



ALAIC 2020

Medellín-virtual • 9 - 13 de noviembre

DESAFÍOS Y PARADOJAS

DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA:

las ciudadanías y el poder

GT 19. COMUNICACIÓN DIGITAL, REDES Y PROCESOS
GT 19. COMUNICAÇÃO DIGITAL, REDES E PROCESSOS

ISSN 2179-7617

MEMORIAS (V.6/12/21)

GT 19. Comunicación Digital, Redes y Procesos

GT 19. Comunicação Digital, Redes e Processos

Coordinación de GT

Daniel Barredo (Colombia). daniel.barredo@urosario.edu.co

Vicecoordinación

Magda Rodrigues da Cunha (Brasil) mrcunha@pucrs.br

Jorge Alberto Hidalgo Toledo (México) jhidalgo@anahuac.mx

Profesores anfitriones UPB

Lida Ximena Tabares Higueta

Ana María Valencia Henríquez

Edwin Alexander Amaya Vera

Comité Directivo ALAIC 2018-2020

Presidencia: Gustavo Cimadevilla (Argentina)

Vicepresidencia: Gabriel Kaplún (Uruguay)

Dirección Científica: Tanius Karam Cárdenas (México)

Dirección Administrativa: Daniela Inés Monje (Argentina)

Dirección de Comunicaciones: Sandra Osses Rivera (Colombia)

ISSN: 2179-7617

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC

Universidad Pontificia Bolivariana - UPB

2020

Nota: La publicación de las ponencias se hace con autorización de las y los autores de acuerdo con las condiciones publicadas en la convocatoria para la recepción de ponencias del XV Congreso ALAIC 2020. El contenido de los textos es responsabilidad única de quienes firman como autores.

Tabla de contenido

#ViolentosComoAMLO y #Mentiras De Anaya: guerra sucia, noticias falsas y semánticas de la insurrección en el proceso electoral de México, en 2018 (SOLO RESUMEN). Enrique Iturralde Chaparro -----	8
Discurso político en Twitter sobre el anuncio de rearme de las Farc-EP en Colombia (SOLO RESUMEN). Lida Ximena Tabares Higueta.-----	10
Medios de comunicación digitales y redes sociales: aprovechamientos innovadores en periodismo. Josefina Cima. -----	12
Fé digital: estratégias comunicacionais no contexto de uma sociedade midiaticizada em pandemia (SOLO RESUMEN). Odlinari Ramon Nascimento da Silva, Luciana Miranda Costa. -----	25
Representación social de Nicolás Maduro entre migrantes venezolanos viviendo en México. José Luis Flores Torres, Roberto Alejandro López Novelo. -----	27
O corpo gordo para além da gorofobia: YouTube e resistência (RESUMEN). Agnes de Sousa Arruda, Ariana Nascimento da Silva. -----	48
Comunicación digital y representaciones colectivas. Entornos educativos virtuales durante la pandemia SARS-COV2 en Puebla, México (RESUMEN). Abril Celina Gamboa Esteves, Norma Angélica Martínez López. -----	55

Tecnologías de esperanza. Apropiaciones tecnopolíticas para la búsqueda de personas desaparecidas en México. El caso de los colectivos de Las Rastreadoras del Fuerte, Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos de Nuevo León y Por Amor A Ellxs (RESUMEN).

Humberto Darwin Franco Migués. ----- 61

Mídias Sociais em Incubadoras de Empresas: Estudo Comparativo entre Espanha e Brasil.

Isabella Mendonça Nogueira, Mirna Tonus.----- 67

Fake News políticas e interacciones simbólicas online de estudiantes de comunicación social de la Universidad del Tolima, Colombia.

César Augusto Gaviria Cuartas ----- 79

Comportamientos de uso de las redes sociales entre adolescentes: la influencia del género (SOLO RESUMEN).

Beatriz Catalina García, M^o Cruz López De Ayala-López, Yolanda Pastor Ruiz. ----- 93

Edutubers: reconfigurações dos modos de lecionar a partir do uso das plataformas de redes sociais (SOLO RESUMEN).

Bianca S. Biadeni, Gisela G. S. Castro. ----- 94

Contexto de uso de dispositivos móveis para acesso a notícias (SOLO RESUMEN).

Tássia Becker Alexandre. ----- 96

Técnicas de co-creación dentro de la formación profesional en Comunicación para la generación de proyectos transmediales (SOLO RESUMEN).

María Cristina Pinto Arboleda, María Isabel Zapata Cárdenas, Luis Eduardo Gómez Vallejo.

----- 98

O fã em um universo de influenciadores digitais: novos atravessamentos comunicativos entre a comunidade e a franquia (SOLO RESUMEN).

Marina Paula Darcie.-----101

A relação dos ouvintes com a mídia radiofônica em um ecossistema digital (SOLO RESUMEN).

Bárbara Avrella. -----103

Comunicación y educación en red: una propuesta virtual de aprendizaje para el desarrollo de la inteligencia colectiva en entornos transmedia (SOLO RESUMEN).

María Isabel Villa, María Alejandra Lopera, Henry Alexander Gómez Florez, Valeria Zapata Giraldo. -----105

Sororidade e práticas interacionais em campanhas de redes sociais durante a pandemia do novo coronavírus no Brasil.

Angie Biondi. -----107

Colectivos migratorios mediatizados: enunciaciones sobre 'lo transnacional' en sitios de redes sociales (SOLO RESUMEN).

Mariana Patricia Busso -----117

Fake news e desinformação na eleição presidencial brasileira de 2018: o regime de verdade nas redes sociais online (SOLO RESUMEN).

Paulo César Castro, Fernanda de Barros da Silva.-----118

Redes Sociais Parlamentares: um novo modo de exercer a cidadania a partir das tecnologias digitais de comunicação (SOLO RESUMEN).

Michelle Dias-----120

La comunicación política sociodigital en la era de la posverdad (SOLO RESUMEN).

Malvina Eugenia Rodríguez -----	122
A cidade narrada nas hashtags do Instagram e as plataformas online de compartilhamento (SOLO RESUMEN).	
Mágda Rodrigues da Cunha. -----	124
Ciberactivismo en las elecciones argentinas.	
Maximiliano Pere, Silvina Mentasti-----	125
Produção e distribuição jornalística a partir dos impactos da tecnologia: uma análise do Portal Cidade Verde (RESUMEN).	
Ruthy Manuella de Brito Costa, Cristiane Portela de Carvalho.-----	142
Digital Humanities como caminho para novas perspectivas de pesquisas aplicadas (SOLO RESUMEN).	
Eduardo Campos Pellanda, André Fagundes Pase. -----	146
Desafíos de los derechos digitales en México.	
Alma Rosa Alva De La Selva. -----	148
Bolhas ideológicas e polarização: o Twitter como ferramenta estratégica de discursos políticos populistas no Brasil e na Bolívia (RESUMEN).	
Matheus Ribeiro Pereira. -----	163
Ciberactivismo y nuevas formas de comunicación política. María Beatriz Arce Málaga--	
Indicadores en la construcción de la i-identidad hipermedial: Modelo de la construcción de la identidad en un contexto hipermediatizado (SOLO RESUMEN).	
Jorge Alberto Hidalgo Toledo -----	194

Todos querem falar e quem quer ouvir? Notas sobre o mundo das lives acadêmicas em tempos de pandemia do COVID-19 (SOLO RESUMEN).

Raquel Timponi, Alexandra Maia. -----196

Comunicación Digital, Redes y Procesos / Comunicação Digital, Redes e Processos.

Ítalo Leopardi Bosco de Azevedo. -----198

La cultura participativa en la producción de nuevos sentidos en el juego: la mirada del fanático de Counter Strike.

Angelica Caniello, Luciana Coutinho Pagliarini de Souza -----217

Consumos streaming juveniles de música: los jóvenes consumidores de la Zona Metropolitana de Querétaro (SOLO RESUMEN).

Sergio Rivera Magos.-----218

Las interacciones en Twitter que integran componentes paradójico-humorísticos sobre asuntos públicos relacionados con la gestión de López Obrador.

Luis Ignacio Tellez Sainz ----- 220

Analisando Rede e Comentários Sobre a Controvérsia “Nova MPB” no Twitte.

Laís Barros Falcão de Almeida -----221

O *status quo* do livro digital e o leitor por ele constituído.

Carina Luisa Ochi Flexor ----- 240

Instagram e a comunicação do sensível: notas sobre o ato fotográfico em tempos contemporâneos (RESUMEN).

Bruna Alves Queiroga. -----255

Camuflaje pixelado: un reconocimiento del factor militar en el desarrollo de las tecnologías de comunicación.

Mariángela Abbruzzese Abaján ----- 259

La comunicación digital como campo en construcción en la era de las transiciones sociales y tecnológicas (SOLO RESUMEN).

Jhon Jairo Rodríguez Pérez. ----- 274

#ViolentosComoAMLO y #Mentiras De Anaya: guerra sucia, noticias falsas y semánticas de la insurrección en el proceso electoral de México, en 2018

#ViolentosComoAMLO and #Mentiras De Anaya: dirty war, fake news and semantics of the insurrection in the electoral process of Mexico, in 2018

Enrique Iturralde Chaparro ¹

Resumen: Análisis de dos tendencias de Twitter durante el Proceso Electoral 2018 en México, ambas concertadas contra los dos candidatos a la presidencia de la república con los primeros lugares de popularidad en las encuestas. Se encontró que, mientras la tendencia dirigida en contra de quien ocupaba el segundo lugar conservó el sentido negativo, en el caso de quien encabezaba las encuestas, se dio un giro de sentido a su favor, en un fenómeno al que se le denominó semánticas insurrectas.

Palabras Clave: Twitter, Elecciones, Marcos lingüísticos.

