com características peculiares originadas do ciberespaço (RODRIGUES, 2016).

Isso tudo porque os chamados multicódigos possibilitariam uma maior relação de semelhança entre os objetos que visam representar e promover diversos estímulos para os sentidos sejam esses códigos textuais, visuais, sonoros ou gestuais. Tal variedade de percepções acaba por estimular pensamentos transformadores e permitir maior gama de opções comunicacionais (PIMENTA, 2015 apud RODRIGUES, 2016).

Com isso, Stephen Duncombe (2007 apud JENKINS; JOSHUA; GREEN, 2016) argumenta que o contexto cultural contemporâneo focado na apropriação e na remixagem de elementos a partir da cultura popular tem potencial para oferecer novos modelos de ativismo. Estes modelos teriam características mais voltadas à espetacularização (DEBORD, 2003) e à participação afetiva. Esse ativismo tem como característica atrair por meio das emoções já vinculadas às histórias conhecidas por um determinado público. Com isso rejeita vocabulários mais complexos, pelos quais normalmente são conduzidos os debates políticos.

#### 4.2 O IMPACTO DAS PASSEATAS DE 2013

A configuração tanto histórica como cultural do Brasil é formada por uma variada constelação de áreas culturais distintas, as quais conformam uma cultura nacional com certo grau de homogeneidade. Nesse contexto, os brasileiros atravessam as gerações nascendo e vivendo por toda a sua vida encontrando soluções criativas para seus problemas vitais, sendo estes, parte integrante de uma sociedade maior dentro da qual se formam subculturas. Atuam também de modos diversos entre si do que fariam em relação a povos estrangeiros (RIBEIRO, 1995).

Mesmo que plural no sentido cultural, o povo brasileiro encontra certa igualdade enquanto produto do mesmo processo civilizatório que atingiu quase ao mesmo tempo todas as localidades do país. Isso formou um modo de ser nacional que faz o brasileiro se identificar com diversos modelos construídos como uma identidade nacional. Parte dessa identidade estava ligada a uma passividade política ao mesmo tempo em que era vivenciada uma agressividade em outros âmbitos culturais, como no futebol ou na religião (RIBEIRO, 1995).

Essa passividade política não era característica da totalidade da população, porém até o início do século XXI, fazia parte da identidade nacional e era de fato reafirmada pela população que interiorizava tal identidade. Tanto que, mesmo que o chamado Movimento Passe Livre existisse desde 2005, foi só em 2013 que conseguiu uma visibilidade sem

precedentes, quando fez parte da liderança das passeatas de São Paulo que reverberaram por todo o território nacional e até em outros países. (SANTAELLA, 2016).

As chamadas Jornadas de Junho foram destaque no cenário nacional e internacional em 2013. Esse movimento é considerado como um marco para o ativismo brasileiro, uma vez que foi a primeira mobilização nessa proporção no século XXI no país. Embora um marco nacional, o movimento não foi de todo inédito, possuindo semelhanças com outros movimentos ao redor do mundo que o antecederam como a Primavera Árabe, os movimentos Occupy e até o Maio de 68 (RODRIGUES, 2016).

É possível elencar como características comuns destes movimentos a articulação entre as redes e as ruas e o chamado processo de autoconvocação. Além disso, todos esses movimentos não foram controlados por organizações. A crise de representação política foi característica de todos eles, assim como a base social que foi às ruas foi considerada heterogênea (RODRIGUES, 2016). O movimento brasileiro composto por militantes de esquerda levou multidões às ruas com o intuito de questionar o aumento dito abusivo do preço das passagens de ônibus urbano. O meio imerso em polêmicas envolvendo políticos e aumentos cada vez maiores de cobranças e taxas acabou por influenciar uma reverberação sem precedentes que alcançou todas as esferas e camadas da população, as quais foram pegadas de surpresa por um movimento massivo e plural, que aos poucos englobou diversas outras reivindicações tornando-se cada vez maior e mais forte. Sobre o episódio, Santaella questiona que “Não se dizia que os brasileiros eram passivos demais, sem consciência política? Um povo inebriado por futebol, Carnaval e cerveja, que só se aglomerava em show, bloco e passeata gay ou evangélica?” (SANTAELLA, 2016. P.

64).

Esse perfil insinuado por Santaella começou a ser modificado justamente com a eclosão das passeatas, não só da imagem do brasileiro frente à política, mas também da forma como estes fazem ativismo. Durante todas as Jornadas de Junho de 2013, os sites de redes sociais foram os primeiros meios utilizados para a mobilização das pessoas, inicialmente contra o aumento da tarifa do ônibus urbano em São Paulo. Posteriormente a discussão ganhou outros âmbitos mais multicódigos ainda, fazendo uso de sites como o YouTube e blogs diversos, assim como também recursos de *streaming* que passavam vídeos e gravações em tempo real do que acontecia nas passeatas, aumentando ainda mais a reverberação do movimento, como Rodrigues (2016) explica:

A transmissão online era uma forma de mobilização para que, por meio da indignação com a repressão policial, as pessoas se sensibilizassem a favor da causa e fossem às ruas, ou expressassem seu apoio no ambiente digital. Também eram

nesses espaços que novas pautas e formas de ação eram debatidas, bem como o agendamento de manifestações posteriores. (RODRIGUES, 2016. p.32).

Tal como o já citado Maio de 68 da França, o movimento brasileiro reuniu estudantes, mulheres, trabalhadores e outras classes diversas caracterizando-se como uma organização completamente heterogênea que representou uma organização da sociedade civil para articular seus diversos interesses de modo uníssono contra as instituições estatais e religiosas do país.

Partidos são universalmente desprezados pela maioria das pessoas. A culpa é dos políticos. Eles acreditam que seus cargos lhes pertencem, esquecendo que são pagos pelo povo. Boa parte, ainda que não a maioria, é corrupta, e as campanhas costumam ser financiadas ilegalmente no mundo inteiro. Democracia não é só votar de quatro em quatro anos nas bases de uma lei eleitoral trapaceira. As eleições viraram um mercado político, e o espaço público só é usado para debater sobre elas. (SANTAELLA, 2016. p.68-69).

Tal incômodo generalizado descrito por Santaella representa parte relevante do contexto que serviu de propulsor para o movimento que se desenvolveu a partir do Movimento Passe Livre em 2013. Entretanto, a internet garantiu uma característica muito diferente da existente no Maio de 68 na França: a mobilização surgiu antes de uma liderança aparecer para organizá-la (RODRIGUES, 2016).

Como se pode ver ao longo deste trabalho até então, o movimento brasileiro não foi inédito no sentido de se organizar nas redes sociais antes de ir para as ruas, mas serviu de base para todo um contexto político e social que ainda assola a população mesmo cinco anos após o ocorrido. Um dos principais fatores que foram consequência do movimento das passeatas de 2013 foi a passagem do debate público das esferas tradicionais da política para a internet, principalmente em sites voltados para redes sociais como o Facebook e o Twitter. Além disso, impossibilitada de avaliar a devida extensão da insatisfação que nasceu nas mídias sociais, a mídia tradicional acabou ela própria se tornando alvo da irritação popular (SANTAELLA, 2016).

Bittencourt e Gonzatti (2016) ressaltam a importância que a internet adquiriu nas mobilizações a partir deste episódio, servindo principalmente como uma facilitadora do relacionamento entre as pessoas e da comunicação entre quem estava em casa e quem estava nas ruas. Fora isso, o ciberespaço serviu também como uma arena para debates, difusão de informações tanto falsas como verdadeiras, troca de ideias e ampliação de opiniões diversas sobre os ocorridos (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016).

Os atos que começaram reivindicando a paralisação do aumento das passagens de ônibus passaram a ir também contra a repressão policial que ocorreu contra a própria passeata

nos primeiros dias. Posteriormente, o movimento passou a assumir uma insatisfação com todo um contexto político, econômico e social do país. O objetivo das jornadas passou a ser conscientizar o maior número de pessoas para que elas fossem às ruas apoiar a causa, aumentando cada vez mais o número de pessoas nas ruas. O foco era tão generalizado que englobava os órgãos governamentais nas esferas municipal, estadual e federal, exigindo deles posicionamentos válidos acerca dos temas tratados nas manifestações (RODRIGUES, 2016).

Esse aumento paulatino das pautas de reivindicação gerou um perfil cada vez mais genérico ao movimento. Essas pautas, que não mais diziam apenas do aumento da tarifa de ônibus urbano de São Paulo, permitiram que um maior número de pessoas se juntasse ao movimento, mas foi justamente a superficialidade com a qual alguns temas foram tratados que tornou o movimento cada vez mais frágil e disperso, continuamente sem liderança significativa. É importante ressaltar que mais do que as consequências práticas dos atos de oposição desenvolvidos durante as passeatas, o foco aqui é principalmente o nível de visibilidade alcançado nesses episódios. E neste caso específico da visibilidade, o reconhecimento das passeatas como ato de oposição encontrou força principalmente nas redes (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

O movimento ganhou força por todo Junho de 2013, mas acabou perdendo visibilidade principalmente pelo mesmo motivo que se formou: sua pluralidade e falta de liderança. Vários foram os impactos causados pelas passeatas de 2013, como o surgimento de diversos movimentos populares, partidários ou não, bem como bandeiras de partidos políticos já existentes e o surgimento de novos partidos, organizados por meio das reivindicações mais relevantes surgidas durante as passeatas.

A ebulição da situação política no país só se fez aumentar nas eleições presidenciais que ocorreram no ano seguinte, onde foram para o segundo turno Aécio Neves do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Dilma Rousseff do Partido dos Trabalhadores (PT), tornando a opinião política popular altamente polarizada e dividida quase que igualmente. O resultado disso foi a eleição mais acirrada que já ocorreu no país, com Dilma Rousseff ganhando por 51,64% dos 112.683.879 votos apurados (G1, 2014).

Daí se seguiu uma crescente instabilidade política no país, fruto da crescente oposição ao segundo mandato da então presidente Dilma Rousseff feita pelo PSDB e por diversos outros seguidores do partido. Junto a isso, cada vez mais polêmicas surgiam durante as investigações da operação Lava-Jato, incluindo a inserção do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva no processo. Junto a isso, uma crise financeira se aflorou na economia que,

unida com os outros focos problemáticos em questão, gerou uma movimentação a favor do processo de impeachment da então presidente Dilma Rousseff (SANTAELLA, 2016).

Assim, durante a votação do pedido de impeachment da então presidente na câmara de deputados, no primeiro semestre de 2016, observou-se o surgimento de diversas manifestações populares por meio de memes tanto na internet como também em cartazes nas ruas (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016), fruto de remixagens e apropriações feitas pelos usuários das redes que, agora, ajudavam nas ruas também (JENKINS, 2009).

É válido lembrar novamente que o termo memes foi desenvolvido por Richard Dawkins em 1976 por meio do livro *O Gene Egoísta*, no qual o autor mostra uma perspectiva do meme como a menor unidade complexa de reprodução cultural. Nessa lógica, em um determinado ambiente, um símbolo, uma grafia ou uma imagem recebe características e se transforma em função de aspectos socioculturais desenvolvidos a partir de apropriações e reproduções (DAWKINS, 1978).

É possível notar pequenos avanços na atual fase do ciberativismo comparada com os movimentos anteriores, principalmente decorrentes à popularização dos portais de interação online, como as plataformas já citadas como o Facebook, Twitter ou Youtube. Entretanto, mesmo que essas plataformas priorizem processos comunicacionais multicódigo, nota-se a existência de certa resistência ou futilidade ao utilizá-las de forma plena. Isso faz com que ainda exista uma necessidade de que os ciberativistas reconheçam as reais possibilidades que o ciberespaço possui ao ser utilizado como ferramenta para a reivindicação de direitos (PIMENTA, 2016).

Esses episódios, tanto nacionais como internacionais, demonstram de forma clara o conceito de ciberativismo bem como a importância dos múltiplos códigos que são utilizados em rede. Ainda são possíveis de serem notadas também as potencialidades que o ambiente do ciberespaço possui, relacionando-se com os seus usuários de modo que estes encontram usos distintos para eles. Muitos desses usos estão envolvidos direta e indiretamente nos processos ciberativistas.

Percebemos assim um novo tipo de militância política surgindo, fruto tanto do contexto social e econômico das sociedades, como também da cultura de convergência que está cada vez mais intrínseca nos processos comunicacionais. Essa “nova” militância acompanha seu tempo, repleta de hiperatividade e auto expressão, com práticas individualizadas que, em conjunto, se transformam em reivindicações sociais de um coletivo formado por indivíduos singulares (SANTAELLA, 2016).

## 5 CONVERGÊNCIA, MÍDIAS SOCIAIS E A INTERNET

No presente capítulo trabalharemos a contextualização da internet e seu ambiente multicódigo atual. Primeiramente será apresentado um panorama breve sobre a história da internet enquanto meio de comunicação. Em seguida, alguns conceitos básicos da convivência online atual como o ciberespaço, as redes sociais online e a lógica a inteligência coletiva. Com estes conceitos explicitados, será possível adentrar na ótica da convergência de mídias de Henry Jenkins. Com isso, o capítulo será concluído chegando em nosso objeto de estudo: as comunidades de fãs. Estas, contextualizadas neste ambiente multicódigo repleto de facilidades de comunicação.

### 5.1 A BREVE HISTÓRIA DA INTERNET

A história da internet, de fato, não é exatamente breve. Isso porque não existe um único processo, seja ele social ou histórico, que possa ser elencado como progenitor do período no qual vivemos atualmente. Analisar o impacto comunicacional em todo esse processo sócio-histórico é algo ainda mais complexo. Desde o processo demorado da alfabetização ao longo dos séculos XVII e XVIII na Europa até a invenção do telégrafo elétrico, o qual quebrou o paradigma que ligava diretamente transporte e comunicação (BRIGGS & BURKE, 2006), muitos são os fatores que poderíamos listar aqui que serviram como degraus para o período comunicacional multicódigo no qual estamos.

Isso porque, a cada modificação na forma de comunicar-se, a sociedade também é modificada em outros âmbitos, como em sua formas culturais de interação, o modo como estabelece seu comércio, o ritmo de crescimento demográfico entre vários outros elementos (CASTELLS, 1999). Entretanto, se faz necessário um recorte temporal para que a apreensão do construto histórico da internet se faça mais palatável no contexto deste trabalho.

A internet como instrumental comunicacional próximo do que temos na contemporaneidade surgiu em 1969 por meio de uma iniciativa do Departamento de Defesa dos Estados Unidos no período da Guerra Fria. Essa iniciativa almejava a criação de uma rede de trocas de informações que pudesse resistir a ataques nucleares. Porém, o projeto que fora inicialmente militar teve um prognóstico tão positivo que seus limites começaram a ser expandidos para uma explosiva popularização da rede (BRIGGS & BURKE, 2006).

Sobre este processo, Luciana Rodrigues explicita o desenvolvimento da chamada Arpanet, bem como sua conseqüente popularização:

Seus primeiros passos foram com a Arpanet, criada para ser uma forma de comunicação entre militares americanos, apresentada ao público pela primeira vez em 1972. Enquanto o seu uso estava limitado aos setores militares, foi criado o Protocolo TCP/IP - um projeto de protocolos abertos, que seria implantado em todas as máquinas que tivessem conexão com esta rede, um dos principais usados nos dias atuais. Posteriormente, aprimorando suas características, torna-se ARPA-Internet. A partir daí, passa a ser desenvolvida também por universidades pelo mundo, a fim de que pudessem realizar compartilhamento de informações científicas e resultados de pesquisas (RODRIGUES, 2016. p. 25).

Nesse processo retratado acima, algumas medidas política acabaram por influenciar o modo como a internet seria popularizada, bem como que tipos de leis a influenciariam diretamente. Isso porque, influenciadas pela contracultura das décadas anteriores, as primeiras precauções no que tange a popularização da internet viriam por manter seu foco em algo livre (BRIGGS & BURKE, 2006). A ideia era que o meio de comunicação fosse livre de qualquer tipo de domínio empresarial único. Com isso, a ideia que prevaleceu na internet em seu início foi a da horizontalidade, sem interferências drásticas de grandes empresas ou então limitações à informação (CASTELLS, 1999).

Logicamente a influência de grandes empresas como o Google ou o Facebook é passível de ser percebida na atualidade. Entretanto, mesmo com grandes empresas multinacionais ditando de certo modo o acesso a informação na internet atual, ainda podemos observar determinadas liberdades tal qual em sua origem. Podemos, inclusive, considerar esta origem como uma prática ativista, uma vez que os idealizadores da arquitetura de rede que originou os primeiros acessos públicos à internet fugiam ao máximo dos pressupostos de controle excessivo ou qualquer tipo de monopólio tecnológico (RODRIGUES, 2016).

Atualmente, podemos considerar a internet como uma quase imensurável rede de redes que envolve praticamente todo o planeta, interligando-o. Os meios pelos quais essa ligação é feita variam de sinais de rádio, sinais de linhas telefônicas e linhas digitais, até satélites de maior precisão ou fibras ópticas com terabytes de velocidade de transmissão de dados (COLETA, COLETA, GUIMARÃES; 2008). Com tamanha sofisticação, a internet assume o papel de ser o meio de comunicação interativo universal da chamada Era da Informação, como Castells comenta em sua obra:

A internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história: nos Estados Unidos, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível de difusão em 15 anos; a Internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial (CASTELLS, 1999, p.439).

Esse crescimento quase imensurável citado por Castells retratada com clareza a potencialidade de imersão que a internet possui. Além disso, ressalta também a capacidade



dos sujeitos de reinventar e reinterpretar tecnologias (SILVA & TAKEUTI, 2010). Essa ideia é justamente o que discutimos no capítulo anterior acerca das *affordances* de Gibson, onde um sujeito pode perceber determinados usos até então inéditos para um instrumento em um determinado ambiente e contexto (GIBSON, 1986).

Em solo nacional, esse mesmo movimento de crescimento da rede ocorreu, mesmo que algumas décadas depois. O surgimento dos primeiros servidores de internet no país marca o início dos anos 1990. Assim como ocorreu nos Estados Unidos, por aqui vimos um crescimento primeiramente especializado das redes, por meio da Rede Nacional de Pesquisa (RNP). Após alguns anos com o foco exclusivamente acadêmico, a expansão comercial começou a afetar a rede, resultando em um crescimento vertiginoso do uso da internet no país na década seguinte (COLETA, COLETA, GUIMARÃES; 2008).

Este crescimento e a forma com a qual ele se sucedeu impacta até hoje a nossa cultura. Essa estrondosa velocidade com a qual a internet se difundiu propiciou uma troca de informações cada vez mais rápida ao redor do mundo. Assim, acumulando conhecimento e produzindo novos saberes como nunca antes.

Sobre isso, Jenkins (2009) utiliza o conceito de Pierre Lèvy (1993) da Inteligência Coletiva para falar da capacidade dos sujeitos de combinarem informações por meio das redes, potencializando e horizontalizando a produção de conhecimento, mesmo que até certo ponto. Aqui é possível notar a existência da lógica das *affordances* de Gibson mais uma vez. Isso porque, mesmo que a internet tenha sido criada com intuitos unicamente comunicacionais com vieses acadêmicos e militares, a população em sua vida rotineira passou a enxergar usos variados para a ferramenta.

Assim, além dos usos intelectuais da internet de onde se originou a ideia da inteligência coletiva (LÈVY, 1993), a internet, como forma de telecomunicação, criou também possibilidades de relacionamentos interpessoais diferentes (SILVA, 2016). Aqui podemos observar um movimento que McLuhan apresentou em sua obra póstuma de 1988, onde a internet consegue reaproveitar algumas práticas que estavam em desuso. Entre elas temos, principalmente, a escrita (COLETA; COLETA, GUIMARÃES; 2008).

Castells, em sua obra, nos diz que a comunicação “decididamente molda a cultura, porque nós não vemos a realidade como ela é, mas como são nossas linguagens” (1999, p. 414). Somado a isso, Lèvy entende a tecnologia não como algo determinante como a linguagem, mas sim como um agente condicionante da cultura e da própria linguagem. A tecnologia, nesses termos, não pode ser analisada a partir de classificações valorativas e os seus impactos não podem ser considerados positivos ou negativos (LÈVY, 1993). Estes

devem ser analisados como instrumentos criados em uma dita cultura ou sociedade e, como tal, capazes de condicionar práticas e condutas, jamais determiná-las (SILVA, 2016).