Abstract: Analysis of two Twitter trends during the 2018 Electoral Process in Mexico, both in against the two candidates for the presidency of the republic with the first places of popularity in the polls. It was found that, while the trend directed against the person in second place retained the negative sense, in the case of the person who headed the polls, there was a turn in their favor, in a phenomenon that was called insurrectionary semantics.

Key words: Twitter, Elections, Linguistic Frameworks.

¹ Enrique Iturralde Chaparro es Maestro en Ciencias Sociales y profesor de la Universidad Nacional Autónoma de México, en la Ciudad de México, e_iturralde@comunidad.unam.mx

Discurso político en Twitter sobre el anuncio de rearme de las Farc-EP en Colombia

Political discourse on Twitter about the announcement of rearmament of the FARC-EP in Colombia

Lida Ximena Tabares Higueta ²

Resumen: El anuncio de rearme de un grupo de disidentes de la guerrilla de las Farc-EP en la madrugada del 29 de agosto de 2019 sorprendió a la opinión pública colombiana que reaccionó en diversos espacios, entre ellos Twitter. Esta ponencia revisa las principales tendencias y los mensajes más retuiteados del día del anuncio y de los dos subsiguientes para identificar los diversos discursos sobre el tema presentes en la red. El trabajo presenta una aproximación a los datos y hace parte de la prueba piloto de la metodología de la tesis doctoral 'Discurso político como factor de continuidad del conflicto con las Farc en Colombia. Análisis en Twitter', adelantada por la autora en el Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Palabras Clave: Discurso político, Twitter, Rearme de las Farc-EP.

Abstract. The announcement of rearmament of a group of dissidents from the Farc-EP guerrilla in the early morning of August 29, 2019 surprised the Colombian public opinion that reacted in various spaces, including Twitter. This presentation reviews the trending topics and the most retweeted messages on the day of the announcement and the two subsequent days to identify the various discourses on the subject present on the web. This work presents an

² Lida Ximena Tabares Higueta. Docente de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, adscrita al grupo de investigación en Comunicación Urbana-GICU. Candidata a Doctora en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, Colombia-México, ximena.tabares@upb.edu.co

approach to the data and is part of the pilot test of the methodology of the doctoral thesis 'Political speech as a factor of continuity of the conflict with the Farc in Colombia. Analysis on Twitter ', advanced by the author in the Doctorate in Political and Social Sciences of the National Autonomous University of Mexico.

Key words: political discourse, Twitter, Rearmament of the Farc-EP

Medios de comunicación digitales y redes sociales: aprovechamientos innovadores en periodismo

Mídia digital e redes sociais: usos inovadores no jornalismo

Digital media and social networks: innovative uses in journalism

Josefina Cima³

Resumen: En la actualidad, las redes sociales son las plataformas digitales más utilizadas en el ecosistema que compone la Web. Los medios de comunicación hacen uso de ellas con doble propósito: por un lado, las utilizan con un fin comercial para generar tráfico hacia el sitio madre del medio. Por otro lado, las emplean con fines periodísticos ya que se constituyen como importantes herramientas para obtener información, difundirla en tiempo real y conseguir un contacto más cercano con la audiencia. Ante este panorama, el siguiente trabajo tuvo como objetivo investigar sobre este segundo propósito: el aprovechamiento de las redes sociales por parte de los medios de comunicación. En la presente investigación se analiza el uso diferenciado que hacen los medios de comunicación sobre Facebook, Twitter e Instagram, donde se arriesgó la hipótesis de que no aprovechan todas las posibilidades que ofrece cada una de estas herramientas en particular. El objeto de estudio fueron medios periodísticos tradicionales en su versión en Internet y nativos digitales. El corpus estuvo integrado por tres medios: La Voz, RED/ACCIÓN y El Resaltador.

Palabras Clave: Periodismo Digital, Redes Sociales, Innovación.

³ Josefina Cima. Universidad Nacional de Córdoba. Estudiante del último año de la Licenciatura de Comunicación Social. Argentina. Josefinacima@gmail.com.

Abstract: The objective of the work was to investigate the use of social networks by the media. It consisted of an analysis of the differentiated use made by the media on Facebook, Twitter and Instagram.

Key words: Digital Journalism, Social Networks, Innovation.

Tema central

En la actualidad, las redes sociales son las plataformas digitales más utilizadas en el ecosistema que compone la Web. Los medios de comunicación hacen uso de ellas con doble propósito: por un lado, las utilizan con un fin comercial para generar tráfico hacia el sitio madre del medio. Por otro lado, las emplean con fines periodísticos ya que se constituyen como importantes herramientas para obtener información, difundirla en tiempo real y conseguir un contacto más cercano con las audiencias.

Ante este panorama, el siguiente trabajo tuvo como objetivo investigar sobre este segundo propósito: el aprovechamiento de las redes sociales por parte de los medios de comunicación. Es decir, cómo el periodismo utiliza las posibilidades que ofrecen las redes para satisfacer las

necesidades de las audiencias y, también, de los periodistas. El propósito de la presente investigación consistió en analizar el uso diferenciado que hacen los medios de comunicación sobre Facebook, Twitter e Instagram. El objeto de estudio fueron medios periodísticos tradicionales en su versión en Internet y nativos digitales. El corpus estuvo integrado por tres medios: La Voz, RED/ACCIÓN y El Resaltador. Se arriesgó la hipótesis de que no aprovechan todas las posibilidades que ofrece cada una de estas herramientas en particular.

En resumen, a partir de un relevamiento y sistematización bibliográfica, de la exploración del uso de redes en medios locales y nacionales, y de entrevistas a periodistas se realizó un mapeo de los aprovechamientos tradicionales e innovadores que de las redes sociales

hacen los medios periodísticos objeto de este estudio.

Objetivos

El objetivo general del presente trabajo consistió en indagar en los usos – tradicionales e innovadores o disruptivos- de redes sociales por parte de los medios de comunicación locales y regionales. Se arriesgó la hipótesis de que, en general, los medios no realizan un uso diferenciado de las herramientas que posibilita cada red social. Es decir que las utilizan mayoritariamente como forma de derivar tráfico hacia el sitio web del medio, sin explorar aprovechamientos más innovadores. A partir de esto, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Explorar las funciones que ofrecen Facebook, Twitter e Instagram que posibilitarían un aprovechamiento periodístico.

Analizar qué estrategias diferenciadas adoptan los medios según la plataforma.

Registrar diferencias de uso y aprovechamiento de las redes entre los medios tradicionales y los nativos digitales.

Registrar usos innovadores de las redes sociales por parte de los medios objeto de estudio.

Relevar los desafíos que plantean las redes sociales para la labor periodística.

Caracterización del estudio

Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación “Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos” que tiene entre sus objetivos caracterizar el escenario convergente y disruptivo por el que atraviesa el periodismo, junto con sus constantes cambios y los desafíos que estos plantean. En este marco, la presente investigación se propuso aportar a la caracterización de los nuevos escenarios del periodismo a través de la investigación del uso de las redes sociales. Siguiendo a Scolari (2015), se planteó como objetivo estudiar distintas plataformas digitales que se integran a la nueva ecología y dilucidar cómo los medios de comunicación aprovechan estas tecnologías. Las redes sociales son las principales herramientas que utilizan los medios para la difusión de la información. Por lo tanto, en la investigación se indagó sobre las distintas posibilidades que ofrecen estas plataformas para contribuir en el análisis sobre el espacio convergente que caracteriza al periodismo.

Metodología de abordaje

Este trabajo se inscribe en una perspectiva de investigación cualitativa porque su propósito consistió en analizar y describir cómo los medios de comunicación habitan el espacio digital de las redes sociales. En un principio, se aplicaron procedimientos exploratorios sobre las distintas investigaciones y artículos que se publicaron sobre la temática. A partir de allí, se realizó una sistematización bibliográfica para conformar el marco teórico. Luego, se trabajó con métodos de observación y análisis de distintas publicaciones en las redes sociales de los medios de comunicación seleccionados. El período de observación fue de cuatro semanas desde el 13 de octubre hasta el 9 de noviembre de 2019. El recorte temporal se realizó en base a las elecciones presidenciales del 27 de octubre. Así, se tomaron las dos semanas anteriores y posteriores a esa fecha. La observación fue estructurada. Se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: la cantidad de publicaciones diarias en cada red social; el uso de hipervínculos, hashtags y etiquetas; la incorporación de imágenes y contenido

audiovisual; el incentivo a la participación de la audiencia; y el contenido referido a las elecciones. Por último, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los responsables de la gestión de las redes de los tres medios con la finalidad de ahondar en los propósitos y modalidades de uso e indagar sobre experiencias y proyectos en este sentido.

Resultados, reflexiones y conclusiones

A partir de la observación de las publicaciones diarias y de las entrevistas realizadas a periodistas y encargados de la estrategia digital, fue posible establecer comparaciones entre los medios periodísticos que integraron el corpus: RED/ACCIÓN, La Voz y El Resaltador.

Las distinciones pudieron identificarse a partir de cinco categorías: conformación de los equipos de trabajo, red social que ocupa un lugar principal, finalidad de cada red social, incentivo a la participación y usos innovadores en redes.

1. Equipos de trabajo

Una de las principales diferencias encontradas entre los medios de comunicación objeto de estudio es el

equipo de trabajo encargado de la gestión y estrategia de redes sociales. Esta primera distinción se debe a la magnitud y posibilidades económicas de cada medio en general: en el caso de RED/ACCIÓN, que cuenta con dos años de trayectoria, es sostenido a través de un modelo de membresía y sponsors. Por su parte, La Voz es una empresa periodística que pertenece a Grupo Clarín, tiene más de 100 años y cuenta con los recursos infraestructurales y humanos necesarios. Por último, El Resaltador es un medio autogestionado que funciona como una cooperativa de trabajo.

En RED/ACCIÓN el equipo está compuesto por cinco personas: tres periodistas (una para cada red social), un diseñador gráfico y un editor general. En un principio, el medio no había estipulado la conformación de un grupo de trabajo dedicado a la gestión de redes. El equipo fue evolucionando y creciendo a medida que reconocían el impacto que tenían sus publicaciones en Instagram, ya que allí se encuentra su público objetivo: jóvenes entre 18 y 30 años. Si bien los roles están definidos, al ser un equipo pequeño las

tareas varían, son compartidas o se distribuyen de manera desigual.

Por su parte, La Voz cuenta con un equipo de trabajo mucho mayor, dividido en tres secciones: Audiencia, Audiovisual y Tiempo Real. Los dos primeros trabajan en conjunto y son transversales a todas las secciones del medio. Se encargan de gestionar la estrategia general de las redes sociales de La Voz y, en particular, se ocupan de la cuenta de Instagram. Definen estilos, cuestiones estéticas, asesoran a periodistas, entre otros. Además, una de sus tareas es analizar el público del medio a través de un trabajo de clusterización (segmentación de los consumidores). Así, su objetivo consiste en generar contenido multimedia específico para cada tipo de audiencia. Entre ellos, se enfocan en la distribución de publicaciones premium para los suscriptores del medio. Por otro lado, Tiempo Real tiene a cargo la producción del contenido del sitio web lavoz.com.ar. También, la gestión de Facebook y Twitter recae sobre este grupo pero de manera descentralizada, ya que múltiples redactores y periodistas pueden publicar en estas cuentas pero bajo la coordinación de Tiempo Real.

Por último, El Resaltador está conformado por diez personas en total entre productores, redactores y editores audiovisuales. La estrategia general de las redes recae sobre una sola persona, Lupe Fernández, que ocupa el cargo denominado “productora de contenido multiplataforma”. Sin embargo, expresó que “todos manejan las redes de El Resaltador de forma cooperativa”.

2. Red social principal

En RED/ACCIÓN reconocen que la red social principal del medio es Instagram. Asumen que su foco y la planificación básica está en esta plataforma, ya que todo lo que publican allí va a las otras redes.

En el caso de La Voz, le otorgan una posición privilegiada a Facebook. En el período de observación, fue la red social en la que más publicaciones compartieron, con un total de 1.672. Además, ahí triplican la cantidad de seguidores que tienen en Instagram.

Para el equipo de El Resaltador, la web es la base de todo y, a partir de allí, replican el contenido en las redes sociales. En este sentido, buscan que todas sus publicaciones tengan sustento en el sitio

web, por lo que no priorizan una plataforma sobre otras. Sin embargo, en la observación fue posible evidenciar un predominio de Instagram. En esta red fue donde más publicaciones realizaron: en total 228, en comparación con Facebook que tuvo 135 y Twitter, 85. Además, del total de publicaciones en Instagram, solo el 41% contenía un enlace en dirección al sitio web, a diferencia de las otras dos redes donde este porcentaje asciende al más del 90%.

3. Finalidad de las redes sociales

Para Lucía Wei He, Instagram es la red social a la que más tiempo y dedicación le presta el equipo de RED/ACCIÓN. Al contenido que generan para esta plataforma lo adaptan para que pueda ser publicado en Twitter y Facebook. Por ejemplo, a los videos pensados para IGTV los editan en versiones cuadradas para que puedan publicarse en las otras dos redes. En el período de observación, realizaron 179 publicaciones en Instagram (13 en el feed y 166 stories), 176 en Facebook y 347 en Twitter. En relación a esto, Lucía explicó: “Lo particular de Facebook y Twitter es que tienen mucho más volumen de posteos que Instagram porque sirven también de

plataforma para compartir notas que en esta red no hacemos. En relación con contenido nativo y original a la red casi todo es en Instagram". Con respecto a Facebook, sostiene que allí no se encuentra su público objetivo, que son los jóvenes entre 18 y 30 años. Por el contrario, prevalece una audiencia de mayor edad. Por esta razón, no planifican contenido con las herramientas nativas de esta red, sino que comparten las notas del sitio web y las postean en grupos particulares.

Por su parte, Carmen Mostaza, de La Voz, considera que todos los objetivos de las redes sociales se dirigen a generar tráfico hacia el sitio web. Lo que buscan es construir el valor de la marca para producir más interacciones. De las tres redes, Facebook es la principal fuente de tráfico hacia el sitio madre. El 95% de las publicaciones que hizo el medio en esta red en el período de observación contaba con un hipervínculo para ser redireccionado a la página. Sin embargo, en Instagram este porcentaje es menor (66%) ya que allí buscan generar contenido que sea de valor para el usuario, con una selección de noticias más frescas y de estilo jovial. Por último, Blanco y Mostaza reconocen que no

realizan una planificación ni estrategia en Twitter por el poco rendimiento de monetización que genera. Esta red es gestionada por los periodistas y editores de cada sección.

Por último, el equipo de El Resaltador le otorga un lugar central a su sitio web. De esta manera, según Lupe Fernández, las tres redes cumplen la misma función: retroalimentar y generar el traspaso hacia la página web.

4. Participación

La participación puede definirse como la cooperación e involucramiento de los usuarios en la producción y expansión de un universo narrativo. En el nuevo ecosistema mediático, donde los viejos medios hacen sinergia con los nuevos y las tecnologías de comunicación están en constante evolución, las antiguas audiencias pasivas fueron trastocándose hasta dar lugar a un nuevo concepto de público de los medios. Los espectadores o lectores no solo pueden comentar, compartir u opinar. También intercambian conocimientos, experiencias y nutren de manera colaborativa las distintas historias que circulan por múltiples plataformas. De

esta manera, los múltiples públicos pueden aportar valor e información en diferentes medidas o grados de influencia. Para Henry Jenkins, las audiencias actúan como comunidades, como usuarios organizados, que se mantienen unidas “mediante la producción mutua y el intercambio recíproco de conocimientos” (p. 37, 2008). Este proceso de intercambio es dinámico y participativo. Para dejar más claro el concepto de participación, el autor lo distingue del término interactividad. Ésta última se refiere a las formas en que las nuevas tecnologías permiten la reacción del usuario. Puede ser desde cambiar de canal en la televisión hasta jugar un videojuego. En el caso de las redes, podríamos asimilarlo a poner “Me Gusta” en una publicación. Por otra parte, la participación está condicionada por las prácticas culturales y sociales que rodean los medios. Establece una relación más abierta y libre con los contenidos mediáticos: “Una cosa es permitir la interacción de los consumidores con los medios bajo circunstancias controladas. Totalmente distinto es permitirles participar a su manera en la producción y

distribución de los bienes culturales” (p. 139, 2008).

En este sentido, el medio que le otorga más importancia a la participación es RED/ACCIÓN. Buscan involucrar a sus audiencias en todo el proceso editorial de las notas a partir de dos

acciones: por un lado, realizan encuestas y cuestionarios anónimos, los cuales aportan datos y estadísticas que pueden utilizarse de insumo en las notas. Por otro lado, solicitan un testimonio o experiencia del público. En estos casos el nivel de colaboración es menor por la demanda de tiempo que implica participar, pero en la mayoría de las ocasiones obtienen información valiosa que permite alimentar el contenido de las producciones periodísticas.

De esta manera, superan la barrera de la simple interacción y buscan involucrar a las audiencias en el proceso de formación de contenido. Es muy frecuente que antes de realizar una entrevista consulten en las stories a través del módulo de preguntas: “¿Qué le preguntarías?”. Así, recolectan interrogantes y temáticas propuestas por la audiencia para abordar la conversación.

5. Usos innovadores

Para Larrondo, Fernandes y Agirreazkuenaga (2017), la innovación en el ámbito de la comunicación social deriva del progreso tecnológico impulsado por la digitalización. La consolidación de los medios digitales como cuarta gran plataforma por detrás de la prensa escrita, la radio y la televisión permitió explotar las potencias hipertextuales, multimediáticas e interactivas distintivas del soporte web. Sin embargo, no debe confundirse la idea de innovación con la de tecnología. La innovación supone aspectos tecnológicos, pero también otros de tipo social, de mercado y consumo. En este sentido, además de las virtudes que traen aparejadas las tecnologías e innovaciones digitales, también implican incertidumbres y riesgos. De esta manera, las autoras destacan que la innovación tecnológica al servicio de los contenidos debe contar también con evoluciones en la labor periodística: "Se requieren no sólo nuevas técnicas y herramientas, sino también de procesos más creativos, flexibles e independientes. La tecnología solo es importante en la medida en que potencia y aventaja cualitativa y cuantitativamente la

creación de contenidos" (p. 200). Esta temática se vincula especialmente a las aplicaciones móviles, las narrativas interactivas y el valor de la imagen y la multipantalla. En este sentido, la innovación permite aprovechar las ventajas digitales para el desarrollo de contenidos diferenciados y con valor añadido, con un gran interés por potenciar la creatividad.

Además, el aumento del uso de las redes sociales por parte de los medios de comunicación amplía las oportunidades de participación de los usuarios, configurando audiencias más activas en distintas fases del proceso comunicativo. Gran parte del público que se encuentra en las plataformas sociales son jóvenes pertenecientes a una generación de nativos digitales. De esta manera, "conectar con ellos requiere un enfoque completamente distinto al tradicional, entre otros motivos, porque los jóvenes demuestran su preferencia por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías" (p. 202). En resumen, la innovación también implica incorporar nuevos lenguajes y estéticas para sean compatibles con las producciones de los usuarios.

A partir de esta aproximación al concepto, es posible reconocer algunos usos innovadores en las redes sociales por parte de los medios objeto de estudio.