A história da tecnologia pode remeter até os primórdios da humanidade e, em sua maior parte, não está diretamente ligada à história da mídia em si. Porém, ao analisarmos a segunda metade do século XX, é possível notar que a ascensão dos computadores influenciou e ainda influencia consideravelmente a vida em sociedade. Esses instrumentos tecnológicos de última geração pararam de ser considerados como meros instrumentos de escritório ou de uso profissional. Já há algum tempo se tornaram algo muito mais intrínseco à vida cotidiana das pessoas (BRIGGS & BURKE, 2006).

Com esse novo elemento influenciador das trocas de informação na sociedade, novos modos de pensar e de se relacionar começaram a ser elaborados naturalmente pelas pessoas. Com isso, o avanço das telecomunicações e da informática propiciou o palco para novos modos de operar em sociedade que utilizam muitas vezes desses aparatos inéditos como mediadores da função a qual o indivíduo se propõe a fazer. Portanto, como diversos autores nos mostram (CASTELLS, 1999; DORNELLES, 2004; JENKINS, 2009; LEVY, 1993; MCLUHAN, 1964; RECUERO, 2009; SILVA & TAKEUTI, 2010), os homens, enquanto produtores de técnicas específicas, ao mesmo tempo são modificados e influenciados por essas próprias técnicas, alterando assim sua visão de mundo, formas de interagir e de viver em sociedade (SILVA, 2016).

Esclarecido que as sociedades, assim como suas culturas, são estabelecidas e moldadas ao redor da sua linguagem, temos o surgimento das chamadas Redes Sociais mediadas pela Internet (RECUERO, 2009), ou então, Mídias Sociais. No crescimento da internet ao longo dos últimos vinte anos, plataformas colaborativas como os *sites* de redes sociais surgiram e desapareceram em um fluxo contínuo de evolução. Estes portais voltados para a interação social se tornaram uma importante ferramenta de comunicação, estabelecendo novas formas de relacionamento e formação de laços sociais (SILVA, 2016). Os primeiros sites no formato voltado para interação social surgiram em 1995, com o *Classmates.com*. Este fórum de debates era focado na troca de contatos entre pessoas que haviam estudado juntas. Porém, tinha uma dinâmica demasiadamente distinta dos formatos que observamos atualmente nas mídias sociais (RODRIGUES, 2016).

Uma das primeiras redes sociais a seguir o modelo que observamos hoje foi a chamada *Friendster*, que não fez tanto sucesso quanto seu sucessor, o *My Space*. O formato voltado para o compartilhamento de arquivos multimídia entre milhões de pessoas então se popularizou e acabou por se tornar a tendência do mercado que acabara de surgir. A partir daí,

diversas redes sociais foram surgindo, muitas delas focadas em públicos de nicho, já outras voltadas para o mercado profissional, como o *LinkedIn*, criado em 2003 (RODRIGUES, 2016). Sobre essas redes em específico é que a próxima seção deste capítulo trabalhará.

## 5.2 REDES SOCIAIS ONLINE E A LÓGICA DA INTELIGÊNCIA COLETIVA

Como Pereira e Pimenta (2012) ressaltam em seu trabalho, existem diversos modos pelos quais podemos apreender o fluxo informacional pelo qual as pessoas interagem por meio de seus *gadgets* tecnológicos. Em sua pesquisa, os autores utilizaram a ótica da Inteligência de Enxame de Hardt e Negri (2005), mas aqui utilizaremos a Inteligência Coletiva. Este, um conceito de Pierre Lèvy que fora utilizado posteriormente por Jenkins, como já citado anteriormente neste trabalho.

Com o paulatino crescimento e desenvolvimento da internet, como apresentado na seção anterior, indivíduos passaram a ter maior acesso não só para consumir informações, como também para difundi-las, transformá-las e até criar suas próprias informações a serem compartilhadas em rede. Esse universo mais interativo passou a influenciar a criação de novos canais que culminaram em uma modificação da expressão social. Essas ferramentas de comunicação mediadas por computadores e pela internet passaram a ser chamadas de Redes Sociais Mediadas pela Internet ou apenas Mídias Sociais (RECUERO, 2009).

As mídias sociais, desse modo, são o mais próximo que temos de aparatos tecnológicos que mediam as redes sociais. Esses espaços cibernéticos serviram de contexto para o surgimento de formas diferenciadas de interação, muito mais multimídia e multicodeais do que em outrora (PEREIRA & PIMENTA, 2012). Entre suas modificações mais chamativas estão o encurtamento de distâncias geográficas e o desenvolvimento de dinâmicas específicas de convivência que não só retomam determinadas características de outrora, mas que também transformam outras (RECUERO, 2009).

Além de desenvolver dinâmicas específicas de convivência e de manutenção de laços diferente do que tradicionalmente havia antes, as mídias sociais também possuem a característica de funcionar em um tempo distinto do tradicional. Este tempo do ciberespaço é outro produto do contexto atual, altamente conturbado, acelerado e focado em produções imediatistas (CASTELLS, 1999).

Porém, mesmo que essas mídias sociais sejam tecnologicamente muito diferentes das redes sociais as quais eram estudadas até o final do século XX, ainda existe um paralelo muito explícito entre estes universos. Primeiramente, uma rede social se forma por meio do conjunto de pessoas/instituições/grupos que servem de atores, produtores e consumidores de

informação; e as conexões que esses atores criam entre si por meio da interação direta ou indireta (RECUERO, 2009). Além disso, temos também o produto dessa interação, que também exerce influência sobre este grupo (PIMENTA, 2016). Sobre essa dinâmica, Raquel Recuero (2009) comenta que:

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. (...) Neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço. Um ator, assim, pode ser representado por um weblog, por um fotolog, por um twitter, ou mesmo por um perfil no Orkut (p.24-25).

Assim, Recuero demonstra como os elementos básicos de uma rede social tradicional também são encontrados no contexto das mídias sociais. Além disso, considerando a ideia de McLuhan (1964) das mídias como extensões cognitivas dos seres humanos, pode-se observar um movimento de aperfeiçoamento constante dessas formas de representação dos atores no ciberespaço. Com isso essas mídias se tornam cada vez mais complexas, com mais informações e mais recursos, priorizando interações rápidas e imersivas entre vários atores.

É importante ressaltar que o contexto convergente no qual nos encontramos atualmente influencia diretamente o modo pelo qual essas mídias sociais são consumidas. Elas então passam a funcionar por meio de um fluxo de conteúdos que perpassa por diversas plataformas simultaneamente. As informações assim comportam-se de forma migratória e conectiva entre diversos públicos (JENKINS, 2009).

Sobre o público consumidor dessas informações, como Jenkins (2009) ressalta em sua obra, eles não são mais tão passivos como antes. Mesmo que ainda exista certa hierarquização das redes e, com ela, a influência das bolhas comunicacionais, os atores produzem conteúdos juntamente com aquilo que consomem. Além disso, dialogam entre si de forma mais acessível que outrora e tratam os diversos aparatos midiáticos atuais de modo combinado (JENKINS, 2009).

Redes sociais de um modo geral são definidas como uma rede interligada de pessoas formada por meio da aproximação de valores ou interesses compartilhados entre elas. Uma rede é estabelecida principalmente pela troca de informações e é estruturada de forma dinâmica; em alguns casos, com extrema flexibilidade. Assim, uma rede social comumente se modifica ao longo do tempo, influenciando e sendo influenciada por seus membros, pelas informações compartilhadas entre eles e pelo produto de sua interação (RECUERO, 2009).

Essas redes são de crucial importância para o funcionamento da sociedade. Isso porque as pessoas se inserem no ambiente social em geral a partir das relações que

estabelecem ao longo de suas vidas. Assim, diversas são as redes sociais das quais as pessoas fazem parte, entre elas as mais comuns são as institucionais como a família, escola, igreja, faculdade e trabalho; mas outras também são bem presentes, como rodas de amigos, clubes específicos e várias outras (ALCARÁ, CHIARA & TOMAÉ, 2005).

Essas conexões e interações entre atores podem surgir por meio do contato direto (face a face) ou mediadas por um veículo como a internet, caracterizando-se como um contato indireto (RECUERO, 2009). Nas relações estabelecidas, cada um irá exercer sua função social de modo a promover o fortalecimento e coesão dessa rede, mantendo sua existência. Ou então, ir contra as regras estabelecidas para aquela rede específica, criando então uma espécie de motim que leva ao surgimento de uma ou várias novas redes. As redes podem também se formar tanto de modos informais (espontaneamente) como por modos conhecidos como formais, ou seja, construídas para um devido fim (ALCARÁ, CHIARA & TOMAÉ, 2005).

Como já visto na ótica de McLuhan (1964), a sociedade é influenciada por suas formas de se comunicar. Assim, não seria diferente com as redes sociais, sejam elas mediadas pela internet ou não. O produto disso, podemos dizer, são os sites de relacionamento. Estes portais voltados para a interação entre milhares de pessoas acabam conectando, por meio da internet, pessoas de países, culturas e opiniões distintas. Essas conexões se organizam geralmente por graus de importância, mantendo pessoas com relações mais íntimas mais próximas (RECUERO, 2009).

O comportamento mais comum encontrado na utilização dessas formas de interação é a criação de perfis em diversas delas, interligando a função de cada uma com as demais, formando assim uma rede de sites que convergem entre si, outra das características da atual cultura convergente (JENKINS, 2009). Entre esses portais de interação algumas características são compartilhadas. Primeiramente temos o fator visibilidade, o qual é um dos mais influenciadores dos nós nessas novas redes. Isso porque, assim como redes tradicionais, alguém pode ser mais ou menos visível do que o outro. Isso por si só já torna algumas relações desiguais, por conta puramente da visibilidade que um indivíduo pode possuir, dependendo de como ele reage e de como reagem a ele num ambiente online (RECUERO, 2009).

Em sequência à visibilidade, temos a reputação, onde uma relação vai depender do próprio eu, do outro e da troca entre eles. Observa-se aqui que a reputação pode influenciar positiva ou negativamente a visibilidade, ou até de forma cruzada. Assim, uma pessoa pode ter uma grande visibilidade nas redes exatamente por não ter uma reputação aprovada socialmente. Esse elemento também possui uma ligação direta com o próximo fator das redes

sociais online: a popularidade. Esta envolve justamente a influência que um indivíduo em rede possui em relação aos outros, podendo ser maior ou menor que a maioria. Por fim, temos o fator autoridade, que é a relação do indivíduo com a própria rede e a forma como as outras pessoas o visualizam (RECUERO, 2009).

Essas características variadas que configuram a maior parte das redes sociais online atuais vêm desde o surgimento delas. Os primeiros passos voltados para este tipo de interação foram os chamados *chats*, ou salas de bate-papo. Estes sites são voltados unicamente para conversas por meio de texto escrito, mesmo que em tempo real, entre duas ou mais pessoas. Para ter acesso a esse portal, basta entrar em uma sala de bate-papo virtual (site específico) e escolher o apelido pelo qual gostaria de ser chamado ali (ou naquele momento) (SILVA, 2016).

Com a popularidade dos sites com salas de bate-papo, o movimento evolutivo seguinte foi o surgimento do chamado ICQ, em 1995. Este foi um software criado pela Mail.ru Group com o intuito de otimizar a comunicação instantânea pela internet. Nessa rede, cada usuário possuía um número próprio de identificação pelo qual era reconhecido pelos outros usuários. Este número, chamado de “ICQ#”, era uma combinação numérica de oito dígitos que o usuário precisava passar para os demais, caso quisesse ser adicionado em suas redes pessoais. Este número existia principalmente pelo fato do apelido e e-mail da pessoa poderem ser modificados quantas vezes o usuário quisesse (SILVA, 2016).

Daí em diante começou uma corrida pela produção de novos portais de interação com cada vez com mais aparatos técnicos, tentando sempre abarcar mais e mais funções que seriam convidativas para os usuários (RECUERO, 2009). Em 1996 é criado o The Microsoft Network, que posteriormente se tornou o MSN. Este software inicialmente agrupava diversas características em comum com o ICQ, principalmente pelo fato da interação ser focada em textos trocados em tempo real. Entretanto, o MSN priorizou um acesso mais privado do que o ICQ, ao mesmo tempo em que passou a permitir um nível de personalização bem maior ao longo do tempo, como fotos, vídeos, frases de resumo, compartilhamento de arquivos, músicas, animações e vários outros elementos (SILVA, 2016).

Isso fez a popularidade do MSN subir cada vez mais. Com a fama dos computadores pessoais subindo vertiginosamente após os anos 2000, a popularidade do MSN cresceu vertiginosamente em conjunto. Além disso, podemos observar aqui o início do que chamamos hoje de convergência de mídias na troca de informações entre as pessoas. Isso porque, após os anos 2000, a interação entre MSN e outras redes sociais cresceu consideravelmente. Assim, usuários começaram a utilizar ao mesmo tempo redes como o

Orkut e o Facebook para facilitar a troca de informações de forma instantânea e, ao mesmo tempo, privada (RECUERO, 2009; SILVA, 2016).

Em 2012, a Microsoft encerrou o funcionamento do MSN, migrando todas as contas do software para o Skype, outro software da empresa, este criado em 2003. O Skype funciona até hoje de forma semelhante ao seu antecessor, entretanto, possui uma interatividade maior por meio de áudio e vídeo, além de possuir versões para smartphones e *tablets*.

Em 2004 era criada uma das redes sociais online que mais se popularizaram no Brasil: o Orkut. Em solo nacional, a rede contava com mais de 6 milhões de cadastrados, sendo que o Orkut como um todo possuía 8 milhões de usuários na época. Por meio do Orkut os usuários se organizavam em diversas comunidades com assuntos de interesse. A inovação dessa rede era manter relações com as pessoas por meio da decisão de ser tornar amigo de alguém ou não. Cada pessoa cadastrada possuía um perfil público que era a sua propaganda pessoal, com o intuito de apresentar a sua vida pessoal para os demais, com fotos, textos e comunidades de interesse (SILVA, 2016). Em 2014, o Orkut encerrou seu funcionamento, por conta da grande baixa que sofreu devido ao crescimento de outro site que surgira no mesmo ano que ele, o Facebook.

Mesmo surgido no mesmo ano, o Facebook, anteriormente conhecido como The Facebook, demorou bem mais para se popularizar no Brasil (seu sucesso por aqui só começou em 2009, cinco anos após seu lançamento inicial). O Facebook surgiu como uma alternativa convidativa para a interação social, apresentando-se como um grande meio de comunicação. Seu crescimento foi inicialmente vagaroso, mas de todas as redes sociais apresentadas até aqui, foi o que mais rompeu com barreiras internacionais (RECUERO, 2009).

No Facebook as pessoas se sentem mais livres para falarem o que desejam, pois a ausência do corpo faz o sujeito mostrar questões que pessoalmente ficaria com medo ou vergonha de expor (NUNES & MUNHOZ, 2013). Além disso, podemos considerar que a explosão do Facebook como rede social mais utilizada no mundo se deu também pelo advento da literacia midiática, tornando o consumidor médio mais acostumado com os aparatos tecnológicos necessários para utilizar a rede. Assim, se antes apenas *nerds* e *geeks* utilizavam computadores, a partir da década de 2010, esses aparelhos começaram a ser vistos como um utensílio comum a todos (SILVA, 2016).

Ao entrar no perfil de alguém, pode-se ter acesso aos dados daquela pessoa em apenas alguns minutos, ao contrário de uma relação presencial, onde levaria mais tempo para descobrir algumas informações consideradas mais íntimas, como gostos e até estado civil.

Além disso, a rede possibilita que seja enviada uma mensagem sem a necessidade da outra pessoa estar disponível no momento. Essa mensagem pode ser pública ou privada e a interação perpassa por grupos, fóruns, por meio de comentários em fotos, compartilhamento de link, vídeos, imagens e tantas outras coisas (RECUERO, 2009). Como citado anteriormente, em janeiro de 2015, o Facebook apresentou um total de 1,4 bilhões de usuários, praticamente 20% da população mundial (SILVA, 2016), demonstrando o amplo alcance que a rede ainda possui.

Entre as redes que se popularizaram ao longo dos anos e ainda estão ativas está também o Twitter, criado em 2006. O seu aspecto mais marcante era a limitação de apenas 140 caracteres por cada mensagem pública, podendo ser postado um link de vídeo ou imagem em conjunto (BRAGA, 2011). Em 2017, porém, a rede atualizou suas regras, adequando-se à demanda do público e passando a permitir textos de até 280 caracteres.

De forma distinta a do Facebook, o Twitter não é focado estritamente em troca de informações pessoais e estreitamento de laços, mas sim no ato de falar. Nele há uma grande circulação de links e assuntos, mas sem necessariamente uma certeza de ser ouvido. Os assuntos mais discutidos podem entrar na lista dos “*trending topics*” do dia e serem acessados mais facilmente por outros usuários. Assim, a visibilidade do Twitter se dá mais pelo assunto em alta do que pelos perfis em si (SILVA, 2016).

Em 2010, com o advento dos smartphones (telefones celulares com fácil acesso a internet), surge o aplicativo *Whatsapp Messenger*, o primeiro do seu tipo. Este é uma clara evolução dos antecessores MSN e ICQ, pois funciona de forma semelhante a estes. Sua inovação é a ubiquidade de seu acesso, uma vez que foi pensado inicialmente para a tecnologia móvel. Assim, é possível conversar com qualquer pessoa estando em qualquer lugar com acesso à internet via Wi-fi ou 3G, pelo menos (SILVA, 2016). Porém, muitos outros sites começaram a surgir daí. Sejam eles em formato tradicional ou então por meio de aplicativo para celulares. Muitos deles, inclusive, utilizam as duas opções, como é o caso do Instagram, criado em 2010 com a intenção de compartilhar apenas imagens com poucos textos.

Entre o universo de redes sociais que começou a surgir na internet, nota-se que a maioria passou a assumir posturas de nicho, focando em um determinado público-alvo, correndo assim por fora dos gigantes do mercado, como Facebook e Twitter. Podemos citar aqui o DevianArt (2000), para compartilhamento de artes digitais; o MySpace (2003), desenvolvido antes do Facebook e com características bem próximas do concorrente; LinkedIn (2003), voltado para perfis profissionais, criando uma espécie de “currículo online”;



Flickr (2004), voltado para artes gráficas; Tumblr (2007), que recupera o formato de blog para os perfis pessoais; Alvanista (2009), uma rede social inteiramente voltada para o público amante de videogames; Skoob (2009), focado em amantes de livros e Snapchat (2011), que é voltado para compartilhamentos temporários de imagens e vídeos.

Porém, não será aprofundado um estudo em cada uma dessas redes por conta de existirem especificidades muito complexas em cada uma delas, fugindo do objetivo deste trabalho. Além disso, observa-se por outros trabalhos pesquisados (RECUERO, 2009; BRAGA, 2011; NUNES & MUNHOZ, 2013; SILVA, 2016) que o uso comumente feito dessas redes é intercalando-as com as maiores como o Facebook, Whatsapp e Instagram. Assim, estas seriam “zonas periféricas” das redes maiores, que inclusive possuem possibilidades de compartilhamento com as redes menores.

Esse comportamento complexo e migratório entre redes acaba por fortalecer os laços nas mídias sociais, tornando-os mais elaborados (RECUERO, 2009). Além disso, essa forma de interação combinatória traz a tona novamente o conceito de Inteligência Coletiva (LÉVY, 1993; JENKINS, 2009). Esse processo de aprimoramento da inteligência em sociedade é retratado atualmente por posturas em mídias sociais como o Facebook e o Twitter, onde as relações cívicas aprimoram discussões políticas, potencializando a possibilidade de participação política da população (MAIA, 2007).

A inteligência coletiva é compreendida como a capacidade de sujeitos desenvolverem um saber ou um conhecimento específico por meio de combinação de suas fontes de acesso a informação. Assim, indivíduos ligados em rede passam a trabalhar em conjunto a fim de solucionarem problemas impossíveis ou complexos demais para uma pessoa sozinha resolver em tempo hábil (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016).