Con respecto a la innovación tecnológica, es decir, al empleo de nuevas herramientas digitales, en los tres medios se evidenció principalmente en Instagram. Allí, todos utilizan las funcionalidades (stories e Instagram TV) que ofrece la red para compartir contenido periodístico, en donde prevalece el formato audiovisual. En el caso de RED/ACCIÓN, el 80% de sus publicaciones en stories eran videos, sobre todo de los periodistas en formato selfie realizando una cobertura o videos testimoniales de los protagonistas de una historia. Por su parte, en La Voz y El Resaltador este porcentaje es mucho menor. Sin embargo, ambos realizaron un gran número de producciones audiovisuales en el formato de Instagram TV (diez y doce, respectivamente) en el período de cuatro semanas que duró la observación. Este tipo de contenido requiere de un proceso de elaboración y edición de mayor dedicación. Además, en Instagram, solo el 34% del total de las publicaciones analizadas en los tres

medios contenía un enlace hacia el sitio web, lo que demuestra la intención de adaptar y construir una temática en el formato de esta red.

En el caso de Facebook, el medio que más utilizó las herramientas nativas fue La Voz a través de publicaciones en Facebook Live. Por ejemplo, para las elecciones presidenciales trabajaron en una estrategia de generación de distintas salidas en vivo desde esta plataforma. Por último, en Twitter, La Voz empleó las encuestas de porcentajes a la audiencia y en RED/ACCIÓN aplicaron el uso de hilos (conexión de varios tuits) para explicar determinadas temáticas. En total realizaron 16 durante el período de observación.

En relación al empleo de nuevos lenguajes y estéticas, en las redes predominan los discursos más desestructurados y juveniles. En los tres medios es muy frecuente el uso de emojis y hashtags que acompañan al texto en cada publicación. El medio que más empleó estos recursos fue RED/ACCIÓN. Además, como se explicó anteriormente, el hecho de involucrar a los usuarios en las distintas etapas de construcción de una nota implica

un proceso innovador que busca configurar audiencias más activas y comprometidas.

Desafíos

Como se ha explicado, en un principio se arriesgó la hipótesis de que, en general, los medios utilizan las redes sociales mayoritariamente como forma de derivar tráfico hacia el sitio web madre, sin explorar aprovechamientos más innovadores. A partir del avance de la investigación, con la recolección y análisis de información, esta hipótesis fue parcialmente comprobada.

Es necesario reconocer que uno de los objetivos que persiguen los medios objeto de estudio es generar tráfico hacia el sitio web. Por lo tanto, las redes sociales se posicionan como potenciales herramientas en función de este propósito ya que, sobre todo en Facebook y Twitter, es posible realizar publicaciones con un enlace directo a la página madre de cada medio. En el período de observación, fue posible identificar que el 93% de las publicaciones en Facebook contaba con una redirección al sitio web de cada medio. Por su parte, Twitter contó con un porcentaje de

hipervínculos al sitio del 75% del total de publicaciones.

En Hipermediaciones (2008), Scolari define como un ejemplo de contaminación el hecho de que los periodistas compartan en sus blogs solo enlaces para artículos del medio. Para el autor, en estos casos la lógica competitiva se impone a la filosofía participativa. Por el contrario, Scolari propone una polivalencia tecnológica y mediática, que permita producir y gestionar contenidos en diferentes soportes y lenguajes: se debe tener en consideración el soporte para el cual se produce. En este sentido, debemos reconocer el reto de crear contenido con características específicas para cada medio y coordinarlos entre sí.

En relación a esto último, la observación estructurada de las publicaciones permitió evidenciar un uso innovador en Instagram. En esta red, solo el 34% de los posteos contenía un hipervínculo al sitio madre. Por el contrario, predominaron las publicaciones periodísticas a través de las herramientas nativas de esta red (stories e Instagram TV), donde producen contenido con nuevas narrativas digitales y emplean lenguajes y estéticas más novedosas.

Sin embargo, como se ha demostrado, esto no sucede en las otras dos plataformas. Una de las principales dificultades que se plantea al momento de generar una estrategia digital es el factor económico y humano. Según Maximiliano de Rito, en RED/ACCIÓN no cuentan con los recursos humanos necesarios para poder generar contenido diferenciado en Facebook y Twitter.: "Idealmente, lo mejor sería tener tiempo y recursos para intentar vender en cada red social o en cada formato un mismo tema. Nunca es un contenido a mover, sino que es un tema a mover y a construir. Hay que buscar adaptar el contenido a la red social y no que la red social se adapte al contenido".

Por su parte, Lucía Wei He menciona como un desafío la posibilidad de generar un equilibrio entre el contenido nativo de las redes y el que redirecciona hacia el sitio web. Para la periodista, una de las prioridades para el medio es generar tráfico al sitio, ya que es una forma eficiente de producir ingresos. Por lo tanto, el reto está en poder producir contenido que permita un movimiento fluido hacia el sitio madre pero que "no infoque" a sus audiencias y pueda generar comunidad.

En el caso de La Voz, el factor humano no significa un impedimento, ya que cuentan con un equipo de gestión de redes mucho mayor. No obstante, reconocen la necesidad de construir contenido diferenciado en las redes.

En resumen, estos nuevos escenarios implican un desafío para los periodistas, que pasan a ser multiplataforma: se torna necesario elaborar y difundir sus informaciones a través de múltiples canales, ajustando sus textos a las características de cada medio. Además, la dimensión interactiva del consumo digital, que incluye una mayor participación de parte de las audiencias, supone el desarrollo de nuevas competencias a partir de experiencias hipertextuales que permitan adaptar la producción periodística a los nuevos perfiles de los usuarios y al nuevo entorno digital.

Referencias

BECERRA, M. y BELTRÁN, R. (2014) Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación. Buenos Aires, Universidad Nacional de Buenos Aires, UBACyT.

CAMPOS FREIRE, F., RÚAS ARAÚJO, J., LÓPEZ GARCÍA, X. y MARTÍNEZ, V. (2016) El impacto de las redes sociales en el periodismo. El profesional de la Información. DOI:

<https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>

CRUCIANELLI, S. (2010) Herramientas digitales para periodistas. Knight Center for Journalism in the Americas. Universidad de Texas. Disponible en <https://knightcenter.utexas.edu/hdpp.pdf>

DÍAZ NOSTY, B. (2017) Diez años que cambiaron los medios: 2007 – 2017. Madrid, España. Editorial Ariel, colección Fundación Telefónica.

FRANCO, G. (2007) Cómo escribir para la Web. Knight Center for Journalism in the Americas. Universidad de Texas.

GARCÍA DE TORRES, E. (2011) El uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. El profesional de la Información. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>

IRIGARAY, F. (2015) Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad. Rosario, UNR Editora.

MELÉNDEZ YÚDICO, J. (2016) Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina. Iniciativas, modelos de negocio y buenas prácticas. México, Factual.

MIOLI, T. y NAFRÍA, I. (2018) Innovadores en el periodismo latinoamericano. Coloquio Iberoamericano de Periodismo Digital. Universidad de Texas, Austin.

RODRIGUEZ, M. (2014) 3 años Desenredando la Red. Los 100 mejores post. Recopilación de artículos del blog www.desenredandolared.com.

ROITBERG, G. y PICATTO, F. (comps.). (2015) Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación. Buenos Aires, La Crujía.

SCOLARI, C. (2015) (ed.): Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona, Gedisa.

Fé digital: estratégias comunicacionais no contexto de uma sociedade midiaticizada em pandemia

La fe digital: estrategias de comunicación en el contexto de una sociedad mediatizada en una pandemia

Digital Faith: communication strategies in the context of a mediatized society in a pandemic

Odlinari Ramon Nascimento da Silva⁴

Luciana Miranda Costa⁵

Resumo: O fechamento dos templos evangélicos no Brasil, durante a quarentena provocada pela pandemia da COVID-19, fez com que os pastores e os fiéis ressignificassem as práticas religiosas no ambiente digital. Este trabalho objetiva analisar as estratégias midiáticas da igreja Batista de Água Branca (IBAB) no YouTube, visando o restabelecimento do vínculo com o fiel em tempos de pandemia, em uma sociedade midiaticizada e inserida no contexto das redes. Utiliza a metodologia de estudo de caso a partir do recorte de quatro celebrações religiosas, que aconteceram no período de 12 de março a 21 de junho de 2020. Problematisa a seguinte questão: quais estratégias da IBAB produziram “novos protocolos religiosos” no e a partir do

⁴ Odlinari Ramon Nascimento da Silva. Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (bolsista Capes). Mestre em Estudos da Mídia. Brasil, e-mail: contatoderamon@gmail.com

⁵ Luciana Miranda Costa. Professora do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará. Doutora em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos/UFPA. Brasil, e-mail: lmirandaeua@hotmail.com

ambiente digital? E apresenta como resultado o protagonismo de atividades religiosas em comunidade que, em alguns momentos, independia da mediação pastoral.

Palavras chave: Pandemia, Estratégias midiáticas, Religião.

Abstract: The article analyzes the media strategies of the Baptist Church of Água Branca (IBAB) on YouTube, aiming to reestablish the link with the faithful in times of pandemic, in a mediatized society and inserted in the context of networks.

Key words: Pandemic, Media strategies, Religion.

Representación social de Nicolás Maduro entre migrantes venezolanos viviendo en México

Representação social de Nicolás Maduro entre migrantes venezuelanos que vivem no México

Social representation of Nicolás Maduro among venezuelan migrants living in Mexico"

José Luis Flores Torres.⁶

Roberto Alejandro López Novelo.⁷

Resumen: Uno de los principales rasgos que ha acompañado la migración venezolana está ligado a su evidente inconformidad con el régimen político que ha conducido los destinos de Venezuela desde hace poco más de dos décadas. En tal sentido Nicolás Maduro, actual presidente de Venezuela, se constituye como la principal figura de este régimen al cual de alguna manera se responsabiliza de la crisis por la que atraviesa esta nación. En tal sentido conocer la manera en la que esta figura tan controvertida es percibida por parte de esta diáspora (concretamente por quienes decidieron radicar en México) es el principal objetivo del presente documento. Para ello se habrá de recurrir a la teoría de las representaciones sociales entendiendo, como lo propone Jodelet, (1986, p. 472) que estas se presentarán bajo formas más o menos complejas: imágenes que condensan un conjunto de significados: sistemas de referencia que permiten interpretar lo que sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado. Justamente este documento buscará descubrir e interpretar estas formas que permiten a los venezolanos radicados en México construir una idea de lo que la principal figura del régimen venezolano representa.