Jenkins (2009) apresenta um estudo de caso sobre o tema ao citar a articulação dos fãs do extinto programa de televisão *Survivor* para descobrirem o vencedor do *reality show*. Atualmente, podemos observar o crescimento da enciclopédia digital *Wikipedia* como uma fonte de pesquisa cada vez mais reconhecida, mesmo que possua críticas sobre o método pelo qual as pessoas acessam-na. O próprio estudo dos memes pode ser citado aqui como uma das diversas formas de manifestação da Inteligência Coletiva, onde pessoas com diversas habilidades diferentes acabam se unindo online em prol de uma brincadeira ou então de divulgação de uma determinada informação, seja ela verdadeira ou não (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016). Usando as palavras de Henry Jenkins:

A inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos saber ou

fazer sozinhos, agora podemos fazer coletivamente. (...) A emergente cultura do conhecimento jamais escapará completamente da influência da cultura de massa, assim como a cultura de massa não pode funcionar totalmente fora das restrições do Estado-nação (2009, p.56).

Além disso, Lèvy (1993) também faz a distinção entre conhecimento compartilhado e inteligência coletiva. Segundo o autor, o primeiro comportamento diz de informações tidas como verdadeiras e já conhecidas por todo o grupo, sendo assim difundidas para além deles. Já no segundo caso, o qual nos interessa aqui, o autor se refere à soma total de informações individuais que podem ser acessadas pelos membros em conjunto, combinando-as de forma específica para auxiliar o grupo como um todo a responder uma determinada pergunta.

Assim, o que consolida de fato a inteligência coletiva como tal não é simplesmente a posse do conhecimento, mas sim o processo social dinâmico e participativo da aquisição do conhecimento, o qual costuma ser testado ao longo do tempo, reafirmando os laços sociais dos grupos envolvidos (JENKINS, 2009).

Nota-se que a inteligência coletiva é um dos fenômenos que permeia de certo modo o comportamento em redes sociais como o Facebook, foco da pesquisa de campo deste trabalho. Além disso, como Jenkins ressalta em suas obras de 2009 e 2016, comunidades de fãs, para além das redes sociais, ainda são a ponta da lança da inteligência coletiva, combinando informações oriundas de diversas fontes distintas em uma verdadeira pesquisa que gera a produção de diversos artefatos comunicacionais próprios destes grupos. O próprio Facebook, enquanto rede social mais popular do mundo serve de palco para inúmeras dessas manifestações da inteligência coletiva. Assim, na sessão seguinte, adentraremos mais especificamente no *modus operandi* da convergência das mídias, assim como no impacto cultural que ela possui em combinação com outros elementos presentes no uso das redes sociais online como o espalhamento.

### 5.3 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS E O SEU IMPACTO CULTURAL

Primeiramente, é preciso dizer que a cultura participativa, centro da convergência das mídias, não é algo exclusivo da contemporaneidade ou dos novos meios multicódigo. Tanto na história das comunidades de fãs como também por meio de ativismos diversos, é possível observar que a cultura que envolve os indivíduos de forma mais participativa e horizontal já apareceu de forma episódica em alguns momentos da história (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

O próprio Maio de 68, citado anteriormente neste trabalho, pode ser citado como exemplo disso, por conta do envolvimento de diversas frentes culturais e sociais distintas em um único movimento, além de produções como livros e filmes como forma de conscientização e ativismo. Estes, pensados de modo a serem acessíveis para diversos públicos diferentes. O que é denominado por Jenkins (2009) e outros autores como cultura participativa apresenta semelhanças com esses episódios mais antigos de produção cultural e popular (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

A diferença substancial entre esses episódios anteriores e o que é presenciado na contemporaneidade é, justamente, a convergência. De acordo com Jenkins (2009), convergência seria o fluxo de conteúdos e informações que atravessam diversas plataformas distintas de mídia simultaneamente ou complementarmente. Essa cooperação entre diversos mercados midiático entre em uma relação de simbiose com o comportamento migratório do público, que consome de forma igualmente complementar diversas mídias diferentes.

Usa-se a palavra simbiose para descrever a relação entre público e mídia aqui por conta da profunda dependência entre a circulação de conteúdos multicódigo e a participação ativa dos consumidores frente a eles. Assim, a convergência não seria exclusivamente um processo tecnológico, mas sim um movimento social, cultural, econômico e comunicacional multifacetado e complexo (JENKINS, 2009). Como o próprio Henry Jenkins afirma: a convergência (...) não ocorre por meio de aparelhos por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros (JENKINS, 2009. p.30).

Com isso, o autor afirma que a convergência não representa apenas uma mudança tecnológica avançada. Na verdade, a convergência consegue alterar toda a estrutura de relações entre a tecnologia, a indústria, os diversos mercados, mídias e públicos. Assim, a convergência seria um processo de distribuição do foco principalmente midiático por vários canais e emissores distintos. Junto a isso, temos também a influência tecnológica que permite que a ubiquidade seja possível nos processos comunicacionais (SANTAELLA, 2013).

Nessa lógica, temos a ampla variedade de ferramentas comunicacionais online que facilitam o compartilhamento tanto informal como instantâneo de conteúdos. Com isso, usuários em rede podem passar adiante conteúdos midiáticos e, em combinação, produzir seus próprios conteúdos. Sites e plataformas online como o YouTube, Twitter e Facebook tornam esse compartilhamento ainda mais fácil por conta das possibilidades multicódigo destes meios. A facilidade com que links de uma dessas plataformas podem ser compartilhados nas

demais torna a prática da convergência de mídias muito mais plausível (JENKINS, FORD, GREEN; 2016). Sobre isso Jenkins, Green e Ford dizem que:

As decisões que cada um de nós toma quanto a passar adiante ou não textos de mídia estão remodelando o próprio cenário da mídia. Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (JENKINS, FORD, GREEN; 2016. p.257).

Contudo, mesmo que essa facilitação da tomada de decisões por parte do público torne o consumidor das mídias muito mais ativo e participativo na cultura convergente, é importante ressaltar também que nem todos os consumidores têm acesso às habilidades e recursos (técnicos e intelectuais) necessários para se tornarem participantes plenamente ativos dessas mídias. Como Jenkins (2009) afirma, a exclusão digital, assim como o consumo alienado dessas plataformas, cria uma lacuna participativa que pode ser preocupante.

Entendendo essa desigualdade de acesso e uso da cultura participativa como um passo de suma importância na luta de comunidades distintas de movimentos populares pela obtenção de maior controle dos meios de produção e circulação cultural, podemos entender a importância de práticas voltadas a conscientizar o público de usos mais adequados desses meios (RHEINGOLD, 2012). É importante ressaltar para os fins deste trabalho que, ao dizer que a cultura convergente está em processo de tornar a cultura e as relações comunicacionais mais participativas, a intenção é de falar de um fenômeno relativo. Com isso, a participação no caso é comparada aos sistemas de comunicação de massa anteriores como o rádio e a televisão, não em termos absolutos de participação, visto esta que seria, no mínimo, utópica (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

É importante compreender como os aspectos técnicos e comportamentais da convergência estão propiciando essa abertura participativa na comunicação de massa. Primeiramente, muitas ferramentas utilizadas atualmente para a difusão de informações são compartilhadas entre grandes corporações da mídia e usuários individuais considerados como amadores. Obviamente, o nível de conhecimento técnico das grandes corporações, bem como o tempo e verba investidos, são ainda superiores aos dos usuários individuais, porém muitos destes usuários estão alcançando números e alcances comparáveis aos das grandes mídias (JENKINS, IKO & BOYD; 2016).

A manipulação mais consciente dos processos informacionais permite que usuários possam entender de modo igualmente consciente como a grande mídia é produzida. Ou seja, “as pessoas aprendem muito sobre mídia quando podem vê-la de ambos os lados. Ser parte integrante da paisagem da mídia é realmente uma parte essencial da aprendizagem”<sup>16</sup> (JENKINS, IKO & BOYD; 2016. p.109). Assim podemos notar que as facilitações técnicas da mídia digital funcionam como uma espécie de catalisador para novas formas de conceituação de aspectos culturais variados. Com isso, relações sociais, comerciais, políticas e culturais são reimaginadas (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

Os membros do grande público, atualmente muito mais ativo do que outrora, estabelecem conexões entre si por meio de textos e recursos multimídia disponíveis em diversas plataformas combinadas. Essas conexões ajudam os usuários a criarem conceitos sobre suas relações sociais e também sobre o contexto sociocultural ao seu redor. É nessa lógica que surge o fenômeno do espalhamento nas redes.

Dentro da lógica da convergência, Jenkins, Ford e Green (2016) apresentam o conceito de propagabilidade (que também pode ser entendido por espalhamento, dependendo da tradução ou versão dos textos). Nesse conceito que deriva da convergência, os autores explicam como funciona a prática de circulação e remixagem de conteúdos na cultura digital. Aqui, temos o foco voltado para as comunidades de fãs (*fandom*), que representam, como citado, a ponta da lança no quesito inovação ao utilizar plataformas tecnológicas para desenvolver transições culturais com conteúdos da cultura pop, permitindo que os fãs falem entre si e com demais públicos por meio de metáforas (RECUERO, 2009).

Assim, o consumo da mídia passa a ser marcado por produções de significados que se desenvolvem ao ponto de entrarem na mídia também. Assim, eles se espalham por diversos sites e redes sociais online, aumentando o alcance da mensagem interpretativa (RECUERO, 2009). Os consumidores não estão mais simplesmente absorvendo mensagens da mídia, bem como as comunidades de fãs não estão simplesmente a serviço das marcas. Na verdade, os usuários das redes online fazem exercícios de curadoria complexos para selecionar aquilo que lhes interessa em uma infinidade de informações de diversos fluxos diferentes (JENKINS, FORD, GREEN; 2016). Estes fluxos, é importante ressaltar, possuem níveis de controle por algoritmos diferenciados, sendo alguns mais fechados do que outros no sentido do que o usuário consegue acessar.

---

<sup>16</sup> Trecho original em inglês: “People learn a lot about media when they can see it from both sides. Being an integrated part of the media landscape is actually an essential part of learning”.

Além disso, os usuários em rede não apenas consomem e compartilham textos já prontos e imutáveis, mas também produzem, transformam e remodelam materiais por meio de processos ativos. Dentro desses processos, entram também práticas voltadas à expressão de opiniões em comentários, discussões em fóruns e até produção de vídeos com opiniões. Desse modo, o conteúdo midiático não se encontra mais em fronteiras bem delimitadas, mas sim em um processo muito mais circundante e dinâmico, com direções potencialmente imprevisíveis. O conteúdo não é mais transmitido de uma forma vertical (de cima para baixo), mas transita em rede como resultado de uma infinidade de decisões individuais tomadas por usuários que respondem ao mesmo tempo de modo singular e coletivo (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

Como apresentado até aqui, a cultura convergente é altamente produtiva e dinâmica. Algumas informações continuam circulando no movimento clássico de “cima para baixo”, porém, temos uma infinidade de produções culturais que são transmitidas de forma horizontal. Existem também aquelas que surgem do grande público e, por conta do espalhamento a níveis até internacionais, alcançam a grande mídia e são engolidos por ela (JENKINS, 2009). Como Jenkins, Iko e Boyd ressaltam:

Temos um número crescente de pessoas, especialmente jovens, que têm experiências cotidianas como criadores de mídia. As pessoas estão aprendendo umas com as outras, muitas vezes de maneira informal, como produzir mídia. Ao fazerem a mídia, eles têm que fazer escolhas éticas sobre que tipos de histórias querem contar. E eles estão olhando cada vez mais na mídia que consomem através dos olhos de alguém que é, na verdade ou pelo menos potencialmente, um produtor de mídia (JENKINS, IKO & BOYD; 2016. p.108).

Essa citação ilustra como a produção da mídia de diversas origens diferentes influenciam justamente os produtores individuais a consumirem a grande mídia de forma diferente do que era feito até então. Além disso, esse novo movimento da mídia, dito propagável, se diferencia bastante da ideia conhecida como viral, uma vez que essa visão metafórica diz de uma relação comercial abusiva, ao mesmo tempo em que diminui a influência que o poder de ação dos consumidores/produtores pode ter. Com isso, no novo modelo de espalhamento de informação, o público é responsável por propagar mensagens de modo criativo e não somente compartilhando informações previamente produzidas por um veículo especializado (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

A propagabilidade (ou espalhamento) se refere justamente ao potencial tanto cultural como técnico do grande público de compartilhar conteúdos por motivos pessoais e individuais. Essa transmissão pode ser feita com a permissão dos detentores dos direitos autorais ou não; pode ser feita respeitando a fidedignidade com o material original ou

transformando-o em algo parcial ou totalmente novo; além de ser uma transmissão com opiniões e críticas próprias ou isentas (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

Jenkins, Ford e Green (2016) apresentam uma delimitação para o processo de espalhamento, a fim de estabelecer um conceito melhor estabelecido sobre o fenômeno, diferenciando-o da mera ação de compartilhar uma informação em rede. Assim, segundo os autores, o conteúdo precisa ser portátil, ou seja, estar disponível onde e quando o usuário preferir. Bittencourt e Gonzatti (2016) exemplificam essa possibilidade ao citarem o Facebook como um dos representantes mais significativos deste fator do espalhamento de conteúdos em rede.

Dando continuidade, além da portabilidade, o conteúdo precisa também ser reutilizável por meio de uma série de maneiras que incluem a remixagem. De acordo com os autores supracitados, é preciso também que ele seja relevante para mais de um público específico, permitindo que ele transite entre diversas “tribos” online. Por fim, o material espalhado deve ser parte de um fluxo constante de informações, não apenas uma imagem ou ícone isolado (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

Esse fluxo contínuo pode justificar e ser ilustrado por plataformas como o Instagram, Twitter e, de novo, o Facebook. Nessas mídias sociais o fluxo de informação precisa ser constante para que a visibilidade da página de perfil se mantenha alta. Sobre o conteúdo em si, este pode ser de inúmeros tipos e gêneros possíveis. Mas os mais comumente observados são aqueles que utilizam de ilustrações críticas ou cômicas, principalmente por meio de confecção dos chamados memes, que articulam mensagens complexas com a cultura pop (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016). Aqui começa a ser misturado o que pode ser chamado de cidadania digital e a já citada literacia midiática, ou seja, a capacidade de usar os meios digitais de modo consciente e crítico.

Assim, o que foi apresentado aqui como a propagabilidade parte do pressuposto de que o ato da circulação de informações se constitui como uma força chave para dar forma ao ambiente da mídia como um todo, sendo assim o cerne da convergência. Além disso, o conceito também carrega como pressuposto o fato de que, ao entender de modo mais claro os fatores que influenciam a circulação de informação em rede, podemos produzir mensagens paralelas mais eficazes (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

Essa mídia em formato propagável pode ampliar o poder dos usuários de modificar o ambiente de sua mídia cotidiana. Entretanto, é importante ressaltar que o espalhamento não expressa nenhum tipo de garantia quanto a este domínio. Mesmo assim, é possível que este formato, bem como todos os processos culturais influenciados por ele, possa

servir como propulsor de mudanças sociais significativas (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

É justamente nesse contexto que encontramos a comunidade de fãs da franquia Pokémon a qual serviu de estudo de caso para este trabalho. Dotados de particularidades que a caracterizam como um nicho de comunidade de fãs, o grupo consegue utilizar ferramentas próprias do Facebook para traduzir mensagens críticas significativas, mescladas com conteúdos da cultura pop. Devido ao fenômeno da propagabilidade, este conteúdo estritamente de fãs tem potencial para romper barreiras e alcançar grandes públicos por meio do compartilhamento um a um. Sobre esse formato de comunidades de fãs é que vamos falar de modo mais sucinto a seguir, como modo de encerrar este capítulo.

#### 5.4 O FANDOM ENQUANTO COMUNIDADE PRODUTIVA E TRANSFORMADORA

As comunidades de fãs, desde o seu surgimento enquanto movimento social, são fruto de produções muito ricas no sentido cultural e, com o advento da internet, das tecnologias da informação e da cultura convergente, obtiveram potencial tamanho que as permitiu um nível de influência muito maior do que outrora. Nessa ótica, o fandom<sup>17</sup> atualmente expressa por meio de suas práticas reivindicações de cunho não só comercial ou ligado ao entretenimento, mas também à participação política (JENKINS, 2009).

Com essa relação entre fãs, entretenimento e participação política mais explícita com a propagabilidade da cultura convergente, é possível problematizar a divisão estabelecida entre os mundos do consumo capitalista e das reivindicações ativistas. Isso porque, na cultura convergente, esses universos se mesclam de modo que pessoas minimamente ativistas e conscientes de seus espaços sociais e da relação econômica da sociedade não deixam de consumir, mesmo que sua visão seja contrária a muitas práticas oriundas do mercado global. Inclui-se aí, inclusive, práticas comerciais como modo de ativismo (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

Assim, formas variadas de ativismo político passaram a surgir principalmente pela aprendizagem originada de práticas advindas das comunidades de fãs, que ao mesmo tempo em que consomem a cultura popular de modos específicos, utilizam mensagens e jargões dela para expressar críticas. Assim, quanto ao exercício de práticas ativistas, as comunidades de fãs são um terreno fértil de exemplos e experiências bem sucedidas (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

---

<sup>17</sup> Mescla das palavras inglesas Fan e Kingdom



Acontece que esses espaços de afinidades oferecem oportunidades construtivas para o aprendizado coletivo. Se a lógica da inteligência coletiva propicia trabalhos em conjunto e a internet garante que o grupo em trabalho possa ser formado por pessoas de contextos e espaços totalmente distintos, as comunidades de fãs utilizam isso para viabilizar empreendimentos comuns que acabam criando pontes relacionais entre pessoas que, em comum, podem ter apenas o gosto por um determinado artefato da cultura popular (JENKINS, 2009).

Com isso, pessoas de diferentes culturas, idades, gêneros, raças e classes sociais podem interagir com um mínimo de igualdade, principalmente por meio das mídias sociais, muitas vezes produzindo saberes e experiências com base nos artefatos que cultuam. Nessas comunidades, as pessoas podem participar de diversas formas, de acordo com suas habilidades e interesses pessoais. Assim, numa mesma comunidade de fãs, existem pessoas que apenas consomem passivamente o conteúdo produzido tanto pela grande mídia como também pelos seus pares da comunidade; porém, existem os produtores que transformam e criam em cima do material do qual são fãs. Tudo vai depender do nível de proximidade que essas pessoas têm com os aparatos técnicos que permitem esse tipo de prática (JENKINS, 2009).

Contudo, ainda temos pessoas nessas comunidades que compartilham seu conhecimento de produtores com os demais, criando assim novos produtores apenas pelo compartilhamento de conhecimento com seus pares, de igual para igual. O ponto chave dessa relação é, principalmente, a motivação constante proveniente tanto da comunidade produtiva como da matriz cultural do artefato do qual essas pessoas são fãs. Desse modo, esses espaços de afinidades propiciam o palco necessário para que cada participante possa se sentir como um expert em um determinado assunto, ao mesmo tempo em que recorrem à expertise de seus pares, aumentando ainda mais o seu conhecimento sobre os temas debatidos ali (JENKINS, 2009; AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015). Sobre os *fandons*, Jenkins, Ford e Green dizem que eles:

(...) são um tipo de coletividade (no qual eles agem como comunidades em vez de indivíduos) e conectividade (no qual seu poder é ampliado por seu acesso às comunicações ligadas em rede) cuja presença está sendo sentida na cultura contemporânea (JENKINS, FORD, GREEN; 2016. p.302).

Ou seja, de acordo com os autores, uma das características mais marcantes dos *fandons* é justamente a capacidade de juntar numa única organização cultural e social uma coletividade conectada de tal forma que possuem a capacidade de, talvez, influenciar a cultura contemporânea como um todo. E isso pode ser observado principalmente no comércio, onde

vemos elementos principalmente da cultura *geek* e *nerd* se tornando populares de tal modo que acabam se descolando destes nichos e passam a ser vistos como cultura popular em geral. Essa influência potencializada na atualidade foi influenciada direta e indiretamente pelas plataformas digitais que, como fizeram com todo o tipo de relação social, ampliaram o alcance dessas comunidades (JENKINS, 2009; JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

Porém, ao pensar em formas de ativismo ligadas a cultura de fãs, a ideia pode se tornar um pouco contraditória à primeira vista. Isso porque, pensando no conceito de ativismo como uma prática de resistência frente a uma força hegemônica, geralmente objetivando uma mudança dessa hegemonia; entender como resistência a um sistema um grupo que, na prática, não rompe, mas sim, consome os materiais desse sistema é uma visão conturbada.

Porém, Amaral, Souza e Monteiro (2015) apresentam argumentações sobre a existência de distintas concepções da ideia de resistência. Com isso, resistir e ser ativista não são práticas que contemplam apenas ideias relacionadas à estrutura e controle social, mas também às manifestações socioculturais voltadas à ação proposital contra imposições coercitivas e/ou estados de dominação. Com isso, práticas de comunidades de fãs, mesmo que não rompam com o modelo social vigente, podem ser consideradas ativistas uma vez que lutam para impedir que determinadas normas sociais hierarquizadas anteriormente permaneçam como tal.

Nesse contexto, discussões em redes são baseadas em processos comunicacionais e práticas de atuação marcadas, nessas comunidades, por questões relacionadas ao entretenimento. Bittencourt e Gonzatti (2016) citam como exemplo para isso a página *Hogwarts vai virar Cuba*, a qual narra o cenário político brasileiro dos últimos anos por meio de imagens que estabelecem uma relação metafórica entre as narrativas da franquia de filmes Harry Potter com o cenário político do país.

Na mesma lógica, temos a página *Vida de Treinador*, a qual faz um movimento parecido ao estabelecer imagens com metáforas que relacionam a franquia transmídia Pokémon com críticas sociais e políticas do país. Essas práticas de *fandons* são construções multicódigo altamente elaboradas, uma vez que utilizam fontes de diversos meios e mídias distintos, convergindo em uma mensagem e/ou história complexa e multifacetada. Estas histórias, para serem consumidas em sua totalidade, exigem um nível informativo em torno da ficção e dos desdobramentos políticos reais consideravelmente elaborados (AMARAL, 2014).

Adriana Amaral (2014) apresenta a ideia de que esses conteúdos criados pelos fãs, mesmo que sejam críticos ou puro entretenimento, devem ser considerados como parte integrante da cultura pop. Além disso, essas produções podem possibilitar interações únicas

devido à mescla singular entre traços reconhecíveis do artefato dos fãs com mensagens significativas, principalmente no contexto das redes sociais online. Assim, como Bittencourt e Gonzatti (2016) ressaltam, é possível construir uma relação onde os *fandons* exercem ativamente e, possivelmente, conscientemente uma forma de ciberativismo midiático.

Amaral, Souza e Monteiro (2015) corroboram esse raciocínio ao apresentar em seu trabalho quatro pontos principais para a compreensão do ativismo de fãs. Primeiramente, tomar consciência de que estes grupos encontram-se numa interseção entre participação política e cultural. Em seguida, ter em mente a tensão exercida entre a expressão artística dos fãs e a resistência frente a um determinado comportamento de outrem. Em terceiro, temos o papel do afeto pelo artefato em questão, mobilizando uma participação cívica mais expressiva. Por fim, temos o impacto das mobilizações de *fandons*, os quais, por conta da já citada combinação entre coletividade e conectividade, apresentam organizações dificilmente viabilizadas em outros contextos (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

Assim, diferenciando o ativismo clássico do ativismo de fãs, podemos estabelecer que o primeiro representa uma ação intencional que desafia a hegemonia de uma sociedade ou organização social específica, provocando (ou ao menos tentando provocar) uma mudança sociopolítica significativa. Já o ativismo de fãs está mais ligado às questões de representatividade, seja por meio de símbolos próprios de seus artefatos culturais, seja como forma de traduzir comunidades específicas, como minorias raciais e sexuais. Aqui temos também a possibilidade desse ativismo de fãs expressar mudanças no próprio conteúdo cultural que é matriz da comunidade, exigindo determinadas modificações em prol de uma reivindicação social significativa (AMARAL, 2014; AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

Porém, para entender como essa aparente relação contraditória é possível, é preciso entender que a resistência social nem sempre se apresenta como combativa e explícita. Além disso, como apresentado no capítulo referente aos movimentos sociais e políticos desde Maio de 68 até a contemporaneidade, nem sempre um movimento social considerado ativista busca romper com o sistema como um todo.

Desse modo, na atual cultura convergente, comunidades como os *fandons* podem tanto resistir a uma fonte opressora (seja ela a sociedade em geral, outra comunidade de fãs ou até a produtora do artefato cultural do qual são fãs) como também podem, ao mesmo tempo, apoiar essas mesmas estruturas de dominação em outros âmbitos. Com isso, resistir e assimilar podem ser feitos simultaneamente em uma dada situação. Isso porque os sujeitos inseridos naquele contexto podem desafiar suas posições dentro de uma estrutura social sem,

necessariamente exigir o desmanche dessa estrutura em sua totalidade (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015).

Sendo assim, o ativismo de fãs pode ser entendido como um tipo de resistência cotidiana, assim como foi o Provos em sua época (GUARNACCIA, 2001). A partir desta compreensão, é possível delimitar práticas de fãs específicas que podem se encaixar neste contexto frente a outras tantas que não rompem a barreira do entretenimento puro e simples. No caso do ativismo de fãs, práticas como criação, apropriação e reprodução de novos materiais usualmente relacionados aos seus respectivos artefatos midiáticos constitui sua principal característica (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2015). Isso porque essas práticas expressam um perfil ativo da comunidade, que não apenas consome aquilo que é oferecido para eles, mas também exerce sua singularidade ao transformar aquele conteúdo, muitas vezes contradizendo a ordem original do artefato cultural (JENKINS, 2009).

Todas essas características das comunidades de fãs, que representaram um grande impacto cultural com o advento da cultura participativa, ilustram um ambiente midiático em constante transformação, que tem nessas comunidades um contexto válido para ser transformado em algo ainda mais participativo e espalhado. Nessa lógica, o *fandom* está passando de uma subcultura particular para um modelo amplamente difundido, que engloba distintos grupos com cada vez mais poder de comunicação entre si por meio da propagabilidade, inteligência coletiva e convergência de mídias.

Para além da relação (cada vez mais entrelaçada) entre fãs e produtores, os *fandons* estão, com o advento das mídias sociais e aparatos técnicos que possibilitam este movimento, rompendo as barreiras dos nichos de comunidades, alcançando aos poucos o grande público, tanto com seus artefatos culturais, como também com suas reivindicações políticas e produções próprias. Essas comunidades, assim como a que está como foco de estudo neste trabalho, podem ter influências em áreas que estão além de seu alcance, muito devido ao espalhamento propiciado pela cultura convergente, mas também por alguns aspectos próprios do uso que essas comunidades fazem de aspectos lúdicos e das redes sociais. Estes aspectos, inclusive, serão apresentados no capítulo seguinte.

## 6 AS MÍDIAS SOCIAIS COMO INSTRUMENTO POLÍTICO E LÚDICO

Este capítulo encerra as apresentações teóricas do presente trabalho. Nele, falaremos dos dois últimos pontos necessários para apreender o objeto desta pesquisa: os aspectos políticos e lúdicos inerentes às mídias sociais. Inicialmente será abordado o ciberativismo para, num segundo momento, apresentarmos os aspectos lúdicos inerentes às mídias sociais e, conseqüentemente, à boa parte dos comportamentos exercidos por meio destas.

### 6.1 CIBERATIVISMO COMO NOVA PLATAFORMA POLÍTICA

Práticas ativistas incorporam o uso de tecnologias de comunicação desde antes do surgimento da internet. Nesse contexto, movimentos sociais podem se aproveitar de possibilidades de comunicação para fortalecer suas habilidades de organização e aperfeiçoar seus mecanismos de visibilidade. Dentro disso, a adoção de tecnologias digitais de comunicação potencializa as dimensões de uma mobilização em rede (CASTELLS, 1999). Porém, para além da simples organização em rede, o uso da internet e das ferramentas de comunicação digital permite a comunicação para o mundo, ou seja, a produção de conteúdo sobre movimentos e causas que antes não possuíam tanta visibilidade em mídias tradicionais (BITTENCOURT & GONZATTI).

O contexto das mídias sociais, como apresentado anteriormente, recebe diariamente inúmeros conteúdos das mais variadas fontes possíveis. Esse fluxo contínuo de informação perpassa diversos sites, plataformas e usuários diferentes, fazendo um movimento considerado por muitos como “viral”, no sentido analógico referente ao espalhamento. Essa propagabilidade possui algumas características próprias das redes que permitem que esse fenômeno seja considerado algo além do que já víamos na comunicação dita analógica (JENKINS, IKO & BOYD, 2016).

Uma das principais características desse modelo é a presença do contexto convergente. Assim, uma vez que a maior parte dos usuários em rede tem potencialmente a capacidade de alcançar milhões por meio de suas mensagens, o tipo de material mais difundido começa a se tornar incontrolável. Assim, conteúdos ditos “fúteis” podem alcançar muito mais seguidores e replicadores de sua mensagem do que àqueles mais sérios ou que exijam uma particularidade mais específica para que a mensagem seja absorvida. Sobre isso, Jenkins, Iko e Boyd comentam que:

Os políticos comemoram quando conseguem um milhão de seguidores no Twitter, mas eu sigo os adolescentes cujos *tweets* são lidos por milhões. Os ativistas que tentam fazer com que uma mensagem seja difundida em geral falham, mas quando um adolescente coloca algo sexual ou grotesco, embaraçoso ou chocante, muitas vezes se espalha a uma velocidade obscena (JENKINS, IKO & BOYD; 2016. p.248).

Isso diz bastante da relação entre a capacidade de manipulação das mídias sociais por meio dos recursos oferecidos por elas. Desse modo, é possível imaginar uma situação onde um adolescente com conteúdo puramente lúdico alcança muito mais seguidores do que um grupo ativista ou uma página decididamente política. Entretanto, é importante salientar também que tanto o contexto aberto a debates e expressividade de redes como o Facebook e o Twitter são influenciados pela forma como essas redes são usadas pelos atores sociais; como também o uso prático é influenciado pelos aparatos e ambientes do ciberespaço pré-concebidos por esses portais (RECUERO, 2009). Como já apresentado na introdução deste trabalho, ferramentas cada vez mais complexas inseridas nessas mídias possibilitam trocas mais complexas e multicódigo em rede (PIMENTA, 2017).

Tais trocas simbólicas em rede ocorrem em contextos mais propícios para isso. Por exemplo, debates são muito mais favorecidos em redes como o Facebook do que em outras mais imagéticas como o Snapchat. Ao mesmo tempo, algumas redes se adaptam às demandas dos usuários como o Twitter, que aumentou seu limite de 140 para 280 caracteres, favorecendo o surgimento de debates na rede (RECUERO, 2009). Assim podemos considerar, no ambiente das mídias sociais, mais propício para o surgimento de debates de cunho social e político aqueles portais com características mais pluritextuais, mas com grande foco para ações discursivas (CAETANO; LUQUETTI, 2015).

Em um contexto multicódigo complexo, os usuários conseguem se expressar de diversas formas distintas, como por texto, por imagens, vídeos, áudios e diversos aparatos multimídia que perpassam, inclusive, a produção de elementos próprios, como é o caso dos memes. Dessa forma é estabelecido um intercâmbio ideológico por meio do qual as redes sociais organizam-se em um conjunto de participantes autônomos, os quais combinam ideias e recursos de modo a reproduzir seus interesses e opiniões pré-estabelecidos. Sendo assim, o ciberespaço acaba por funcionar como um suporte para a mobilização de discursos sociais e demarcação dos grupos identitários (CAETANO; LUQUETTI, 2015).

Como já abordado anteriormente, essas discussões no ciberespaço, mesmo que possam ter influências diversas, manipulação de informação e sensação de impunidade frente a difamações e ofensas, podem ser consideradas como práticas políticas legítimas, uma vez que se caracterizam como um tipo de campo persuasivo. Além disso, este campo é permeado

de argumentações debatidas de modo a buscar o convencimento do outro lado do debate (MAIA, 2007).

O jogo político é feito nas mídias sociais por meio das ferramentas possibilitadas por estas. Desse modo, ações como “curtir”, “comentar”, “compartilhar”, “*retweetar*”, “seguir”, “deixar de seguir” e várias outras se tornam parte da expressividade do usuário durante os debates. Essas ferramentas variadas acabam por objetivar uma forma de interação que possui tanto impacto político quanto as tradicionais formas de debates face-a-face (CAETANO; LUQUETTI, 2015).

Dessa forma, surgem as chamadas mídias cívicas, movimentos, *fanpages* e diversas outras fontes de conteúdo online destinados a aumentar o engajamento cívico ou então aumentar a participação da população no processo político. Entre os modelos de mídia cívica existentes, temos aquelas de origem previamente política, as criadas por organizações de movimentos populares e outras criadas pelos próprios cidadãos de forma individual (JENKINS, FORD & GREEN; 2016). No meio termo entre os movimentos populares e os cidadãos individuais temos também as comunidades de fãs que, como já dito, participam de engajamentos políticos pontuais.

A partir de 2010 pode-se observar um aumento exponencial neste tipo de conteúdo compartilhado em rede. Como pudemos constatar com alguns episódios como o da Primavera Árabe retratado no capítulo 2, o mundo começou a se tornar menor, ao mesmo tempo em que movimentos sociais passaram a utilizar as novas ferramentas de informação para veicular suas ideias e reivindicações. A facilidade de conceber e circular conteúdos de mídias convincentes em rede, construindo assim um grupo de afiliações bem mais forte e próxima ao público, permitiu que diversos movimentos sociais ganhassem um público muito maior do que as suas fronteiras (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

Entre os casos mais relevantes, podemos citar as passeatas de junho de 2013 no Brasil, que surgiram a partir de uma organização contra o aumento da passagem do transporte público e acabou por se tornar um movimento social de grande escala envolvendo todo o país (SANTAELLA, 2016). A propagabilidade das mensagens compartilhadas em rede acaba por ser bem maior do que as informações transmitidas por outros meios, principalmente por conta da convergência de mídias, o que faz, cada vez mais, novos usuários, grupos e organizações utilizarem de mídias sociais como o Facebook e o Twitter como fonte de marketing, publicidade e até relação com seu público (JENKINS, FORD, GREEN; 2016).

Esse novo formato de debate político presente nas mídias sociais utiliza a inteligência coletiva (LEVY, 1993; JENKINS, 2009) de modo a dar mais poder aos debates

ocorridos em redes online do que aqueles analógicos, uma vez que, por meio da combinação de hipertextos com a produção de centena de milhares de pessoas ao redor do mundo combinadas, é possível embasar informações de forma muito mais engajada com utilização de ferramentas de busca e links de blogs que aprofundem a discussão sobre o tema. Além disso, a participação ativa dos atores sociais dos embates em procurar fontes que corroborem suas ideias auxilia o processo de enriquecimento desse processo em si. Sobre a relação de poder existente nesse processo, Jenkins (2009) ressalta:

Se informação é poder, então esta nova tecnologia – a primeira a distribuir informação de forma justa – está realmente distribuindo poder. O poder está se deslocando das instituições que sempre governaram de cima para baixo, sonogando informações, dizendo como devemos cuidar de nossa vida, para um novo paradigma de poder, distribuído democraticamente e compartilhado por todos nós (p.290).

Mesmo que essa afirmação de Jenkins soe exacerbadamente otimista, serve de ilustração para o uso adequado das ferramentas online para o crescimento de debates. Porém, na prática, é possível que nem todos os usuários que participem de debates em rede façam uso pleno da inteligência coletiva. Muito disso se deve à falta de literacia midiática por grande parte da população de usuários de mídias sociais (SANTAELLA, 2016). Assim, podemos sim considerar a informação como poder, porém é preciso atentar para a possibilidade dela também ser fonte de manipulação e de desempoderamento (JENKINS, IKO & BOYD; 2016).

Com isso, é importante ressaltar que o uso da inteligência coletiva necessita de atividade por parte de seus atores para que surta efeito. Quanto mais participação ativa uma pessoa tiver no processo de debate e de aquisição de conhecimento, maior integração ela fará das informações, podendo assim passá-las adiante, reforçando ainda mais o processo (LEVY, 1993). Assim, a relação de poderes mais horizontalizada, característica da cultura da convergência, abre espaço para que novas formas de diálogo e desenvolvimento da inteligência possam surgir de modo mais coletivo e participativo, mesmo que não utilizado por toda a população de usuários ainda.

Essas diversas formas de debates, reivindicações e protestos ocorridos em plataformas online se tornam cada vez mais relevantes fora do contexto das mídias sociais em si. De modo que o ativismo em rede, batizado de ciberativismo, pode ser considerado como uma prática política com características próprias. Como Rodrigues (2016) nos mostra em seu trabalho, o termo vem da junção de “cyber”, originado de Norbert Wiener, em 1939 com a palavra “ativismo”. O prefixo ciber diz de sistemas mecânicos que simulam comportamentos complexos de seres vivos. O ciberativismo, nesses termos, seria a representação do ativismo social e político em rede, por meio de softwares ligados à internet (RODRIGUES, 2016).



Essa política mais participativa é trabalhada por Jenkins, Iko e Boyd (2016) quando estes citam Cohen e Kahne (2012). No trecho, a política participativa é definida pelos autores como atos interativos pelos quais sujeitos e grupos procuram exercer certa influência em questões de interesse público. Entre as diversas formas de política participativa observadas em rede, temos (1) o compartilhamento de informações por meio de mídias sociais; (2) os debates online em fóruns, *blogs*, *podcasts* e outros ambientes do ciberespaço; (3) a criação de conteúdo original por meio de vídeos ou memes modificando imagens para comentar um problema atual; (4) utilizando redes mais imediatas como o Twitter para reunir uma comunidade em direção à determinada ação coletiva ou (5) construir bases de dados para investigar um determinado assunto ou opinião popular (JENKINS, IKO & BOYD; 2016).

Assim, podemos considerar a prática da página de fãs de Pokémon, “Vida de Treinador” adequada ao terceiro grupo, uma vez que a página de fãs cria conteúdo original tomando como base elementos próprios da franquia Pokémon. Além disso, como será apresentado mais a frente neste trabalho, a origem da página diz da individualidade de seus fundadores, os quais possuíam vinculação política prévia e já praticavam formas de ciberativismo antes da fundação da *fanpage*.

Esse ambiente pode favorecer a vinculação política de jovens, uma vez que chama atenção principalmente pelo seu conteúdo típico de *fandom*, mas transmite também mensagens ativistas diretas e indiretas de cunho social e político. Essa ideia é favorecida pela constatação de que jovens também podem ser atraídos para os intercâmbios políticos por meio de suas comunidades de aprendizagem informal, incluindo aquelas em torno do *fandom* ou do jogo (JENKINS, IKO & BOYD; 2016).

Por exemplo, os jovens que aprendem a usar uma câmera gravando acrobacias de skate acabam produzindo registros de protestos. Os fãs que criam vídeos podem usar o remix para outros vídeos políticos e aqueles que estão escrevendo ficção de fãs podem usar essas habilidades para construir argumentos projetados para mobilizar outros fãs para a ação cívica e política (JENKINS, IKO & BOYD; 2016. p.265).

Assim, esses novos estilos de política participativa acabam por utilizar aquilo que a população mais jovem já é engajada, como franquias da cultura pop, material de consumo e outros elementos diversos. Com isso, fãs, consumidores e participantes de redes sociais online acabam por se tornar, em maior ou menor grau, ativistas políticos. O movimento natural dessas comunidades tem sido o de utilizar o capital cultural popular ao qual já estão vinculados como ponto de partida para as ações política diversas. E é nesse movimento que podemos observar o uso de imagens de Pokémon como forma de criticar o governo do atual presidente do Brasil por exemplo (JENKINS, IKO & BOYD; 2016).

Contudo, pode-se argumentar que esses atos de circulação servem como substitutos para ações políticas concretas. A expansão da capacidade do público para propagar mensagens muitas vezes acaba como um fim em si, como é o caso da página “Vida de Treinador”. Em geral, o que se observa muitas vezes é a substituição de um debate direto ou de uma ação real por práticas mais levianas e impessoais, muitas vezes carregadas de humor (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

As inúmeras ferramentas sociais digitais possibilitam que qualquer pessoa, em qualquer lugar, possa observar o ambiente social com outros olhos, favorecendo a expressividade política, social e pessoal. Mesmo que muitas dessas práticas ciberativistas sejam um fim em si mesmo, acabam por favorecer que sujeitos tornem-se observadores menos passivos e, conseqüentemente, mais engajados. A diferença de comportamento em rede e no espaço físico são notáveis, mas a vivência online possui um potencial para favorecer a expressividade dos indivíduos em espaços off-line de inúmeras formas (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

Essa mudança, na prática, só poderá surgir por meio da alteração da infraestrutura tecnológica, favorecendo o domínio de técnicas mais expressivas por boa parte da população. O que acontece atualmente, como Jenkins, Ford e Green (2016) apresentam em sua obra, é a utilização despreziosas desses meios pela maior parte dos usuários, sem o conhecimento e domínio de todas as suas ferramentas. Tais práticas favorecem o surgimento de fenômenos como as *fake news*, manipulação de massas em rede e outras formas adaptadas de manipulação das mídias de massa anteriores.