Palabras Clave: Representación social, Nicolás Maduro, Migrantes.

⁶ José Luis Flores Torres. Universidad Anáhuac México. Maestro. México. jluisflorest@hotmail.com

⁷ Roberto Alejandro López Novelo. Universidad Anáhuac México. Doctor. México. robertoa.lopez@anahuac.mx

Abstract: One of the main features that has accompanied the Venezuelan migration is linked to its obvious disagreement with the political regime that has led the destinies of Venezuela for just over two decades. In this sense Nicolás Maduro, current president of Venezuela, is constituted as the main figure of this regime to which he somehow takes responsibility for the crisis that this nation is going through. In this sense, knowing how this controversial figure is perceived by this diaspora (specifically by those who decided to settle in Mexico) is the main objective of this document. For this, the theory of social representations will have to be used, understanding, as Jodelet proposes, (1986, p. 472) that these will be presented in more or less complex ways: images that condense a set of meanings: reference systems that they allow to interpret what happens, and even give a meaning to the unexpected. Precisely this document will seek to discover and interpret these forms that allow Venezuelans based in Mexico to build an idea of what the main figure of the Venezuelan regime represents.

Key words: Social Representation, Nicolás Maduro, migrants

El acercamiento a las representaciones sociales, constituye una forma de tener una idea clara, no solo de la manera en la que un grupo de personas percibe a un sujeto, a un fenómeno o algún lugar. La investigación sobre representaciones sociales muestra que el modo que tiene un colectivo de conceptualizar una parte de la realidad es apenas uno de los temas que aborda esta disciplina. Es decir, tan

importante es conocer las representaciones sociales como las razones por las cuales se generan estos significados, el contexto desde donde se están generando, y las palabras que se están usando para manifestar estos conceptos.

Serge Moscovici, (1973, p. 13) establece que las representaciones sociales representan sistemas de valores, ideas y

prácticas que tienen una doble función: en primer lugar, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en un mundo social y material y dominarlo; y, en segundo término permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad, aportándoles un código para el intercambio social y un código para denominar y clasificar de manera inequívoca los distintos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal.

En el caso de los migrantes venezolanos radicados en México la figura de Nicolás Maduro es no solamente ampliamente conocida, sino que es de particular importancia ya que al parecer la animadversión en su contra es uno de los elementos que incluso llegan a constituir un factor de fuerte identificación entre los migrantes venezolanos.

Si bien, la llamada revolución bolivariana, que ha marcado los destinos de la Venezuela contemporánea, fue emprendida a finales del siglo pasado por el carismático comandante Hugo Chávez Frías, a su muerte en 2013, los destinos del país quedaron en manos de Maduro, exsindicalista y mano derecha, hasta los últimos momentos de Chávez.

Así figura (o causa) principal del éxodo venezolano, Maduro no es un personaje que pase desapercibido por sus paisanos (dentro y fuera del país caribeño). Señalado incluso por muchos como el principal causante de la situación por la que actualmente pasa esta nación, Maduro es apenas el personaje más visible de la crisis humanitaria por la que atraviesa Venezuela. Ante tal contexto la figura de Nicolás Maduro es el sujeto central de este ejercicio de representación social que tiene por objetivo principal explorar, a partir de la teoría de las representaciones sociales, la manera en la que es percibido, en particular por parte de la comunidad venezolana que, ante la compleja crisis que atraviesa Venezuela, decidieron migrar para asentarse en México.

En tal sentido, el presente estudio tiene como objetivo:

Analizar, a partir del enfoque propuesto por la teoría de las representaciones sociales, la manera en la que es construida la representación social de Nicolás Maduro por migrantes venezolanos avecindados en México.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta.

Para empezar, cabe señalar que es a Serge Moscovici a quien se le debe no solo la conceptualización de las representaciones sociales, sino que además fue capaz de crear una teoría sobre la manera en la que los sujetos le dan sentido a la realidad y usan tal sentido para establecer lazos de relación y comunicación tanto con el entorno como con el grupo. Todo esto a partir de las representaciones sociales.

En tal sentido Moscovici entiende las representaciones sociales como sistemas de valores, ideas y prácticas que tienen una doble función: en primer lugar, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en un mundo social y material y dominarlo y en segundo término permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad.

A partir de esto se destacan algunas de las características de las representaciones sociales:

Sirven para darle sentido a la realidad.

Son dinámicas, cambian con el tiempo

Se refieren a una estructura cognitiva que tiene, entre otras funciones, otorgarle un sentido al medio.

Sirven de guía o plan para la conducta al describir, clasificar y explicar la realidad.

Permiten crear entre las personas redes de elaboración y transmisión de información.

Constituyen una forma de conocimiento cotidiano y práctico.

Se presentan bajo formas más o menos complejas: imágenes que condensan un conjunto de significados: sistemas de referencia que permiten interpretar lo que sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado.

Constituyen categorías que permiten clasificar las circunstancias, los fenómenos y los individuos con quienes se tiene algo que ver.

Moscovici refiere a tres condiciones para que aparezcan: la dispersión de la información, la focalización del sujeto individual y colectivo y la presión a la inferencia del objeto socialmente definido.

Enfoque y/o metodología de abordaje.

Por primera instancia, cabe señalar que el presente estudio es parte de la tesis doctoral en preparación que profundiza en la manera en la que los migrantes venezolanos avocindados en México, hacen uso de las redes sociodigitales para construir comunidades virtuales, que constituyen espacios de interacción y comunicación, que sirven entre otras cosas para mantener informada a la comunidad venezolana radicada en México sobre lo que sucede en el país sudamericano, para establecer contactos entre miembros de la comunidad y sobre todo constituye una red de ayuda y participación en donde se discuten diversos temas y se busca solucionar problemas que atañen a los miembros de la señalada colectividad.

De tal manera, estos espacios constituyen una plataforma que da cuenta de la manera en la que los venezolanos viven su diáspora en México. En tal caso una parte del citado estudio doctoral busca explorar las razones por las que se generó tal éxodo, por lo cual se buscó contar con el testimonio de miembros de tal comunidad radicada en México. Así, uno de los principales hallazgos de tal estudio es que se trata de un éxodo vinculado con la

situación político, social y económica por la que atraviesa Venezuela.

En tal sentido para el presente documento se aprovecharán los testimonios de una treintena de ciudadanos venezolanos radicados en México con los cuales se llevó a cabo un estudio de corte etnográfico en donde se cuestionó sobre distintos tópicos, entre ellos, su perspectiva sobre el desempeño del presidente Nicolás Maduro al frente del proyecto Bolivariano que heredó de su antecesor, el comandante Hugo Chávez, fallecido en 2013.

Tales testimonios habrán de proporcionar una idea de la manera en la que es percibido Nicolás Maduro por los miembros de la diáspora venezolana radicada en México y constituirá una valiosa puerta de entrada para conocer la representación social de tal personaje político.

De manera puntual se aplicó un cuestionario a los informantes antes señalados en donde se les formularon diversas preguntas relacionadas a diversos aspectos (tanto del mundo online, como del mundo offline) relacionados a la manera en la que viven como migrantes en México.

Para efectos del presente estudio habrán de utilizarse en concreto dos ítems del instrumento aplicado, los cuales son, a saber:

Podrías indicar la manera en la que calificas al gobierno del presidente Nicolás Maduro siendo el 1 la calificación más negativa y 10 la más positiva

Ayúdenos a entender por qué seleccionó la respuesta anterior

Si bien las preguntas antes expuestas, están enfocadas claramente en el desempeño de Nicolás Maduro como gobernante, las respuestas vertidas por los informantes entrañan significados centrados no solo en la persona de Maduro, sino en la situación por la que hoy en día atraviesa la nación sudamericana.

Huelga decir que la totalidad de los entrevistados asignó la calificación 1 (es decir la más baja) al desempeño de Maduro al frente del gobierno venezolano. Por esta razón, el presente análisis está centrado en las causas por las cuales los informantes perciben el desempeño del mandatario de tal manera.

Para descubrir tales elementos significativos se analizarán las entrevistas como discursos poseedores de palabras y

frases cargadas de sentido de las cuales se desprenderán categorías de análisis que dan cuenta de conceptos, situaciones, modos de entender la realidad, conocimiento sobre las cosas y adjetivaciones que habrán de dar forma a la representación social que de Nicolás Maduro forjan los integrantes de la comunidad venezolana radicada en México. En suma, para efecto del presente estudio, se habrá de ilustrar dicha relación (de frases, palabras y sentidos) a manera de cuadro o matriz semántica de significados.

Para entender la noción de semántica habrá que recurrir al lingüista Oliver Reboul (1986, p.133) quien al referirse al sentido ideológico que posee el lenguaje establece que en principio el papel (del lenguaje) no es (solo) poético sino semántico; dicho de otro modo, no se apoya sobre la manera de hablar, sino sobre la relación del significante con el significado.

Esto nos lleva a considerar que en cada palabra, frase o discurso están implícitos elementos simbólicos (o ideológicos como lo señala Reboul) de acuerdo al contexto en el que se haya inscrito tal mensaje en donde, por ejemplo, palabras como libertad o migración cobran significados que están

mediados por diversos factores (políticos, históricos, ideológicos, religiosos, etc). Tales palabras y frases además constituyen redes de relaciones (con otras palabras y frases) o campos semánticos en los que tales unidades de lenguaje cobran sentido. Tales elementos son llamados por Reboul (1986, p.31) redes semánticas en las que los significantes se asocian ya que las palabras tienen un poder interior más fuerte que el de las armas, por ser más duradero.

Para darle orden al análisis, se tomará en consideración por una parte los textos de las entrevistas (poniendo énfasis en las palabras y frases utilizadas) y por el otro las categorías (y subcategorías) de análisis que se desprenden del propio contenido de las entrevistas. Tales categorías (y subcategorías) de análisis, de alguna manera, agrupan la forma en la que los informantes verbalizan aspectos

relacionados a la figura de Nicolás Maduro. Así, las categorías y subcategorías que se desprenden de las entrevistas realizadas a los miembros de la comunidad venezolana radicada en México, son, a saber:

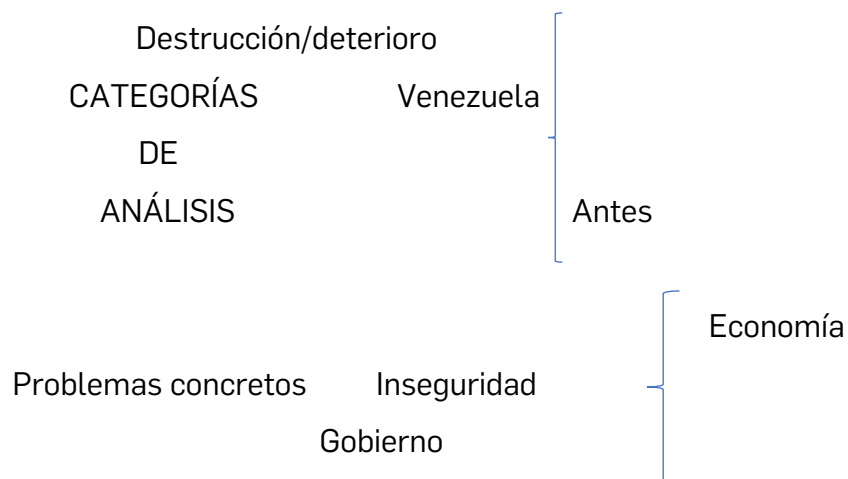
Tales categorías y subcategorías habrán de analizarse a partir de cuadros o matrices semánticas lo cual tendrá por objetivo por una parte dar cuenta de los conceptos y frases más utilizadas por los informantes clave y por la otra descubrir los significados implícitos en cada concepto. Así de cada categoría se estudiará su estructura semántica la cual quedará establecida no solo por el valor de la palabra, sino por la dimensión (es) en las que fue pronunciada y por los conceptos que acompañaron o complementaron dichas palabras. Todo esto permitirá interpretar plenamente los significados que cobran tales conceptos en el contexto de los entrevistados.

Capacidades para gobernar

Incapacidad-ineficiencia

Corrupción

Autoritarismo



Principales resultados, reflexiones y conclusiones.

A continuación, se presentan los cuadros que agrupan las categorías resultantes, referidas a las capacidades para gobernar, los problemas concretos (por los que atraviesa Venezuela) y el significado de Venezuela. Cabe señalar que las categorías, subcategorías, palabras y

textos analizados en estos cuadros, se desprendieron de las entrevistas llevadas a cabo (de las cuales se destacan algunos fragmentos a manera de ejemplo) y reflejan íntegramente las ideas genuinas vertidas por los informantes clave abordados y fueron agrupados, contextualizados y reinterpretados a la luz de la teoría antes señalada.

CAPACIDADES PARA GOBERNAR Conceptos más usados	Incapacidad- ineficiencia	Corrupción	Autoritarismo
Incompetencia Ineficiencia Ignorante Pésimo Autoritario Abusador	Nicolás Maduro fue el peor error de Hugo Chávez. Su incompetencia ha dirigido a Venezuela a la miseria, siendo manejado como títere por el socialismo y el comunismo. Maduro tiene una ineficiencia total no solo de él, sino los que están con él. Lo catalogaría como inepto e ignorante en todos los sentidos. Pésimo gobierno, no sabe. Pésimo mandatario, radicalizó la revolución lo que precipitó la crisis	El gobierno no ha combatido la corrupción en aduanas, aeropuertos, oficinas públicas, etc. Su gobierno, al igual que el de Chávez, se encargó de destruir y dismantelar todas las instituciones públicas y privadas, así como permitir niveles altísimos de corrupción y crímenes que han llevado a Venezuela a una crisis social, política y económica más profunda de lo que las personas pueden creer. Es solo una imagen que representa a una	Con los años en el poder se convirtió en autoritario ordenaba como debían hacerse las cosas y si no estabas de acuerdo te quitaba del camino, quitaba a los que no le servían. Han salido entre 5 y 6 millones de personas y ni así quieren reconocer la existencia de la crisis humanitaria así es un régimen dictatorial, es como lo que está pasando en Cuba. Llevan más de 50 años de una dictadura y ahora Venezuela lleva 22 años en eso.

	económica y a crisis humanitaria actual. No le interesa ni sabe cómo mejorar la calidad de vida de los venezolanos y si para seguir en el gobierno se mueren venezolanos no le importa. Es un abusador que teme salir del gobierno pues sabe que le espera la cárcel y será más fácil juzgarlo.	cúpula corrupta y delincuencia que gobierna el país.	
--	---	---	--

Cuadro 1. Categoría capacidades para gobernar

En el análisis de la presente categoría lo primero que se puede resaltar es que la conceptualización de las capacidades (entendidas como habilidades o facultades) que el mandatario posee para gobernar son vistas por los entrevistados como incapacidades o ineficiencias. Llama la atención en tal sentido que los conceptos más utilizados para describir las

habilidades políticas del mandatario representen en realidad una lista de defectos que revelan que los migrantes venezolanos radicados en México se relacionan conceptualmente con el mandatario a partir de lo que conciben como fallas y defectos.

Lo particular en tal caso lo representa el hecho de que predomina, no la clásica

percepción del tirano dictador latinoamericano, sino la de alguien ubicado en la línea conceptual de la incapacidad e ineficiencia que accedió a la presidencia, no por sus capacidades políticas, sino por su cercanía con la élite política bolivariana, y en particular, con Hugo Chávez.

Es decir, Nicolás Maduro es reconocido plenamente como quien encabeza los destinos políticos de los venezolanos y, siguiendo una perspectiva presidencialista de entender la política, se le vislumbra no preferentemente como responsable (de la conducción política del país), sino como culpable de la crisis humanitaria que sufren los ciudadanos venezolanos. Así, las subcategorías relacionadas a las capacidades de Maduro para gobernar (la incapacidad-ineficiencia, la corrupción y el autoritarismo) se vinculan lejos de los ideales democráticos tradicionales y lo colocan como un personaje que, como lo establece uno de los venezolanos radicados en México: "No le interesa ni sabe

cómo mejorar la calidad de vida de los venezolanos".

Cabe considerar a este respecto que para contextualizar a plenitud tal manera de entender las capacidades de Nicolás Maduro los entrevistados son personas en edad laboral (entre los 18 y los 60 años) que estudian y/o trabajan en México y que forman parte de la ola migratoria de venezolanos que abandonaron el país por la falta de oportunidades de desarrollo en el país caribeño. De tal manera esta forma de conceptualizar a Maduro como conductor de los destinos políticos del país, se materializa a partir del uso de palabras y frases que encarnan adjetivos que a su vez construyen un concepto compartido de la manera personal de gobernar del político que se percibe como aquella persona que no solo ha llevado al país al desastre económico, sino al desastre personal de millones de venezolanos que han visto impactado su destino a partir de tal manera de gobernar.

PROBLEMAS CONCRETOS	Economía	Inseguridad	Gobierno
------------------------	----------	-------------	----------

Conceptos más usados			
Inseguridad Corrupción Delincuencia Migración Miseria Hambre Desempleo Colas Desabasto Crisis humanitaria Crisis	Prácticamente hoy desaparecieron las clases sociales porque a todos les ha impactado por igual la crisis económica. Mucha gente se ha tenido que ir o su empresa la ha tenido que cerrar o sean ido. Es imposible. Paso de ser una emergencia humanitaria a una crisis humanitaria, pero ellos no lo quieren reconocer. Lo único que hace es regalarles dinero a otros países mientras los venezolanos se mueren de hambre. Nos ha llevado a la pobreza y a la miseria. Ha sido un presidente ha generado problemas como la	Cuando yo hablo de la situación de Venezuela, hablo de la inseguridad, de la situación de desabasto de comida y todo eso... considero que son consecuencias directas del gobierno y de la situación política. Pienso que todo lo que ha hecho está mal, no le ha hecho nada bueno al país, solo ha incrementado la escasez y la inseguridad. Están los problemas de inseguridad, además está el hecho de que allá el gobierno ha armado a mucha gente (gente apta a ellos, básicamente por aspectos políticos para neutralizar a la oposición).	También a nivel político hay una gran cantidad de presos políticos que tiene el gobierno, aunque ellos no lo asumen. Todos esos factores que son muy negativos en un país que si había muchísima corrupción si requería un cambio de raíz de gobierno, pero esto se fue desvirtuando. Si se necesitaba un cambio de rumbo, pero bien llevado no de esta forma en la que se hizo, con este apego hacia los cubanos que desvirtuó todo lo que tal vez se tenía en un inicio por eso lo tengo mal calificado. No le interesa ni sabe cómo mejorar la calidad de vida de los venezolanos y si para seguir en el gobierno se mueren venezolanos no le importa. Es un

	inseguridad, las cifras económicas, la inflación que está a millones, el hecho de que las personas vayan a un supermercado y no haya nada y los anaqueles vacíos, que tengas que hacer colas de horas y si no haces colas tienes que ir a los mentados bachaqueros que son los que revenden los productos.		abusador que teme salir del gobierno pues sabe que le espera la cárcel y será más fácil juzgarlo. Porque su gobierno, al igual que el de Chávez, se encargó de destruir y dismantelar todas las instituciones públicas y privadas, así como permitir niveles altísimos de corrupción y crímenes que han llevado a Venezuela a una crisis social, política y económica más profunda de lo que las personas pueden creer.
--	---	--	---

Cuadro 2. Categoría problemas concretos

En el análisis de las entrevistas llevadas a cabo, encontramos que una constante en el discurso de los miembros de la comunidad venezolana radicada en México referido a conceptualizar el desempeño de Nicolás Maduro es que una parte del eje

conceptual que lo verbaliza lo relaciona con la manera en la que se vive el día a día en aquel país. Es decir, el concepto “Nicolás Maduro” se estaría relacionando con acciones, situaciones, experiencias y contextos concretos provenientes del

mundo real, todos ellos relacionados con la crisis social, política y económica por la que atraviesa tal país y que los conecta a su vez con acciones en las cuales tal crisis se ve materializada como por ejemplo el desabasto, el desempleo, el crimen, los presos políticos y la migración.