Por fim, Duncombe (2012 apud JENKINS, FORD & GREEN, 2016) argumenta que o contexto cultural contemporâneo pode oferecer um novo modelo de ativismo por meio de características como a apropriação e a remixagem de elementos a partir da cultura popular. Esse novo modelo de ciberativismo tem a característica de unir o espetacular com o participativo, atraindo pelo poder emocional das histórias que já são importantes para um público em massa e, ao mesmo tempo, rejeitando o vocabulário complexo por meio do qual são conduzidos com frequência os debates políticos. “Tudo isso sugere que formas mais propagáveis de mídia cívica podem não apenas atingir adeptos imprevistos, mas também plantar sementes que podem se transformar em compromissos mais profundos ao longo do tempo” (JENKINS, FORD, GREEN; 2016. p.243).

## 6.2 OS MEMES ENQUANTO ASPECTOS LÚDICOS DAS MÍDIAS SOCIAIS

Considerando que o ato de jogar e de se divertir é mais velho que a própria cultura primordialmente, o processo de popularização e crescimento exponencial da indústria de jogos em geral é observado até como natural, assim como o processo constante de modificação da cultura como um todo influencia consideravelmente os modos de jogar (HUIZINGA, 1980). Jogos num geral se constituem principalmente pela busca por divertimento, algum tipo de relaxamento e principalmente obtenção de prazer. Eles operam por meio do limite, da liberdade e da invenção que permitem aos jogadores, seja num tabuleiro analógico ou em um console de videogame. Com isso, mesmo que seguindo determinadas regras, quanto mais livre o jogador fica para manifestar a sua personalidade no jogo, mais vínculo ele fará com aquela prática lúdica específica (ROSÁRIO & RAMOS, 2006).

Nesse aspecto, os novos ambientes digitais são caracterizados principalmente pela capacidade que possuem de criar e/ou representar espaços passíveis de serem vivenciados. Em comparação, livros e filmes são meios lineares que retratam espaços de modo verbal ou até imagéticos (MURRAY, 2003). Isso faz com que o principal apelo de expressividades digitais seja a simulação de espaços reais ou plausíveis, como Abath e Carvalho ressaltam:

Dentro dos limites estipulados pelas regras de um jogo, podemos interagir com determinados elementos, experimentando ações, superando desafios e se satisfazendo com os resultados advindos da partida. Conforme Huizinga, uma das principais características dos jogos é a sua distinção em relação à vida real. Dessa forma, o jogo seria uma evasiva da vida cotidiana; atividade temporária com objetivos diversos do mundo da vida. (ABATH e CARVALHO, 2010. p.3).

Nesses parâmetros, podemos observar algumas características lúdicas consideráveis em mídias sociais como o Facebook. Elementos que podem ajudar a considerar o próprio convívio nesses ambientes online um tipo de jogo. A fuga da realidade cotidiana, o desprendimento do seu papel diário de vida e a possibilidade de manipulação de sua imagem em rede são alguns dos elementos que favorecem essa ideia.

Nessa linha de raciocínio podemos observar a crescente utilização de aspectos humorísticos em rede, principalmente com mensagens, vídeos curtos e uso de memes. A piada em si já é um ato consideravelmente político, uma vez que ela expressa algo que a comunidade está pronta para ouvir, enquanto um insulto expressa algo que ela não quer considerar. Assim, reconhecer uma piada envolve trocar julgamentos sobre o mundo e se definir a favor ou contra os outros. Com isso, ficamos impossibilitados de considerar o humor uma simples questão de gosto, já que este é um veículo pelo qual as pessoas articulam e

validam seus relacionamentos com aqueles com quem compartilham a piada (JENKINS, FORD & GREEN; 2016).

O meme, nesse contexto, é o elemento mais necessário de ser apresentado. Este, além de ser amplamente utilizado por páginas como a “Vida de Treinador”, utilizada como estudo de caso deste trabalho, representa a convergência de diversos elementos inerentes ao objeto de estudo desta pesquisa: a convergência de mídias, a propagabilidade, a inteligência coletiva, os aspectos lúdicos das redes sociais, a produção ativa de comunidades de fãs e o uso de elementos não políticos como forma de transmissão de ativismos diversos.

O termo meme, em seu sentido popular, refere-se a conteúdos que obtém alta visibilidade por meio da circulação. Para Richard Dawkins (1979 apud BITTENCOURT & GONZATTI, 2016), trata-se da unidade mais básica da reprodução cultural, ou seja, é por meio dos memes que as ideias são transmitidas de indivíduo para indivíduo. O já citado 4chan é considerado o berço de boa parte do que é considerado atualmente como memes. Este conteúdo representa tudo aquilo que epidemicamente se populariza na internet e é subvertido em imagens, gírias, jargões e vídeos reformulados, que são disseminados pelos próprios internautas (PEREIRA & PIMENTA, 2012).

Grande parte dos memes apresentam narrativas da cultura pop como cenário de alusão a outras realidades, formando uma narrativa em volta de analogias do conteúdo original com a mensagem a ser transmitida. O cenário político brasileiro, por exemplo, é um dos maiores alvos de articulações por meio de memes. Este é, muitas vezes, associado a séries e filmes como House of Cards, Game of Thrones, Star Wars, Capitão América: Guerra Civil e inúmeras outras referências a outros programas, incluindo outros memes (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016). Podemos observar aqui como a lógica da *Gestalt* e a inteligência compreendida por meio do conceito de *affordances* podem servir de ótica para estes processos. Para escolher elementos de programas televisivos não politizados como pano de fundo para movimentar críticas ao governo, usuários em rede conseguem perceber *affordances* em elementos narrativos e estéticos antes não observadas, utilizando muitas vezes de metáforas e analogias de modo a fortalecer uma mensagem por meio do humor ou do apelo emocional de determinada personagem ou marca.

A relação entre os memes e o ativismo exemplifica como o universo convergente das mídias sociais é complexo e multicódigo. Os memes carregam uma potencialidade de replicação que emerge da articulação entre elementos originalmente desconexos, criando um universo de significados totalmente novo e de potencial expandido pela identificação com uma ou várias partes da mensagem. Assim, acontecimentos políticos podem ser vinculados à

cultura pop de modo figurativo, inaugurando uma cibercultura pop que desenvolve alta circulação e passa a movimentar pautas jornalísticas (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016).

Um site de rede social é construído como um espaço de sociabilidade, sendo formado por atores sociais e as suas interações, pois os sites são apenas sistemas que atuam como plataformas para o exercício das conexões e seus desdobramentos como, por exemplo, o espalhamento, que tem seu exercício efetivado por meio de ferramentas que tornam mais fácil a circulação de certos tipos de materiais (RECUERO, 2009; JENKINS, FORD & GREEN; 2013). Assim, é evidente que o processo de criação de um meme, e a sua consequente circulação, estão fortemente articulados a essas práticas que se desdobram da cultura pop e são potencializadas pela cibercultura (BITTENCOURT & GONZATTI, 2016).

Tudo isso retrata como a utilização de memes em mídias sociais são de extrema complexidade social. Quando um indivíduo pensa de forma convergente (JENKINS, 2009) e vincula dois símbolos primariamente distintos em uma mensagem simplificada com a utilização de imagens, textos e, principalmente, humor, podemos inferir que ele está participando de um jogo ou de uma brincadeira. Entretanto, isso não desmerece ou desvaloriza sua prática, a qual pode ter, em potência e alcance, maior proveito e impacto em rede do que mensagens profundamente carregadas de termos técnicos ou jargões políticos, como foi o caso da votação pelo nome de uma baleia organizado pelo Green Peace, como retratado nos primeiros capítulos deste trabalho.

Toda a dinâmica das redes sociais online possui uma ludicidade inerente que envolve diversos elementos. A estética dessas redes, sempre de cores fortes e chamativas, com *layouts* agradáveis, mesmo que com uma quantidade considerável de informações, com grande apelo imagético, pode ser considerada lúdica. Ao mesmo tempo, o comportamento induzido por essas redes, como a quantidade de amigos, a idade do seu perfil na rede, quantas pessoas segue e vários outros elementos agregam ainda mais a essa ludicidade para a vivência ali. Por fim, elementos clássicos das redes sociais mediadas por computadores apresentados anteriormente (RECUERO, 2009) servem de alusão a características próprias do jogo como a fuga da realidade cotidiana e a delimitação de um círculo mágico específico.

Mesmo que o Facebook não possa ser teoricamente caracterizado como um jogo, existem jogos sendo feitos por meio da plataforma. Seja com o intuito primordial de serem jogos, seja por meio de alusões e manobras indiretas. A confecção de memes, administração de páginas de fãs e todo o universo envolvido nesses processos sociais são permeados de ludicidade e humor característico. Assim, o ciberativismo presente nesses ambientes também

apresenta tais características, o que pode fazer parte de sua potencial capacidade de propagabilidade e absorção da mensagem de forma mais prática por diversos usuários em rede.

## 7 “VIDA DE TREINADOR”: UM ESTUDO DE CASO

Para a pesquisa empírica foi analisada uma página mantida por fãs da franquia transmídia Pokémon no Facebook. A franquia foi criada pelo designer de jogos eletrônicos Satoshi Tajiri em 1995, inspirado por seu colecionismo por besouros na infância, que o motivou a imaginar um universo fictício onde as inúmeras espécies distintas de insetos batalhavam entre si de forma esportiva. O conceito de insetos foi mudado para monstros com as mais variadas formas, tamanhos e aparências. O que viria a ser uma franquia transmídia começou com um par de jogos para o videogame portátil da Nintendo, o Game Boy. Ao longo desses mais de 20 anos de existência, a franquia rumou para diversas outras mídias além dos jogos eletrônicos, como cartas colecionáveis, série de televisão, filmes, histórias em quadrinho japonesas, brinquedos colecionáveis, roupas, aplicativos de smartphone e muito mais.

Por se tratar de uma franquia que afetou diretamente três gerações de consumidores, sua comunidade de fãs tradicionalmente é bem distinta. Num formato que se assemelha bastante a outros fandom como o de Star Wars, Star Trek e Doctor Who, com fãs de diversas origens diferentes e, principalmente, idades variadas. O nome da página estudada, inclusive, é uma referência ao nome dado para os colecionadores de monstros na série: Treinadores. Além disso, atualmente, existem mais de 802 Pokémon diferentes, com mais ainda sendo lançados pela Nintendo, GameFreak e The Pokémon Company. O nome da franquia, a título de curiosidade, é uma junção das palavras *Pocket* e *Monster*, sendo assim uma analogia direta a “Monstros de Bolso”, por conta da característica ímpar dos Treinadores armazenarem seus Pokémon nas chamadas Pokébol, esferas que minimizam o tamanho das criaturas, tornando-as fáceis de colecionar.

A página Vida de Treinador está ativa desde Agosto de 2012 e foi escolhida por conta tanto da sua relevância quanto pelas suas características particulares. No que tange sua relevância, atualmente a página possui mais de 77 mil seguidores os quais foram adquiridos por meio de um crescimento puramente orgânico, o que configura uma comunidade realmente organizada de fãs para fãs sem fins lucrativos (JENKINS, 2009). Além disso, o conteúdo postado diariamente na página associa imagens, jargões e elementos inteligíveis da franquia Pokémon com conceitos, opiniões e relatos ativistas, principalmente fazendo referência ao ativismo de cunho feminista e LGBTQ+ e críticas abertas ao governo brasileiro.



Figura 1 Meme produzido pela Vida de Treinador fazendo alusão à crítica referente aos métodos que fizeram Michel Temer se tornar Presidente do Brasil (Fonte: Vida de Treinador/Facebook, 2018).

Um questionário foi desenvolvido por meio da plataforma online gratuita *Google Forms* para que seguidores da página voluntariamente preenchessem-no de forma anônima, com questões referentes ao uso que fazem da página, preferências em relação às postagens e motivações para se manter acompanhando-a. Todos esses materiais constam como anexos deste trabalho. Vale ressaltar também que a técnica de coleta de dados por questionário online foi feita de modo totalmente impessoal e sem nenhum tipo de identificação dos usuários que o responderam. Suas perguntas tiveram o objetivo de mapear o perfil, as motivações e percepções dos seguidores da página de fãs em se manterem engajados nela, assim como suas preferências no que diz respeito às postagens da página.

Por fim, o questionário apresentou respostas totalmente fechadas que geraram dados computados através do próprio software de pesquisa *Google Forms*. Utilizando noções de estatística básica, os dados foram analisados quantitativamente para, depois, passarem por uma interpretação qualitativa com o intuito de identificar o impacto do ciberativismo em comunidades de fãs sob os seus membros. Os resultados devidamente explicitados encontram-se a seguir.



## 7.1 INFORMAÇÕES BÁSICAS

Para o estudo foram entrevistadas, no total, 361 pessoas. Esse número está de acordo com o cálculo amostral no qual foi considerado o universo equivalente a 76 mil, número aproximado referente aos seguidores que a página tinha no início de 2018. Para o cálculo, de acordo com Santos (SA), foi utilizada a fórmula de cálculo amostral abaixo:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Figura 2: Fórmula de cálculo amostral (Fonte: SANTOS, SA).

Nesta, “n” é o número referente à amostra necessária para a pesquisa ser relevante estatisticamente; “N” é a população total do universo pesquisado; “Z” é a variável normal padronizada associada ao nível de confiança (sendo este de 90%, 95% ou 99%), “p” seria a verdadeira possibilidade do evento pesquisado ocorrer caso tivéssemos dados referentes a isso e, por fim, “e” é a variável referente ao erro amostral, o qual foi estabelecido previamente como 5% (SANTOS, SA).

De acordo com os cálculos feitos previamente, estabeleceu-se que o mínimo de entrevistados necessários para se obter a relevância estatística mínima de 90% era de 270 pessoas. As 361 pessoas responderam o questionário no período entre 04 de abril e 18 de maio de 2018. Esse número, desse modo, se enquadra na relevância estatística presente entre 90% e 95% de fidedignidade, considerando os 5% de erro amostral.

No questionário aplicado, as pessoas foram guiadas para dois grandes grupos de perguntas, pensando-se nas possibilidades que existiam naquela população. Inicialmente foram feitas quatro perguntas averiguando o tempo que a pessoa seguia a página, há quanto tempo ela se considerava uma fã da franquia Pokémon, a sua faixa etária e, por fim, se e há quanto tempo acompanhava a situação política do país. Com isso, foi possível dividir os seguidores da página entre aqueles que já acompanhavam assuntos políticos e sociais antes de seguirem a página e aqueles que começaram a acompanhar num momento posterior ao ato de começar a seguir a página “Vida de Treinador”. Além disso, foi possível estabelecer melhor o perfil de seguidores, considerando sua faixa etária e relação com a franquia Pokémon para além da página de *fandom* estudada nessa pesquisa.

Quanto à idade dos seguidores, a fim de traçar o perfil médio destes, obtivemos 54,8% de seguidores na faixa que vai dos 21 a 26 anos de idade. Esse grupo é seguido por

outro representando 22,7%, de pessoas entre 27 e 35 anos. Por fim, um terceiro grupo mais expressivo é o dos jovens entre 13 e 20 anos, com 21,1%. Assim, podemos assumir que a maior parte dos seguidores da página encontra-se no grupo dos adultos jovens, entre 21 e 35 anos de idade (77,5%).

### Qual a sua idade?

361 responses

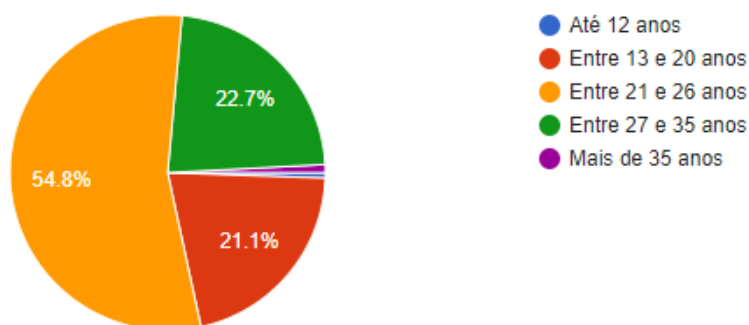


Figura 3: Faixa etária dos entrevistados (Fonte: Google Forms).

Sobre a relação entre ser fã da franquia Pokémon e o ato propriamente dito de seguir a página, temos outra característica marcante sobre os seguidores em geral. Isso porque 59,8% dos seguidores entrevistados se consideram fãs da franquia Pokémon há mais de 15 anos, ao mesmo tempo em que 59,3% dos entrevistados começaram a seguir a página entre 2014 e 2017. Esses dados traçam o perfil dos seguidores como fãs da franquia Pokémon que acompanham a marca desde a sua infância e/ou adolescência, e que começaram a seguir a página há mais de um e menos de três anos.

Por fim, tivemos um resultado mais diversificado na pergunta que separou os entrevistados em dois grupos. Isso porque 61,2% dos entrevistados dizem acompanhar a situação política do país desde 2013 com as jornadas de junho citadas anteriormente, ou antes. Ao mesmo tempo em que 16,9% dos entrevistados passaram a acompanhar a situação política a partir de 2014, com as eleições presidenciais. Por sua vez, 9,4% disseram acompanhar a política desde o processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, ocorrido em 2016. Um grupo de 12,5% dos entrevistados (45 pessoas no total) informou que nunca acompanhou política de forma alguma.

## Você acompanha a situação política do país?

361 responses

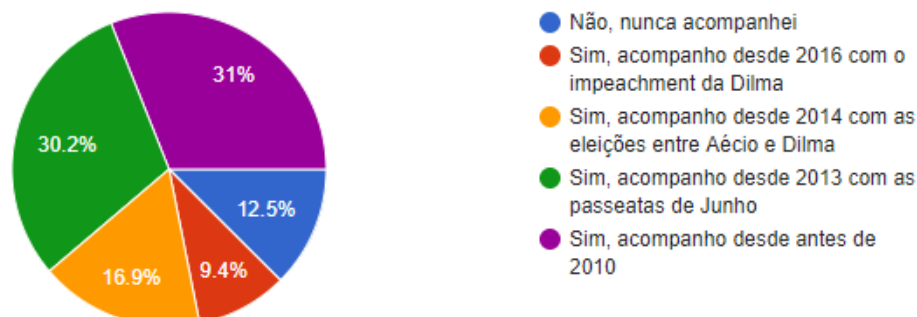


Figura 4: Acompanhamento da situação política do país (Fonte: Google Forms).

Cruzando essas informações, temos o fato de que mais de 200 entrevistados já acompanhavam política antes de começarem a seguir a página “Vida de Treinador”. Um número consideravelmente expressivo, levando em conta o universo estatístico estudado. Assim, o grupo referente aos entrevistados que já acompanhavam política de alguma forma antes de seguirem a página seguiu com 282 pessoas, enquanto o grupo das pessoas que não tinham contato com política antes de seguirem a página, seguiu com 79 entrevistados.

### 7.2 A PERCEPÇÃO DOS SEGUIDORES

Assim, foram feitas um total de sete perguntas para ambos os grupos de seguidores. Entre estas, apenas a última era totalmente diferente para os dois grupos. Além disso, os grupos não tinham a informação prévia a respeito da divisão dos entrevistados, para não induzir de alguma forma suas respostas. Essas perguntas foram organizadas pelo pesquisador e seu orientador de modo que as opções de resposta fossem do mais simples para o mais elaborado, nesta ordem.