De tal manera una parte de la narrativa construida por los informantes clave entrevistados, usada para referirse a Maduro, se puede analizar a partir de la categoría conceptual “problemas concretos” ya que; se insiste, se suele evocar la figura del señalado político a partir de problemáticas concretas que se pueden dividir en tres rubros o subcategorías: economía, inseguridad y gobierno.

En tal dinámica los relatos de los informantes clave, sirven como una bitácora para conocer la manera en la que el venezolano común entiende la forma en la que transcurría su día a día en aquel país. Así tal forma de vivir la cotidianidad estaría encarnada no solo como una percepción del fracaso en el sistema político, sino como la certeza de quien se percibe como responsable de tal situación, todo esto a partir de la inconformidad por vivir en un

entorno en donde no se ve una solución próxima a tal crisis.

Es decir, a partir de la línea discursiva construida por los venezolanos en las entrevistas realizadas se establece la relación semántica Nicolás Maduro-problemas. Tal relación tiene sentido, más allá de la perspectiva ideológica y/o político que tengan o hayan tenido los entrevistados. Dicho de otra manera, si en algún momento alguno de los entrevistados se vinculó ideológicamente con la Revolución Bolivariana (y con lo que esto significa) la problemática del día a día transformó tal vinculación no solo en rechazo sino, en muchos casos, en abandono al decidir salir de Venezuela.

Es decir, tal manera de percibir a este personaje lo hace implícitamente responsable no solo por la situación de crisis humanitaria por la que atraviesa Venezuela, sino de una suerte de desesperanza que los hace percibir como inviable la consecución del crecimiento personal y profesional viviendo en tal contexto. Así, tal manera de concebir a esta figura política, no solo está mediada por lo que señala el contexto difundido por los medios de comunicación, sino a partir de

experiencias propias, concretas,
 provenientes del contexto compartido por
 los miembros de la colectividad.

EJE: SIGNIFICADO DE VENEZUELA Conceptos más usados	Destrucción-deterioro	Antes
Desmantelamiento Destrucción Deterioro Desorden Dictadura Comunismo	Es un régimen dictatorial, es como lo que está pasando en cuba. Llevan más de 50 años de una dictadura y ahora Venezuela lleva 22 años en eso. Además, se ha dedicado a la explotación minera del oro, diamantes y coltán, destruyendo fuentes de agua natural, la fauna y la flora de la selva. Su régimen únicamente ha logrado el deterioro severo de las instituciones venezolanas, de su economía tanto interna como externa y de la calidad de vida de sus ciudadanos.	Hugo Chávez tenía mucho carisma y tenía una posición contra los Estados Unidos y se convirtió en el paladín de la izquierda, en el socialismo latinoamericano, puso a Venezuela en el mapa mundial, tal vez antes Venezuela eras mencionado porque tenía muchas miss universo y por el petróleo sin embargo este hombre (Maduro) no tan de buena manera hizo que muchos países voltearan a ver a Venezuela todo esto venía desde antes, desde Hugo Chávez. Cuando él fue elegido prometió muchas cosas, pero no las cumplió, dijo que iba a haber libertad de expresión en los medios de comunicación y ve lo que hizo.

		No se puede acreditar toda la crisis actual de Venezuela a Maduro ya que Chávez la originó. Sin embargo, antes uno podía continuar viviendo en el país y con Maduro no es viable seguir allá. Nunca fuimos un país de migrantes, todo lo contrario, estábamos acostumbrados a recibir gente de muchos países.
--	--	---

Cuadro 3. Categoría significado de Venezuela

En el análisis de las entrevistas realizadas a miembros de la comunidad de venezolanos radicados en México, se pudo establecer que, al buscar una conceptualización que sirviera para describir lo que significa la figura de Nicolás Maduro, implícitamente está presente una narrativa que da cuenta de la manera, no solamente en la que se define la Venezuela actual, sino que se construye una suerte de comparación con lo que los entrevistados perciben que era este país. Tal proceso resulta importante ya que esta comparación al parecer sirve no solo para entender, sino también para explicar todo

lo que sucede (y por qué sucede) actualmente en esta nación.

Dicho de otra manera, para los informantes clave, hablar de Nicolás Maduro, implicaría vincularse con lo que pasa en Venezuela, esto a partir de una relación de causalidad, en donde se idealiza lo que era Venezuela (antes de la Revolución Bolivariana) y se demoniza lo que hoy sucede.

En tal caso todo lo que encarnaría Nicolás Maduro estaría situado en medio de una situación de deterioro, desorden, desmantelamiento ocasionado por “algo” que sucedió en la nación caribeña. Ese “algo”, es verbalizado de distintas maneras

por los entrevistados quienes utilizaron diversas palabras para describirlo tales como: comunismo, régimen dictatorial, explotación. Tal situación para los miembros de la comunidad venezolana radicada en México, ha sido producto de más de dos décadas de deterioro en donde ese "algo", en el fondo sería lo que se conoce como "Revolución Bolivariana" emprendida en sus inicios por el comandante Hugo Chávez Frías (a quien, como se señala arriba, también se percibe como responsable de la crisis), quien al fallecer de cáncer fue sustituido por el actual presidente Nicolás Maduro, quien, como lo señalábamos anteriormente, es visto como alguien poco habilidoso para conducir políticamente los destinos de Venezuela.

De tal manera al explicar su opinión sobre el desempeño de Maduro, los venezolanos entrevistados mezclan sus puntos de vista, con descripciones, que implícitamente muestran su visión sobre la situación por la que atraviesa Venezuela. Tal perspectiva se establece a partir de una comparación en donde se percibe que (antes) existía un país en bonanza petrolera, con venezolanas ganando

concursos de belleza, en donde, simplemente Venezuela era un lugar en el que se podía vivir bien.

En tal caso, la opinión sobre el mandatario estaría ligada a la percepción del fracaso del modelo bolivariano de desarrollo, que, según perciben nuestros entrevistados, hoy vive en una situación que se verbaliza utilizando palabras como destrucción, desmantelamiento, desorden, y crisis.

Así la conceptualización que se construye sobre lo que significa Venezuela, tendría no solamente una fuerte carga política, histórica y conceptual (percibida y compartida por los entrevistados) sino que parte de percepciones que nacen de lo que los informantes clave observaron y vivieron en la vida cotidiana cuando radicaban en Venezuela. De esta manera, Nicolás Maduro, como figura más visible de la Revolución Bolivariana, estaría encarnando una especie de ruptura que, de manera concreta, los migrantes venezolanos visualizan impactó de manera tan nefasta en sus condiciones de vida que indirectamente los llevó a tomar la decisión de salir de Venezuela.

A manera de conclusión, una vez realizado el presente análisis, podemos empezar por señalar que, para realizar el presente estudio se emprendió un trabajo etnográfico con una treintena de ciudadanos venezolanos, hombres y mujeres en edad laboral quienes en distintos momentos y por distintas razones salieron de su país de origen para radicar en México. Con estos informantes clave se pudo tener contacto (de manera directa o a través de plataformas digitales) en el marco de la tesis doctoral en elaboración que se plantea analizar la manera en que este grupo migratorio utiliza las redes sociodigitales para construir comunidades virtuales en las cuales crean redes de contactos, socializan sus opiniones sobre la realidad venezolana, solicitan (o brindan) ayuda sobre asuntos migratorios y en general constituyen redes participativas de colaboración.

Uno de los propósitos de la citada tesis doctoral es conocer las razones por las cuales este grupo social decidió migrar para radicar de manera temporal o definitiva en México. Por ello uno de los asuntos fundamentales fue conocer la manera en la que este grupo de migrantes

construye una perspectiva de lo que significa Nicolás Maduro, presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Ante ello una parte de los cuestionamientos que se les hizo a los migrantes venezolanos con los que se tuvo contacto, fue referido a este tema.

Así en el presente documento se ofrecen algunos resultados producto del análisis realizado a los relatos vertidos por los entrevistados, en particular en lo referente justamente a la manera en la que visualizan a Maduro.

Así, más allá de que los entrevistados son usuarios constantes de las comunidades virtuales en donde comparten una perspectiva muy clara de lo que significa la figura de Maduro, tal conceptualización que se socializa en el entorno online, tiene un origen en las vivencias compartidas en el mundo offline por los integrantes de esta colectividad. Por ello se utilizó la perspectiva conceptual propuesta por la teoría de las representaciones sociales para vislumbrar los significados presentes en las narraciones de los venezolanos en donde se refieren a Nicolás Maduro.

Cabe señalar, en tal sentido, que las representaciones sociales se constituyen en torno a tres dimensiones, las cuales son opinión, actitud e información. Es decir, las representaciones sociales, tendrían que considerarse como pensamientos, ideas, percepciones presentes en el imaginario de la gente, pero también son actitudes, acciones, formas de comunicación y posturas que se ejercen en la vida cotidiana.