A primeira pergunta teve o objetivo de analisar a percepção dos seguidores em relação ao conteúdo da página “Vida de Treinador” em geral. Em uma conversa impessoal e anônima com um dos organizadores da página ocorrida no dia 15/05/2017 e presente como anexo deste trabalho, este afirmou em nome de todos os organizadores que a criação da página teve inicialmente o intuito de “exercitar a criatividade” de seus fundadores. Entretanto, juntar o conteúdo da página com aspectos ativistas ocorreu, de acordo com o entrevistado, de modo natural, uma vez que este ativismo fazia parte da identidade e modo de agir dos fundadores da página.



**Vida de Treinador**

17 de maio · 🌐

Hoje é o dia em que todas e todos nós, da comunidade LGBT, utilizamos a pedra do Orgulho e firmamos nosso compromisso com a luta por igualdade de direitos em nossa sociedade: em especial o direito de sermos quem somos.

Nós, do Vida de Treinador, continuaremos existindo, resistindo e persistindo para que vivamos num mundo mais inclusivo e tolerante.

[Considere o N no lugar do M, no GIF]



Figura 5: Meme feito pela página fazendo uma alusão do dia do Orgulho LGBT+ com jargões da franquia Pokémon. (Fonte: Vida de Treinador/Facebook, 2018).

Os dois fundadores da página (que solicitaram ser mantidos como anônimos no estudo) faziam parte de um grupo de combate à Homofobia da sua cidade em 2010. Assim, o uso de linguagens e jargões dessa e de outras comunidades consideradas como minorias foi algo feito de forma natural na página. De acordo com o entrevistado: “com o passar do tempo que a militância no Facebook inteiro foi se tornando algo mais sólido, a gente foi agregando outras lutas”. Tendo este parâmetro para considerar o real propósito da página, foi objetivado

comparar as respostas dos entrevistados de modo a conferir se sua percepção do material divulgado é coerente com a intenção geral da página.

Em sequência, foi questionado aos entrevistados como eles consideram o conteúdo da “Vida de Treinador”, com o intuito de observar se a percepção dos seguidores sobre os temas da página é bem claro em todas as suas nuances básicas: Pokémon, humor, assuntos LGBTQ+, assuntos políticos. Referente ao grupo 1, dos seguidores, que não tinham relações ativistas antes de seguirem a página, foi observada que 68,4% dentre eles identificaram que a página fala tanto de Pokémon como de assuntos LGBTQ+ e de política usando aspectos referentes ao humor.

### Como você considera o conteúdo da página "Vida de Treinador"?

79 responses

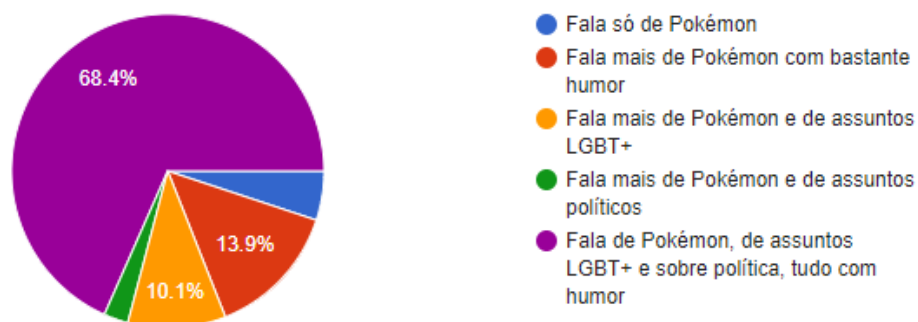


Figura 6 - Percepção sobre o conteúdo geral da página, grupo 1 (Fonte: Google Forms)

Por sua vez, o grupo 2 apresentou resultados semelhantes, mesmo com grandezas variadas. Assim, com 81,3% dos entrevistados também percebendo todas as nuances referentes ao conteúdo da página. Em ambos os casos, o segundo grupo mais expressivo foi o que só relatou perceber o conteúdo referente à franquia Pokémon e ao humor peculiar da página, sem ressaltar os demais assuntos ativistas desta. Porém, em ambos os casos, este segundo grupo não era tão expressivo como o primeiro, sendo o equivalente a 13,9% dos entrevistados no primeiro e 7% no segundo grupo.

Referente ao grupo 1, dos seguidores que não eram ativistas antes de seguirem a página, foi observado que 68,4% deles identificaram que a página fala tanto de Pokémon como de assuntos LGBTQ+ e de política usando aspectos referentes ao humor.

Ainda sobre a percepção dos seguidores quanto ao conteúdo da página, foi feita uma pergunta (de número 3 nos anexos) referente a uma postagem específica feita pela página “Vida de Treinador” no dia 16/06/2017. Nesta, um meme foi divulgado com os dizeres “Golpes do tipo Sombrio”, seguido de três imagens de personagens da franquia Pokémon e uma foto do então presidente Michel Temer. A piada feita usa de referência ataques do elemento “sombra” presentes na franquia Pokémon e utilizados por monstros com temática mais “maligna”, como os apresentados no meme: *Zoroark*, *Mandibuzz* e *Darkrai*. A analogia feita com um tom de humor crítico diz do suposto golpe efetuado pelo presidente Michel Temer quando este ainda era vice-presidente de Dilma Roussef, demonstrando a opinião política clara dos organizadores da página, colocando o ato do atual presidente do Brasil como maligno e obscuro tal como os golpes dos Pokémon apresentados no meme, os quais comumente possuem ligação com sombras e pesadelos.



Figura 7 – Meme “Golpes do Tipo Sombrio” da página “Vida de Treinador” (Fonte: Vida de Treinador/Facebook, 2018).

A imagem foi escolhida para ser apresentada no questionário por fazer exatamente a prática estudada neste trabalho: o uso de elementos e jargões de uma franquia não politizada de forma metafórica e referenciada em uma crítica que, no caso, é política e de cunho ativista.

Tal postagem, ainda em referência aos presentes estudos, utiliza do humor lúdico do uso de memes de modo a transmitir sua “piada crítica”.

Ao questionar os entrevistados sobre o que eles observavam na imagem, foram organizadas opções de resposta que, como dito anteriormente, foram de ideias mais simplórias (como não entender nada a respeito da intenção da imagem) até as mais elaboradas (onde o seguidor demonstra compreender todas as nuances e signos propostos pela postagem). No primeiro grupo, referente aos seguidores que não tinham vinculação política antes de seguirem a página, foi constatado que 62% dos entrevistados tiveram a percepção considerada como a mais completa em referência à postagem, afirmando que esta fazia “uma crítica ao fato do Temer ter virado presidente por meios ‘sombrios’”. Nessa mesma lógica, 29.1% dos seguidores do primeiro grupo afirmaram que Temer seria um “Pokémon do tipo sombrio”, demonstrando um nível de percepção consideravelmente apurado para os principais elementos da postagem, mesmo que se focando mais na franquia do que no assunto político.

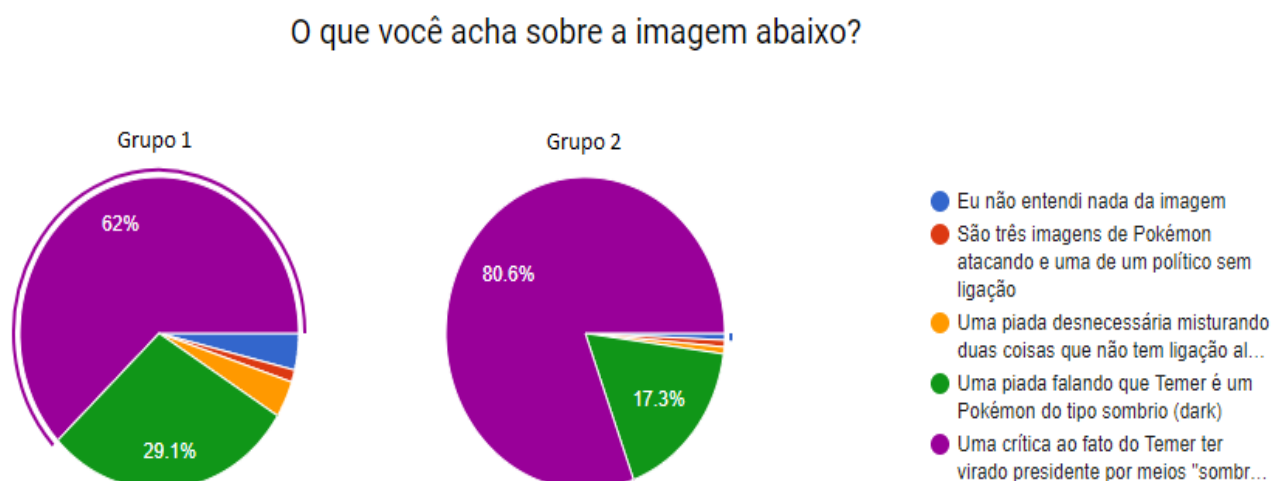


Figura 8 - Percepção sobre uma postagem da página. Comparação entre os dois grupos de entrevistados (Fonte: Edição do Google Forms)

Já no segundo grupo, mais expressivo, a percepção frente à imagem se mostrou consideravelmente mais apurada. Isso porque 80,6% dos entrevistados que já possuíam relação com política antes de seguirem a página responderam positivamente quanto a perceberem todas as nuances da postagem quanto ao seu humor, crítica, conteúdo e relação com a franquia Pokémon. Além disso, 17,3% dos entrevistados fizeram uma ligação mais direta afirmando que a postagem dizia de “uma piada falando que Temer é um Pokémon do tipo sombrio”. Com isso, mesmo que a maior parte de ambos os grupos demonstre uma percepção sofisticada o suficiente para apreender a intenção da postagem, o grupo com

pessoas mais introduzidas em assuntos ativistas e/ou políticos se mostrou ainda mais perceptível a esses signos, totalizando 97,9% dos entrevistados em seu grupo.

Todos os dados apresentados até então demonstram dois aspectos peculiares referentes aos seguidores da página de fãs “Vida de Treinador”. Primeiramente, temos a constatação, por meio de cruzamento de dados, de que boa parte dos seguidores da página são fãs de Pokémon desde a infância/adolescência que, atualmente, possuem algum tipo de relação mais próxima com assuntos políticos e de cunho social como lutas de minorias. Essa característica é compatível, inclusive, com os dois fundadores anônimos da página, que também se enquadram neste grupo. Assim, podemos presumir que a maior parte dos seguidores da página se atrai pelo seu conteúdo justamente pela soma de ambos os elementos: conteúdo de fãs e críticas sociopolíticas. Pensando nisso, averiguaremos agora algumas perguntas referentes aos aspectos que mantêm os seguidores vinculados à página, para atestar esta hipótese.

### 7.3 A MOTIVAÇÃO DOS SEGUIDORES

Algumas das perguntas feitas no questionário tentaram mapear os motivos pelos quais os seguidores entrevistados acompanham o conteúdo da página Vida de Treinador, uma vez que inúmeras páginas presentes no Facebook possuem conteúdos próximos do dela, seja por parte do *fandom* de Pokémon, ou então pelas críticas políticas com e sem humor vinculado. A primeira questão sobre o tema foi sobre o que o entrevistado gosta mais no conteúdo da página. Entre os membros do grupo 1, 19% dos entrevistados disseram gostar principalmente das informações que a página divulga sobre a franquia Pokémon. Outro grupo, de 17,7%, disse preferir principalmente o tom de humor da página. Outro grupo de exata mesma porcentagem apontou a forma como a página utiliza Pokémon e assuntos de minorias combinados. Porém, 44,3% do grupo 1, afirmou gostar de todas essas características citadas. Em contrapartida, 1,3% dos entrevistados do primeiro grupo expuseram ter preferência pela forma como a página fala de política usando imagens de Pokémon.

No segundo grupo, de pessoas já engajadas de algum modo em assuntos políticos e de causas sociais, as grandezas se alteraram levemente. O elemento mais votado de forma individual foi o humor da página (16,5%), seguido do uso de imagens de Pokémon junto com assuntos referentes a minorias diversas (13,4%). As informações sobre a franquia foram preferidas por 6,7% dos entrevistados. Entretanto, deste grupo, 60,9% dos entrevistados escolheram as quatro características básicas da página como suas favoritas (humor, informações, política e minorias).



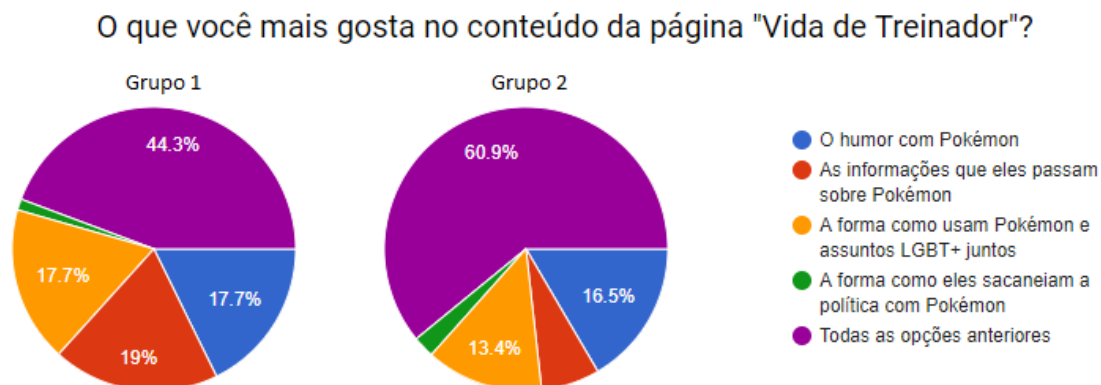


Figura 9 - Preferência de conteúdo (Fonte: Edição do Google Forms)

Percebe-se que, em ambos os grupos o que prevalece é uma preferência pela justaposição de todas as características da página, seguido por uma preferência pelas temáticas envolvendo comunidades como LGBT+ ou outras minorias. Pensando numa continuidade da investigação desse tema, foi questionado a ambos os grupos também o motivo pelo qual os membros continuam acompanhando a página, a fim de esmiuçar de maneira mais clara os signos e características da “Vida de Treinador” que mantêm seus membros engajados.

No que tange o grupo 1, 40,5% dos entrevistados escolheram o humor com o qual a página fala de vários assuntos como ponto principal de manutenção do vínculo com a página. Além disso, 30,4% acompanham-na principalmente pelo conteúdo relacionado à franquia Pokémon. Na sequência, 13,9% dos seguidores dizem se manter acompanhando a página por conta de notícias sobre a franquia Pokémon e 12,7% gostam de visitar a página pela forma com a qual ela junta a franquia Pokémon com assuntos referentes a causas sociais. Por fim, 5% dos entrevistados dizem gostar de acompanhar a página principalmente pela postura política transparente desta.

Já no grupo 2, temos uma configuração consideravelmente distinta dentre as preferências do público. A maioria dos entrevistados continua preferindo a página por conta do tom de humor utilizado pela página para falar de diversos assuntos. Entretanto, 25% dos entrevistados do grupo 2 dizem acompanhar a página principalmente pela forma com a qual ela une Pokémon a causas sociais diversas. Outra parcela que sofre bastante aumento aqui é no que diz respeito à postura política da página: 10,2% dos entrevistados do segundo grupo apontam esta como a principal característica da página que os mantêm acompanhando-a. Entre os entrevistados deste grupo, a opção menos escolhida foi justamente a relacionada à novidades sobre a franquia: 6,7%.

### O que te faz continuar acompanhando a página "Vida de Treinador"?

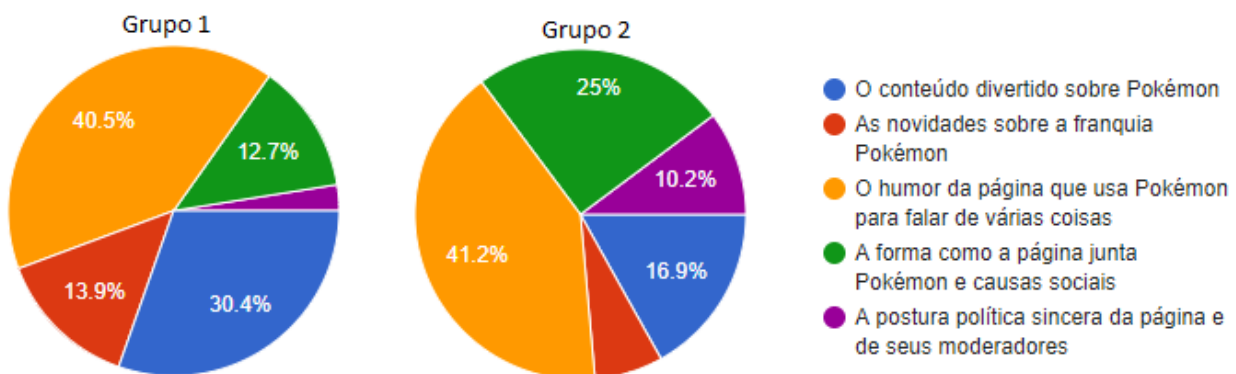


Figura 10 - Motivação para acompanhar a página (Fonte: Edição do Google Forms)

Com isso podemos observar que, para a maior parte dos seguidores entrevistados, o humor da página é o aspecto mais cativante dela, uma vez que ele é utilizado em cada postagem, seja na confecção de memes e edição de imagens ou então na escrita das legendas ou descrição das postagens. Porém, a mescla entre a franquia japonesa e outros assuntos também é um aspecto considerável, mesmo que este não seja o principal para o acompanhamento da página. Isso vai em direção à hipótese levantada por esse estudo de que o humor lúdico das comunidades de fãs serve como condutor de mensagens não necessariamente envolvidas diretamente com *fandom*, mas sim com reivindicações políticas e sociais diversas.

Era esperado que o grupo politizado num período anterior à vinculação com a página demonstrasse maior abertura perceptiva e, conseqüentemente, maior interesse frente aos assuntos relacionados a causas sociais e políticas apresentadas pela página; isso devido à ótica da Teoria das *Affordances*, que diz sobre o ambiente no qual a pessoa se desenvolve, assim como sua história de vida, conduzirem as formas pelas quais ela irá perceber usos e características em seu meio. Ou seja, indivíduos que já possuíam um pano de fundo relacionado com assuntos sociais e políticos possuem um potencial maior para notar o conteúdo da “Vida de Treinador”, dando assim mais atenção para essa característica da página. Para averiguar o impacto das postagens mais ativistas nos membros considerados como pouco ou não politizados, foi preciso efetuar perguntas com mais alguns detalhes no que tange a ação propriamente dita destes seguidores.

#### 7.4 O ENGAJAMENTO DO SEGUIDORES

Para entender o engajamento dos seguidores com as postagens da página, foi perguntado inicialmente se estes já haviam comentado algo sobre política em algum *post* da “Vida de Treinador”, com opções que davam uma gama considerável de opções de justificativa para a opção escolhida. No primeiro grupo, de pessoas pouco ou não politizadas ainda, 49,4% dos entrevistados disseram que não comentam por não comentarem postagens em geral, independente do conteúdo. A segunda parcela mais expressiva deste grupo, representando 36,7% dos entrevistados, assumiram que não comentam por não terem paciência para falar sobre o assunto. Na mesma lógica, 8,9% dos entrevistados disseram não comentar por não fazer parte do contexto da página.

No segundo grupo foi observada que 65,5% dos entrevistados assumiram não comentar por não terem esse costume em postagens em geral. Entretanto, as parcelas subsequentes se mostraram consideravelmente diferentes neste grupo em relação ao primeiro: 15,8% dos entrevistados assumiram que comentam algo quando a página faz alguma postagem referente a uma crítica social ou situação política, em comparação a 3,8% do primeiro grupo. Além disso, 2,8% dos entrevistados do segundo grupo assumiram comentar quando identificam algum tipo de informação errada divulgada por parte da página, demonstrando maior sofisticação perceptiva do que aqueles que não acompanhavam política antes de 2016. Neste primeiro grupo, no caso, 0% dos candidatos assumiram identificar erros nas postagens da “Vida de Treinador”.

Assim, podemos identificar um comportamento não previsto na formulação das hipóteses deste estudo: a postura de maior relevância no que tange os seguidores da página, independente da sua vinculação política ou história prévia com questões sociais, é a de não comentar postagens em redes sociais em geral e, por isso, também não o fazem em postagens da página estudada. Entretanto, a diferença postural frente às outras parcelas de repostas diz de uma diferença crucial no que tange a história prévia dos entrevistados. Isso porque 12% dos entrevistados do segundo grupo acham política chato e 2,8% dizem não enxergar motivos para uma página de Pokémon falar sobre esses temas. Essas parcelas são consideravelmente menores do que no grupo que não possui relação prévia com política, no qual essas respostas representam 36,7% e 8,9% respectivamente.

Porém, como posturas ciberativistas podem perpassar não só o ato de comentar, mas também o de compartilhar material com conteúdo deste tipo, foi questionado aos entrevistados também que tipo de material eles costumam compartilhar da página “Vida de Treinador”. O primeiro grupo teve 64,6% dos entrevistados assumindo que não costumam

compartilhar nada da página, representando assim uma postura mais passiva frente ao conteúdo consumido. As parcelas mais expressivas em sequência são os que compartilham todo tipo de conteúdo da página, incluindo críticas políticas, referências a minorias, piadas sobre Pokémon e notícias; e outra que assume só compartilhar notícias sobre a franquia japonesa. Ambas as parcelas representam 12,7% do primeiro grupo cada.

Novamente uma postura mais passiva é observada no segundo grupo, onde 52,5% dos entrevistados assumem não compartilhar nada da página em seus perfis pessoais no Facebook. Entretanto, as parcelas seguintes mais relevantes possuem considerável aumento em relação ao primeiro grupo: 19,7% dos entrevistados compartilham todo tipo de conteúdo da página, enquanto 9,2% compartilham postagens referentes a minorias como as comunidades LGBTQ+. Ao mesmo tempo, somente 5,3% do segundo grupo diz compartilhar notícias sobre Pokémon em seus perfis pessoais.

### O que você costuma compartilhar em seu Facebook da página "Vida de Treinador"?

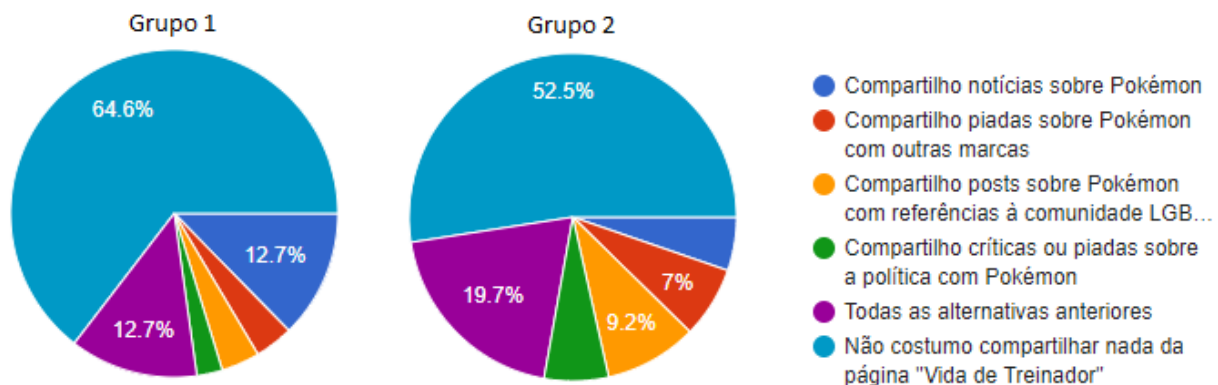


Figura 11 - Tipos de compartilhamento de postagens (Fonte: Edição do Google Forms)

Assim, cruzando estes dados com alguns apresentados previamente, temos a sugestão de que a maior parte dos seguidores entrevistados da página “Vida de Treinador” possuem aparato perceptivo para perceber as nuances e críticas utilizadas pela página por meio do lúdico e do humor. Porém, a maior parte dessa maioria também possui uma postura de consumo passiva frente aos conteúdos, não auxiliando no processo de espalhamento destes em rede com comentários e compartilhamentos, duas das ferramentas que mais aumentam a visibilidade de postagens no Facebook (RECUERO, 2009). Assim, para averiguar a postura política destes seguidores, uma última pergunta foi feita para cada grupo, contextualizada para a previsão de perfil que se esperava de cada um.

## 7.5 A RELAÇÃO DOS SEGUIDORES COM COMPORTAMENTOS ATIVISTAS

Assim, como última pergunta no primeiro grupo de entrevistados, foi questionado se atualmente estes comentavam, conversavam ou discutiam sobre política de alguma forma. Cogitando assim a possibilidade do conteúdo da página “Vida de Treinador” ou então algum outro fator de vida tenha induzido de forma direta ou indiretamente estes seguidores a prestarem mais atenção em assuntos políticos ou então divulgarem de forma mais ativa suas opiniões e percepções sobre política e/ou causas sociais diversas. Entretanto, 50,6% dos entrevistados deste grupo assumiram não falar sobre política ou causas sociais em contexto nenhum por acharem os temas chatos. Em seguida, 21,5% dos entrevistados assumiram que falam sobre os temas por terem amigos próximos ou colegas que falam sobre o tema.

Essa pergunta não foi feita para o segundo grupo por já ter sido estabelecido previamente que este era composto por pessoas que já possuíam algum tipo de vinculação com assuntos deste tipo previamente, sendo redundante, assim, questioná-los se praticam estes atos ou não. Desse modo, foi questionado ao segundo grupo como cada entrevistado considera sua própria postura sociopolítica. Assim, 48,6% dos entrevistados assumiram que só conversam sobre política com seus amigos ou pessoas próximas. Ao mesmo tempo, 14,8% do segundo grupo assume acompanhar política, mas sem conversar com ninguém sobre, apenas compartilhando notícias ou postagens sobre os temas de modo esporádico. Em uma parcela próxima a esta, representando 14,1% do segundo grupo, somente consomem notícias sobre o tema, sem difundir o assunto de maneira alguma. Além disso, 13% dos entrevistados do segundo grupo se consideram ativistas ativos, participando de grupos online ou em suas localidades.

## 8 CONCLUSÃO: A FUNÇÃO DO CIBERATIVISMO DE FÃS

Fazendo algumas recuperações das principais ideias apresentadas neste trabalho, temos o contexto geral compartilhado por alguns dos pesquisadores citados de que a sociedade apresenta uma relação complementar e multidimensional com seus modos de se comunicar que perpassam por elementos ligados à cultura. A contemporaneidade, nestes parâmetros, inaugura algumas posturas que, mesmo que não sejam decididamente inéditas, transformam e redimensionam algumas posturas tomadas em momentos anteriores.

Parte disto pode ser observado na postura ativista que atualmente recebeu modificações consideráveis se comparadas ao que era dito como ativista no final do século XX. A relação ímpar que os grupos possuem com as novas tecnologias da informação atualmente influencia consideravelmente seus modos de construção de inteligência, de pensar em grupo e de trocar signos, como diversos autores nos mostraram ao longo deste trabalho, como Jenkins, Lèvy, Recuero, Perani, Pimenta e seus diversos colaboradores.

Nesse sentido, objetivou-se com esta pesquisa, debruçar-se sobre o fenômeno do ciberativismo em rede, mais especificamente aquele feito por comunidades de fãs no Facebook. Ao discorrer sobre o tema, foi levantada a questão da possibilidade dessas comunidades previamente não politizadas influenciarem seus membros a se tornarem mais vinculados a assuntos sociopolíticos por influência direta ou indireta de seu conteúdo, o qual, muitas vezes, mescla elementos de comunidades de fãs com realidades ativistas diversas.

Com tal questionamento, foi levantada a hipótese de que as comunidades de fãs podem influenciar positivamente seus membros de modo que esses se tornem mais ativistas em rede. Além disso, esse processo se daria por conta do aspecto lúdico que o material da cultura pop atribui ao ativismo, no caso das comunidades de fãs. Entretanto, a pesquisa de campo efetuada, como apresentado na seção anterior, demonstrou resultados contraditórios a essa ideia.

De acordo com os resultados obtidos com o estudo de caso feito com a página “Vida de Treinador”, uma mescla de duas outras hipóteses levantadas nesse trabalho foram encontradas. Primeiramente, os membros da comunidade de fãs estudada consomem o ativismo da página por já se identificarem previamente com o conteúdo de fãs ativistas, devido a sua relação prévia com os assuntos apresentados ali. Isso foi apresentado por meio de alguns dados específicos, como o fato da maioria exorbitante dos entrevistados (78,1%) já possuírem contato prévio com assuntos relacionados à política ou reivindicações sociais antes de acompanharem a página de fãs.

Como apresentado anteriormente, a maior parte dos seguidores da página entrevistados se atrai pelo seu conteúdo justamente pela soma do conteúdo de fãs e críticas sociopolíticas. Percebe-se que a justaposição de todas as características da página, sendo elas humor, Pokémon, minorias e política são a preferência da maior parcela de seus seguidores. Esse interesse dos entrevistados pelo conteúdo da página de fãs que mescla as críticas sociais e políticas com jargões e imagens de Pokémon é representado em suas respostas, mas não necessariamente comprovam um aumento da preocupação com esses temas em específico por conta da página.



Figura 12: Imagem veiculada pela comunidade no Dia dos Pais de 2018, com o intuito de criticar as altas taxas de abandono de menores por parte de homens no Brasil. (Fonte: Vida de Treinador/Facebook, 2018).

No que tange a motivação dos seguidores entrevistados, é possível concluir que a maior parte deles utiliza a página como uma fonte de diversão não tão alienante, uma vez que utiliza de linguagens fáceis e vinculadas à cultura pop para lidar com assuntos mais

complexos. Como a própria ideia do meme originalmente carrega, de ser o fator indivisível da cultura, transformar assuntos complexos em memes diz de uma capacidade dos organizadores da página de resumirem esses temas de modo a serem compreendidos e elaborados da forma mais simples e fácil possível.

A questão levantada no questionário a respeito da percepção dos sujeitos sobre uma das imagens postadas pela página representa essa característica, onde os seguidores se mostraram cognitivamente e culturalmente bem organizados para apreenderem o meme em todas as suas facetas (crítica social, humor, assunto político e menção ao universo de Pokémon). Entretanto, podemos considerar como ciberativista principalmente a postura dos organizadores anônimos da página, que de forma natural, mas consciente, optaram por fazer a mescla de temas em sua página de fãs. Já seus seguidores, de acordo com os resultados, demonstraram certa passividade que vai em direção parcialmente oposta ao que pesquisadores como Henry Jenkins argumentam em seus trabalhos.

Futuros estudos podem ser feitos para averiguar outros aspectos deste comportamento, como questões referentes ao que gera a falta de interesse dos seguidores da página a compartilharem ou comentarem as postagens, aplicando no máximo curtidas e, na maior parte das vezes, consumindo “silenciosamente” os conteúdos postados. Além disso, é possível averiguar futuramente também se a prática do compartilhamento dessas imagens por vias “não oficiais”, como o espalhamento de capturas de tela por aplicativos como o Whatsapp ou o Telegram modificam um pouco esses resultados, os quais só se mantiveram em relação ao uso do Facebook.

No que tange o grupo de seguidores que não possuía envolvimento com assuntos ativistas e críticos antes de acompanharem a página, não foi observada uma mudança de opinião drástica, mas sim uma postura mais resistente aos temas propostos, optando por consumir preferivelmente o humor lúdico e as notícias referentes à comunidade de fãs, sem uma abertura clara para as referências a causas sociais e críticas políticas. Isso vai de acordo com a terceira e última hipótese levantada, de que os membros das comunidades de fãs consomem os elementos da cultura pop focados apenas no seu aspecto lúdico, sem que nenhum tipo de ativismo seja exercido em conjunto com esses materiais.

Nessa direção, Manuel Castells nos dá certa luz sobre a importância da postura dos organizadores da página, uma vez que este ressalta a importância dos meios de comunicação como influenciadores diretos da cultura. Seguindo a lógica proposta pelo autor de que a realidade é observada por nós por meio das metáforas que moldamos através de nossa linguagem e meios de comunicação, podemos dizer que utilizar de metáforas referentes



ao universo fictício de Pokémon para falar de assuntos calcados na realidade, como política, diz de uma modificação da postura ativista, tentando transmitir ideias de modos mais verosímeis e até emocionalmente diferenciadas daquilo que outrora foi feito.

Mesmo considerando, segundo a Teoria das *Affordances*, a percepção dos seguidores da página influenciada por suas relações anteriores com elementos sígnicos referentes a causas sociais e políticas; o fato deles se atentarem para as diversas esferas que os memes apresentam e, principalmente, apreciarem este tipo de uso de humor, pode ser considerado como um dos pontos mais importantes deste estudo. Isso porque esse dado, mesmo de forma parcial, sugere que o humor e o uso de metáforas da cultura pop acrescentam elementos de identificação mais íntimos das pessoas em rede, possibilitando maior envolvimento pessoal com a notícia, crítica ou acontecimento do que a postura clássica do jornalismo, mesmo aquele feito por meio de mídias sociais.

Pimenta, Jenkins e Castells, em momentos e estudos distintos, apontaram para o fato de que nossas linguagens e formas de se comunicar estão se modificando de tal modo que a própria cultura também é modificada ao seu redor. Assim, a mudança nos meios de comunicação em combinação com o surgimento dos memes e a potencialização destes pelo fenômeno do espalhamento, geram um ambiente multicódigos que possibilita a percepção de *affordances* até então não observadas em sua plenitude, como as possibilidades metafóricas entre símbolos primordialmente apolíticos com realidades ativistas.

Como apresentado na primeira parte deste trabalho, este é um processo histórico e, como tal, não eclodiu do vazio simplesmente pelo surgimento da internet. Desde o final do século passado tem-se modificado de inúmeras formas a prática ativista, associando-a a movimentos populares de nichos diversos, até o momento em que se abandona a noção de contracultura proposta pela Escola de Frankfurt para um ativismo dito interno, onde não abandona-se por completo o sistema vigente para criticá-lo. Todo este movimento das últimas seis décadas ou mais, nos possibilita observar uma mudança postural clara, mesmo que não completamente efetiva ainda.

As mídias sociais são utilizadas de diversas formas e com uma imensa gama de objetivos. Essas ferramentas de comunicação direta vencem distâncias e possuem grandes dualidades no que tange seus ganhos e riscos. Entre seus pontos cruciais estão, principalmente, a ausência de corpos e o engajamento improvável de ocorrer em tamanha escala em outros meios. Porém, no que tange os dados observados neste estudo, podemos sugerir que o engajamento é feito ainda de forma muito simplória e passiva pela em algumas comunidades de fãs, como foi o caso dos entrevistados da “Vida de Treinador”. Jenkins, Iko e

Boyd nos mostraram que o engajamento com a cultura popular pode inspirar mudanças na identidade política das pessoas, entretanto, o mesmo Jenkins afirma que é preciso o uso adequado dos meios para que estes não virem fonte de controle e desinformação.

Assim, a ótica das *affordances* pode ser utilizada tanto para explicar o movimento dos organizadores da página de fãs de Pokémon como também de lente para observar um cenário futuro. Organizadores de comunidades de fãs da cultura pop em geral já conseguem atualmente enxergar novos usos para o conteúdo que consomem. Muito disso pode ser, inclusive, por conta do ambiente convergente proposto por Jenkins que reverbera na mente das pessoas. Ou seja, a convergência ocorre na cabeça dos sujeitos, não nas redes sociais. Podemos interpretar essa ideia por meio da ótica das *affordances*, ao assumir que a convergência de mídias pode ter propiciado uma mudança perceptiva em determinados indivíduos que os levaram a pensar de modo mais convergente, vinculando em ideias únicas elementos reais e fictícios, fazendo alusões, comparações e metáforas como ilustrado ao longo deste trabalho.

A ludicidade destas práticas podem nem sempre se adequar com o conceito clássico do termo, proposto por Huizinga juntamente com a noção do que é jogo. Entretanto, não podemos deixar de identificar certos aspectos lúdicos mesclados na confecção do meme, seja pela coleção de curtidas que a postagem gera, seja pela prática em si da edição da imagem e também pelo jogo de analogia feita.

Seja de forma cômica ou melancólica, o uso de memes pelas comunidades de fãs para fins ativistas tem diversos usos, os quais ainda carecem de estudos mais aprofundados, como o proposto como conclusão deste estudo: a manutenção de sua conscientização sociopolítica. Para a maior parte dos seguidores, o humor da página é o aspecto mais cativante, mas a mescla entre a franquia Pokémon e outros assuntos também é um aspecto apreciado, mesmo que este não seja o principal para o acompanhamento da página.

Isso vai em direção à hipótese levantada por este estudo de que o humor lúdico das comunidades de fãs serve como condutor de mensagens não necessariamente envolvidas diretamente com *fandom*, mas sim com reivindicações políticas e sociais diversas. Os aspectos lúdicos referentes ao humor presente nas redes sociais podem facilitar o engajamento de pessoas em ideias, como apresentado nos dados coletados, onde o cruzamento de informações com memes e jargões de comunidades de fãs é visto como aspecto positivo pelos seguidores da página “Vida de Treinador”. Mesmo que, por um lado, esta seja uma forma despreziosa de lidar com assuntos complexos, em contrapartida, a vinculação emocional com os temas pode ser maior.

Entretanto, ainda não foi possível confirmar enfaticamente essa característica por meio dos dados coletados, necessitando-se assim de futuros estudos que possam realizar comparações da forma de absorção da informação pelos usuários da rede por meio de memes ou por meio de postagens menos carregadas emocionalmente. Mais uma vez, estudar as formas de percepção e suas possíveis ilusões e modificações da forma como enxergamos o contexto ao nosso redor é crucial para entender os modos pelos quais são feitas as trocas em rede atualmente.

Graças a uma conexão entre um variado número de fenômenos, como a convergência de mídias, a inteligência coletiva, a apropriação de conteúdos da cultura pop e a propagabilidade, o ciberativismo se faz possível. Mas em termos de comunidades de fãs, ele pode se apresentar de formas bem menos ativas do que em contextos mais propriamente políticos. O ciberativismo de fãs, de acordo com os dados analisados por este estudo, tem como uma de suas possíveis interpretações, ser considerado como um fim em si mesmo, sem pretensões vinculadas ao “sair das redes para as ruas” ou qualquer tipo de postura mais calcada na ação concreta. Pode-se considerar este tipo de postagem como uma forma de manutenção da opinião, da emoção e da informação referente a um determinado feito, tentando dar um sentido mais claro para ele por meio de analogias e metáforas com elementos familiares e emocionalmente mais vinculados à comunidade.

O estudo mostrou que boa parte dos seguidores entrevistados da página são fãs de Pokémon desde a infância/adolescência que, atualmente, possuem algum tipo de relação mais próxima com assuntos políticos e de cunho social como lutas de minorias. É plausível que sua vinculação emocional com a franquia Pokémon seja bem mais íntima do que a vinculação com opiniões políticas e sociais. Daí se pode compreender a preferência pela justaposição de todas as características da página, uma vez que torna o segundo tema relativamente mais leve e fácil de ser absorvido.

Assim, conclui-se este trabalho com a ideia de que o humor e a confecção de memes em geral utilizado em páginas de comunidades de fãs reflete um pensamento convergente influenciado pelo meio das redes sociais. Este uso dado a franquias da cultura pop em geral como forma de metáfora para acontecimentos do cotidiano político, social e cultural do país está, aparentemente, vinculado mais a uma manutenção de opiniões e críticas já existentes previamente do que, de fato, a uma mudança comportamental prática, seja nos seguidores da página ou na comunidade em geral.

Como demonstrado anteriormente, podemos assumir que a postura geral dos seguidores da página entrevistados é parcial ou totalmente passiva no que tange assuntos

relacionados a política ou causas sociais. Estes seguidores, em sua maioria, só consomem material sem retransmiti-lo ou então, em um grupo subsequente, apenas trocam informações com seus pares, sem participar necessariamente de conversas ou embates que o levem a ter suas ideias confrontadas diretamente. Entretanto, o modo lúdico pelo qual esses símbolos são consumidos não é algo decididamente problemático para a dinâmica da rede, como argumentado anteriormente. Já a passividade com a qual a maior parte do universo entrevistado age em referência àquilo que consome precisa ser alvo de análises críticas, uma vez que traduz uma barreira constante enfrentada pelos profissionais com o objetivo de conscientizar a população em geral dos usos produtivos e ativos que os novos meios de comunicação podem propiciar.

## REFERÊNCIAS

- ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G.; TOMAÉ, M. I. Das redes sociais à inovação. *Ciência da Informação*, maio/ ago , v. 34, n. 2, Brasília: 2005. Pág. 93-104.
- AMARAL, Adriana. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em redes. In: *Ecopós*. V.19 N°3. Rio de Janeiro: 2016. Pág 68 - 89.
- AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. “De *westeros* no #vemprarua à *shippagem* do beijo *gay* na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. *Galaxia*. São Paulo: Online, n. 29, p. 141-154, jun. 2015.
- AMARAL, Adriana. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. In: *Ecopós*. V.17 N°3. Rio de Janeiro: 2014. Pág 1 - 12.
- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. São Paulo: Papirus Editora , 2002.
- BITTENCOURT, M. C. A; GONZATTI, C. House of Memes: midiatização do ativismo e transformações no jornalismo a partir de uma cibercultura pop. *Geminis*, ano 7/1, 2016. Pág. 101 – 116.
- BRAGA, A. Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais. *Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*, v.9, ago/dez. Rio de Janeiro: 2011. Pág. 95-104
- BRIGGS, A; BURKE, P. *Uma história social da mídia – De Gutenberg à Internet*, Rio de Janeiro: Zahar, 2ª edição. 2006.
- BRONFENBRENNER, U. The ecology of cognitive development research models and fugitive findings. *Paper presented at Symposium of the Jean Piaget Society*, Philadelphia. 1989.
- CAETANO, J. M. P.; LUQUETTI, E. C. F. O que você está escrevendo no Facebook? – As novas Possibilidades Lexicográficas e seu impacto em nível discursivo-textual. In: *Cadernos do CNLF*. Rio de Janeiro: CiFEFiL, 2015. v. XIX, n°2.
- CARVALHO, M. I. C. Psicologia Ambiental – Algumas Considerações. In: *Psicologia, Teoria e Pesquisa*, Brasília, Vol 9, N° 2, p. 435-447. 1993.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede. A Cultura da Virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas*. São Paulo: Paz e Terra, v. 1. 1999.
- COLETA, A. S. M. D; COLETA, M. F. D; GUIMARÃES, J. L. O Amor Pode Ser Virtual? O Relacionamento Amoroso Pela Internet. *Psicologia em Estudo*. Maringá, v. 13, n. 2, 2008. P.277-285, abr/jun.
- DAWKINS, R. *O Gene Egoísta*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 1978.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. 2003.

DORNELLES, J. Antropologia e Internet: quando o “campo” é a cidade e o computador é a “rede”. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, Jan/Jun, vol. 21, n. 21, 2004 .

EVANGELISTA, P. A. *Interpretação crítica da Teoria de Campo Lewiniana a partir da Fenomenologia*. Centro de Formação e Coordenação de Grupos em Fenomenologia. PUC-SP. 2010.

FERRÉS, J; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina*. Juiz de Fora, vol.9 , nº1 , 2015.

FILHO, J. G. *Gestalt do Objeto: sistema de leitura visual da forma*. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.

G1.globo.com. Eleições 2014, apuração de votos. Disponível em: < <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/apuracao-votos-presidente.html> > Acesso em 13 de Outubro de 2017.

GIBSON, J. J. *The Perception of the Visual World*. The Riverside Press. Cambridge: 1974.

GIBSON, J. J. The Theory of Affordances in: *The Ecological Approach to Visual Perception*. Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey: 1986. Pág. 127-136.

GIDDENS, A. *As Consequências da Modernidade*. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GUARNACCIA, M. *Provos – Amsterdam e o Nascimento da Contracultura*. São Paulo: Conrad Editora. 2001.

HUIZINGA, J. *Homo Ludens – A Study of the Play-element in culture*. London: Routledge & Kegan Paul, 1980.

JACQUES, P. B. Breve histórico da Internacional Situacionista – IS. In: *Arquitextos*. Vitruvius, n.35/03, Abril. 2003. Pág. 1 – 10.

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

JENKINS, H; GREEN, J; FORD, S. *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph. 2016.

JENKINS, H; IKO, M; BOYD, A. *Participatory Culture in a Networked Era*. Cambridge: Polity, 2016.

LEVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência*. Ed. 34: Rio de Janeiro. 1993.

MACHADO, J. A. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. In: *Sociologias*, Porto Alegre. Ano 9. nº18, jul/dez. 2007. Pág. 248 – 285.

MAIA, R. C. M. Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo In: *LOGOS 27: Mídia e democracia*. Belo Horizonte. Ano 14, 2º semestre 2007.

MARIN, A. A. Pesquisa em educação ambiental e percepção ambiental. In: *Pesquisa em Educação Ambiental*, vol. 3, n. 1 – pp. 203-222, 2008.

MCLUHAN, M; MCLUHAN, E. *Laws of Media: The New Science*. Toronto: UTP. 1988.

MCLUHAN, M. *Os Meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix. 1964.

NORMAN, D. A. *The Design of Everyday Things*. Nova Iorque: Basic Books. 2013.

NUNES, C., & MUNHOZ, T. Relacionamentos Amorosos e Facebook: Uma Revisão de Literatura. *Em Tese*, 10(2), 2013. Pág. 104-115.

PERANI, L. Sensorialidades, informação e comunicação: as teorias da percepção e da Gestalt nas obras de Marshall McLuhan e J.J. Gibson. *1º EITCCC*. Universidade Metodista de São Paulo. São Paulo. Pág. 1-16. 2014.

PERANI, L; NETO, E. M; MARINI, I. S. As Mecânicas do divertimento: uma análise de affordances em games de simulação de parques de diversão. In: *Metamorfose*, vol. 2/nº1, 2017. Pág. 188 – 207.

PEREIRA, F. J. X; PIMENTA, F. J. P. A subversão Anônima: O Hackerativismo e a Cultura da Convergência. Intercom – XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto: 2012. Pág. 1 – 14.

PIMENTA, F. J. P. *Ambientes Multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante*. São Leopoldo: Editora Unisinos. 2016.

PINTO, J. A. C. Uma nota sobre Guy Debord e a Internacional Situacionista. *Espaço Acadêmico*. Nº48/ano IV, 2005.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina. 2009.

RHEINGOLD, H. *Net Smart: how to thrive online*. Cambridge: Library of Congress. 2012.

RIBEIRO, D. Ordem Versus Progresso, In: *O Povo Brasileiro: A formação e o sentido do Brasil*. Companhia das Letras, São Paulo: 1995.

RODRIGUES, Luciana Ribeiro. *WE ARE LEGION: espontaneidade e ciberativismo, um estudo do caso Anonymous no brasil*. Juiz de Fora, UFJF: 2016.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação Ubíqua*. São Paulo: Paulus , 2013.

SANTAELLA, Lucia. *Percepção: fenomenologia, ecologia, semiótica*. São Paulo: Cengage Learning. 2012.

SANTAELLA, Lucia. *Temas e dilemas do pós-digital*. São Paulo: Paulus, 2016.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. *Cálculo amostral: calculadora online*. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 14/03/2018.

SCHUTZ, D. P; SCHULTZ, S. E. A Nova Psicologia. In: *História da Psicologia Moderna*. São Paulo: Cengage Learning, 2011. Pág. 77 – 104.

SILVA, G. P. T. Possíveis Contribuições Das Redes Sociais Mediadas Pela Internet Para Os Relacionamentos Amorosos. *Multiverso*. Juiz de Fora: IFET, v.1 n.2. 2016. Pág. 181 – 195.

SILVA, V. V. A. da; TAKEUTI, N. M. “Romance na Web”: Formas de experimentar o amor romântico num namoro virtual. *RBSE*, Agosto, vol. 26, n.9. 2010. Pág. 398-451.

SILVA, S. R. “Eu não vivo sem Celular”: Sociabilidade, Consumo, Corporalidade e Novas Práticas nas Culturas Urbanas. *Intexto*. v.2, n.17, P.1-17, Porto Alegre. UFRGS. Jul/Dez. 2007.

SIMÕES, Edda A. Q.; TIEDEMANN, Klaus B. *Psicologia da percepção I*. São Paulo: EPU, 1985.

STOCCO, K; et al. Relacionamento Sem Face: O Virtual cada vez mais presente nas interações socioafetivas. *UniFil*, 2013. Pág. 58 – 60.

THOMPSON, J.B. *A Mídia e a Modernidade – Uma Teoria Social da Mídia*. Petrópolis: Vozes, 2008.

VANEIGEM, R. *A Arte de Viver para Novas Gerações*. Barba Roxa, 1967.

VELLOSO, R. C. O cotidiano selvagem. Arquitetura na Internationale Situationniste. In: *Portal Vitruvius*. Nº27, v.03, 2002. Pág. 1 – 8.

VIEIRA, C. I. F; Cohn, C. Amor Contemporâneo e Relações na Internet. Ausência do Corpo nas Relações. *RBSE* 7. Vol.19. P- 72-117. Abril. 2008.



## ANEXOS

### ANEXO A – QUESTIONÁRIO ONLINE: PERGUNTAS GERAIS

#### Pesquisa: A comunidade de fãs de Pokémon

Essa pesquisa quer mapear a comunidade de fãs de Pokémon que seguem a página "Vida de Treinador". Se você é fã de Pokémon e/ou faz parte dos seguidores da página, por favor, responda a todas as perguntas com atenção e honestidade.

**NÃO EXISTEM RESPOSTAS ERRADAS.** Isso porque essa pesquisa não é um teste ou coisa do tipo, é apenas uma fonte de informações a respeito do perfil de seguidores da página. Sendo assim, é uma pesquisa totalmente anônima que servirá como parte da dissertação de mestrado de Gilson Peres Tosta da Silva, que será apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

1 - Qual a sua idade?

- Até 12 anos
- Entre 13 e 20 anos
- Entre 21 e 26 anos
- Entre 27 e 35 anos
- Mais de 35 anos

2 - Há quanto tempo você se considera fã de Pokémon?

- Cerca de 1 ano
- Entre 2 e 6 anos
- Entre 7 e 10 anos
- Entre 11 e 14 anos
- Mais de 15 anos

3 - Há quanto tempo você segue a página "Vida de Treinador"?

- Menos de 6 meses
- Entre 7 meses e 1 ano
- Entre 1 e 3 anos
- Entre 3 e 4 anos
- Mais de 5 anos

4 - Você acompanha a situação política do país?

- Não, nunca acompanhei (VÃO PARA O GRUPO 1 DE PERGUNTAS)
- Sim, acompanho desde 2016 com o impeachment da Dilma (VÃO PARA O GRUPO 1 DE PERGUNTAS)
- Sim, acompanho desde 2014 com as eleições entre Aécio e Dilma (VÃO PARA O GRUPO 2 DE PERGUNTAS)
- Sim, acompanho desde 2013 com as passeatas de Junho (VÃO PARA O GRUPO 2 DE PERGUNTAS)
- Sim, acompanho desde antes de 2010 (VÃO PARA O GRUPO 2 DE PERGUNTAS)

## ANEXO B – PERGUNTAS DO GRUPO 1

1 - Como você considera o conteúdo da página "Vida de Treinador"?

- Fala só de Pokémon
- Fala mais de Pokémon com bastante humor
- Fala mais de Pokémon e de assuntos LGBT+
- Fala mais de Pokémon e de assuntos políticos
- Fala de Pokémon, de assuntos LGBT+ e sobre política, tudo com humor

2 - O que você mais gosta no conteúdo da página "Vida de Treinador"?

- O humor com Pokémon
- As informações que eles passam sobre Pokémon
- A forma como usam Pokémon e assuntos LGBT+ juntos
- A forma como eles sacaneiam a política com Pokémon
- Todas as opções anteriores

3 - O que você acha sobre a imagem abaixo?



- Eu não entendi nada da imagem

- São três imagens de Pokémon atacando e uma de um político sem ligação
- Uma piada desnecessária misturando duas coisas que não tem ligação alguma
- Uma piada falando que Temer é um Pokémon do tipo sombrio (dark)
- Uma crítica ao fato do Temer ter virado presidente por meios "sombrios"

4 - Você já comentou algo sobre política em um post da página "Vida de Treinador"?

- Não, pois não tenho paciência para falar de política
- Não, pois não tem porquê eu falar de política numa página de Pokémon
- Não, pois não costumo comentar posts em geral
- Eu ignoro os posts da "Vida de Treinador" que falam sobre política
- Sim, comento quando eles fazem alguma crítica social ou então ao governo
- Sim, comento quando eles misturam as coisas e falam algo que acho errado

5 - O que você costuma compartilhar em seu Facebook da página "Vida de Treinador"?

- Compartilho notícias sobre Pokémon
- Compartilho piadas sobre Pokémon com outras marcas
- Compartilho posts sobre Pokémon com referências à comunidade LGBT+
- Compartilho críticas ou piadas sobre a política com Pokémon
- Todas as alternativas anteriores
- Não costumo compartilhar nada da página "Vida de Treinador"

6 - O que te faz continuar acompanhando a página "Vida de Treinador"?

- O conteúdo divertido sobre Pokémon
- As novidades sobre a franquia Pokémon
- O humor da página que usa Pokémon para falar de várias coisas
- A forma como a página junta Pokémon e causas sociais
- A postura política sincera da página e de seus moderadores

7 - Atualmente você acompanha, comenta, conversa ou discute com alguém sobre política?

- Nunca parei para pensar sobre isso
- Não, acho chato
- Não, pois não tenho com quem falar sobre
- Sim, pois tenho amigos/colegas que falam sobre
- Sim, acho muito importante

## ANEXO C – PERGUNTAS DO GRUPO 2

1 - Como você considera o conteúdo da página "Vida de Treinador"?

- Fala só de Pokémon
- Fala mais de Pokémon com bastante humor
- Fala mais de Pokémon e de assuntos LGBTQ+
- Fala mais de Pokémon e de assuntos políticos
- Fala de Pokémon, de assuntos LGBTQ+ e sobre política, tudo com humor

2 - O que você mais gosta no conteúdo da página "Vida de Treinador"?

- O humor com Pokémon
- As informações que eles passam sobre Pokémon
- A forma como usam Pokémon e assuntos LGBTQ+ juntos
- A forma como eles sacaneiam a política com Pokémon
- Todas as opções anteriores

3 - O que você acha sobre a imagem abaixo?

 **Vida de Treinador**  
16 de junho às 18:03 · 🌐

Estes golpes causam um dano pesadíssimo!

**GOLPES DO TIPO SOMBRIO**



- ( ) Eu não entendi nada da imagem
- ( ) São três imagens de Pokémon atacando e uma de um político sem ligação
- ( ) Uma piada desnecessária misturando duas coisas que não tem ligação alguma
- ( ) Uma piada falando que Temer é um Pokémon do tipo sombrio (dark)
- ( ) Uma crítica ao fato do Temer ter virado presidente por meios "sombrios"

4 - Você já comentou algo sobre política em um post da página "Vida de Treinador"?

- ( ) Não, pois não tenho paciência para falar de política
- ( ) Não, pois não tem porquê eu falar de política numa página de Pokémon
- ( ) Não, pois não costumo comentar posts em geral
- ( ) Eu ignoro os posts da "Vida de Treinador" que falam sobre política
- ( ) Sim, comento quando eles fazem alguma crítica social ou então ao governo
- ( ) Sim, comento quando eles misturam as coisas e falam algo que acho errado

5 - O que você costuma compartilhar em seu Facebook da página "Vida de Treinador"?

- ( ) Compartilho notícias sobre Pokémon
- ( ) Compartilho piadas sobre Pokémon com outras marcas
- ( ) Compartilho posts sobre Pokémon com referências à comunidade LGBTQ+
- ( ) Compartilho críticas ou piadas sobre a política com Pokémon
- ( ) Todas as alternativas anteriores
- ( ) Não costumo compartilhar nada da página "Vida de Treinador"

6 - O que te faz continuar acompanhando a página "Vida de Treinador"?

- ( ) O conteúdo divertido sobre Pokémon
- ( ) As novidades sobre a franquia Pokémon
- ( ) O humor da página que usa Pokémon para falar de várias coisas
- ( ) A forma como a página junta Pokémon e causas sociais
- ( ) A postura política sincera da página e de seus moderadores

7 - Como você considera a sua postura sobre política ou assuntos sociais?

- Acompanho a política, mas não converso com ninguém sobre
- Acompanho a política, mas o máximo que faço é compartilhar notícias, imagens e/ou textos nas minhas redes sociais.
- Costumo conversar sobre política em casa com a minha família apenas.
- Só comento sobre política com meus amigos em conversas
- Sou ativista e participo de grupos na internet e/ou na minha cidade

## ANEXO D – CONVERSA COM ORGANIZADORES

1- Quando exatamente a página foi criada?

26 de agosto de 2012

2. Ela foi criada mais na base da franquia como um todo ou na hype de Pokémon GO?

Foi criada mais na base da franquia, e como modo de exercitar a criatividade minha e do meu amigo fundador (nossos trabalhos nos robotizavam), e quando jogávamos sempre fazíamos piadas que achávamos engraçado. Aí surgimos com o intuito de ensinar o metagame de forma divertida.

3. Sobre o ativismo que a página exerce, ele era uma ideia desde a criação da página ou foi algo que surgiu depois?

Não foi uma ideia, foi natural, porque fazia parte da gente. Como a gente queria se expressar pela página, não pusemos nenhuma barreira e nada. Acontece que eu e o outro fundador éramos de um grupo de combate à Homofobia da nossa cidade, que era de 2010 - então usar linguagem tida como gay, ou mesmo ser inclusivo nas postagens falando "olá treinadoras e treinadores", foi algo que a gente não pensava, só fazia. Com o passar do tempo que a militância no Facebook inteiro foi se tornando algo mais sólido, e que a gente foi agregando outras lutas.

4. Qual a percepção que vocês tem da reação dos seguidores por esse ativismo? Seja as reações positivas ou negativas.

A forma descontraída com que fomos falando de Pokémon fez com que a página crescesse organicamente, e nesse aumento começaram a surgir um monte de seguidores que não combinava com o perfil de público que gostaríamos de perder tempo da nossa vida pessoal para entreter; então começamos a nos empenhar em separar o joio do trigo. Passamos a focar nas minorias (e na maioria disposta a se desconstruir), porque notamos que eles tinham uma sensação de alívio "Poxa, finalmente uma página em que me sinto acolhido" era muito mais bacana pra gente do que "Meme homofóbico do ratinho" e coisas assim.

A página, em geral, desagrada quando postamos algo diferente do que as pessoas concordam. A questão política talvez seja a mais militante. Como temos uma pauta progressista, os conservadores e reações sempre reagem com um "Não faz sentido misturar Pokémon e Política", mas permanecem calados quando misturamos com religião, cultura pop, música, série, meme e tal. Esse desafeto, contudo, também acontece com o público alvo, quando falamos mal de uma região, por exemplo, os comentários são muito similares: "Vocês só falam disso", "Não acho que deviam defender uma região".

5. Vocês acham que o ativismo da página funciona? Se sim, de que forma?

Sim. Manter o assunto em pauta, faz com que a vigilância seja permanente. A internet permite isso, que a gente explore um nicho ou um grupo específico e tenha um público cativo. A televisão fala de uma pauta social em um programa ou em uma novela, e depois passa 5



anos (sem falar de cegos, por exemplo), e as pessoas não deixam permanente o assunto. Representatividade sempre importa.

6. Quantos membros vocês possuem na equipe?

Somos atualmente quatro. Começamos com 2, um saiu; durante dois anos mantive sozinho. Atualmente somos 4.

7. Quantas postagens em média vocês costumam fazer por dia?

Não tem regra de quantas postagens deve ter; a gente só se empenha pra haver no mínimo uma postagem por dia, pra não ser prejudicado no buzz do face. Quando você passa muito tempo se postar, o Facebook começa a diminuir seu alcance como página; e como nos empenhamos muito para chegar até aqui, não abrimos mão de, mesmo em período de pouca notícia especificamente sobre o jogo, perder isso.

8. Existe algum tipo de renda adquirida através da página?

Não ganhamos nada. Nem nudes.

9. Quais são os canais que vocês utilizam nas mídias sociais? (Facebook, Youtube, Twitter, etc...)

Só o Facebook mesmo. Como não temos projeto de ganhar dinheiro, a gente não investe em outras mídias, porque seria mais tempo gasto com a página, e menos com nossas vidas e empregos.

10. Quantos anos em média os membros da equipe possuem?

Acho que temos 21 anos, 28 anos, 30 anos e 31 anos. Ou algo assim.