Las representaciones sociales entonces habrán de constituir manifestaciones mentales que se concretizan en el mundo real y constituyen estructuras de sentido que permiten a los portadores forjar lo que se conoce como sentido común que les permite no solo conocer la realidad, sino tener cabida en ella, socializando con sus pares.

De esta manera las dimensiones vinculadas a la construcción de las representaciones sociales (opinión, actitud e información) como se pudo observar en el ejercicio aquí presentado, no suelen generarse por separado, sino que, casi siempre, el desarrollo de una de estas dimensiones, implica el desarrollo de la otra.

Esto es, en los relatos vertidos por los venezolanos entrevistados, rondan conceptos, ideas, tomas de postura, vivencias y recuerdos. Por ello tales conceptos se agruparon en tres categorías a saber: capacidades para gobernar, problemas concretos y el concepto de Venezuela. Tales categorías, se desprendieron de las narrativas generadas por los entrevistados y, en definitiva, reflejan una perspectiva negativa del mandatario venezolano, lo cual fue verbalizado haciendo uso de recursos diversos como la adjetivación (ineficiente, desastre, tirano, etc.), la comparación (entre lo que era Venezuela y lo que es hoy en día), la valoración (pésimo), la demonización (comunista) y el sarcasmo.

Tales recursos, de alguna manera, han servido para constituir una visión compartida en la que Maduro, implícitamente, es el responsable (no el único, pero sí el más visible) de la crisis humanitaria por la que atraviesa Venezuela. Es decir, se percibe una estructura causalista en la que Maduro (y la Revolución Bolivariana) se percibe como culpable o causante no solo de la crisis humanitaria por la que atraviesa

Venezuela, sino de que miles de venezolanos hayan tenido que abandonar su lugar de origen.

Cabe señalar que resulta fundamental tener claro, como se mencionó anteriormente quede acuerdo a Jodelet las representaciones sociales (1986, p. 472) se presentarán bajo formas más o menos complejas: imágenes que condensan un conjunto de significados: sistemas de referencia que permiten interpretar lo que sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado.

Así, lo importante de esta conceptualización, es que es ampliamente difundida por los venezolanos tanto en el mundo offline como en las pláticas y conversaciones que esta colectividad difunde en sus comunidades virtuales de Internet. Es decir, esta manera de percibir al citado político, constituye de alguna manera una importante clave, que permite la comunicación entre tal colectividad y se convierte en un requisito implícito para tener cabida en el contexto compartido por los venezolanos radicados en México.

De hecho, es claro que esta perspectiva, se convierte de alguna manera en uno de los factores que estaría dotando a este

grupo de venezolanos avocados en México, de una serie de valores que los estarían caracterizando, forjando además un sentido de identidad ya que tal representación es ampliamente compartida por los integrantes de tal colectividad.

Es decir, en el acercamiento a la manera en la que los entrevistados perciben la figura de Nicolás Maduro, aparecen mezclados conceptos, valores, formas de interacción, situaciones, hechos históricos, tomas (y cambios) de postura, los cuales, por lo que se pudo analizar constituyen una perspectiva compartida por los miembros de la diáspora venezolana avocada en México.

Tal perspectiva, en tal sentido, constituye una construcción social y una construcción política, o bien se puede vislumbrar en tal acercamiento la construcción social de lo político.

Referencias

Jodelet, Denise. (1986). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría. En Serge

Moscovici, *Psicología Social II* (pp. 469-534). Barcelona: Ediciones Paidós.

Moscovici, Serge. (1973). Prólogo a C. Herzlich. En *Health and Illness* (pp. 13-26). London:

Academia Press.

Moscovici, Serge. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.

(Trabajo original publicado en 1961).

Reboul, Oliver. 1986. *Lenguaje e Ideología*. Fondo de Cultura Económica México

O corpo gordo para além da gordofobia: YouTube e resistência

El cuerpo gordo más allá de la gordofobia: YouTube e resistencia

The fat body apart from fatphobia: YouTube and resistance

Agnes de Sousa Arruda⁸

Ariana Nascimento da Silva⁹

Resumo: Este trabalho propõe uma reflexão diante do fenômeno da gordofobia, preconceito contra as pessoas gordas intimamente relacionado aos media, e as suas formas de resistência. Para isso trabalha-se exclusivamente com as iniciativas existentes em plataformas digitais online, como o YouTube, hoje uma das principais ferramentas disponíveis pelo Google no contexto das redes sociais e que modificou completamente o cenário da comunicação na internet impulsionando o fenômeno conhecido como o dos digital influencers. Apesar de se inserirem no universo da mídia hegemônica, alguns desses e dessas youtubers e digital influencers têm se destacado ao usar essa plataforma para expor e combater a gordofobia, criando uma rede de apoio às pessoas que sofrem com esse preconceito. O objetivo é apresentar esses canais e compreender seus processos de comunicação com o público, por meio da análise de conteúdo, como forma de trazer luz para a temática. O suporte teórico se

⁸ Agnes de Sousa Arruda. Universidade de Mogi das Cruzes, doutora, Brasil, agnesarruda@gmail.com.

⁹ Ariana Nascimento da Silva. Universidade Paulista - UNIP, mestre, Brasil, ariana.ans83@gmail.com.

dá, entre outros autores e autoras, com os trabalhos de Agnes Arruda (2019), Muniz Sodré (2002), Edgard Morin (1987) e Djamila Robeiro (2017).

Palavras-chave: Gordofobia, Resistência, YouTube.

Resumen: Este trabajo propone una reflexión ante el fenómeno de la gordofobia, los prejuicios contra las personas gordas estrechamente relacionadas con los medios de comunicación y sus formas de resistencia. Para ello, trabaja exclusivamente con iniciativas existentes en plataformas digitales online, como YouTube, hoy en día una de las principales herramientas disponibles por Google en el contexto de las redes sociales y que ha modificado por completo el panorama de la comunicación en Internet impulsando el fenómeno conocido de los influencers digitales. Aunque se insertan en el universo de los medios hegemónicos, algunos de estos y estas youtubers e influencers digitales han sobresalido mediante el uso de esta plataforma para exponer y combatir la gordofobia, creando una red de apoyo para las personas que sufren de este preconcepto. El objetivo es presentar estos canales y entender sus procesos de comunicación con el público, a través del análisis de contenidos, como una forma de aportar luz al tema. El apoyo teórico tiene lugar, entre otros autores y autoras, con las obras de Agnes Arruda (2019), Muniz Sodré (2002), Edgard Morin (1987) y Djamila Robeiro (2017).

Palabras Clave: Gordofobia, Resistencia, YouTube.

Abstract: This paper proposes a reflection on the phenomenon of fatphobia, prejudice against fat people closely related to the media, and their forms of resistance. This is done exclusively with initiatives on online digital platforms, such as YouTube, today one of the main tools available by Google in the context of social networks and that completely changed the landscape of internet communication, driving the phenomenon known as digital influencers. Despite inserting themselves in the universe of hegemonic media, some of these youtubers and digital influencers have stood out by using this platform to expose and combat fatphobia, creating a support network for people who suffer from this prejudice. The goal is to present these channels and understand their communication processes with the public, through content analysis, as a way to bring light to the theme. The theoretical support is given, among

other authors, with the works of Agnes Arruda (2019), Muniz Sodré (2002), Edgard Morin (1987) and Djamila Robeiro (2017).

Key words: Fatphobia, Resistance, YouTube.

Que a sociedade contemporânea se rendeu aos encantos dos media é público e notório. Sodré (2008) já nos falava a respeito em sua Antropológica do Espelho, obra na qual o autor nos apresentava o bios midiático, ou seja, a maneira como os grupos sociais e os media mantêm uma imbricada relação de (re)produção de sentidos em suas narrativas. Isso significa que aquilo que é produzido socialmente passa pelo processo de apropriação, pasteurização, homogenização e distribuição, comum aos meios de massa (MORIN, 1987), e também que aquilo que é emitido pelos media ao mesmo tempo é introjetado ao convívio social, levando os grupos a repetirem padrões de comportamento e consumo.

As consequências e resultados desses processos são, em muitas vezes,

catastróficas; ainda mais em sociedades como a brasileira, na qual a penetração dos media é intensa¹⁰. Entre tantos exemplos, no entanto, e direcionando para a temática deste artigo, está o caso da gordofobia, preconceito contra as pessoas gordas, e que está diretamente relacionado aos media (ARRUDA, 2019). Na prática da gordofobia as pessoas – em especial mulheres – são privadas diariamente de uma série de práticas sociais unicamente por o tamanho de seus corpos não corresponder aos corpos considerados dignos pelos media. Mais que isso, no processo de retroalimentação entre os meios hegemônicos e os grupos sociais, são reproduzidos padrões de comportamento que hostilizam as pessoas gordas das mais diversas formas.

¹⁰ Dados da 20ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia no Brasil apontam o país como líder em consumo no América Latina (Abril Branded Content, 2019).

Há nesse contexto um entendimento de que as pessoas gordas são preguiçosas, desleixadas e que mantêm poucos hábitos de higiene pessoal, que são permanentemente tristes ou estão em quadros depressivos, que não são esforçadas ou não têm força de vontade para atingir seus objetivos, uma vez que nem o objetivo de emagrecer elas conseguem atingir; que não são dignas de um relacionamento amoroso ou têm seus corpos fetichizados para tal, entre outros aspectos. A verdade é que, para cada um desses casos, há uma série de exemplos tanto no contexto social concreto, quanto naquele transmitido pelos media, fáceis de serem levantados e observados, mas que até recentemente não tinham sido notados. Esse foi o mote da tese “O peso e a mídia” (ARRUDA, 2019), que agora se desdobra neste artigo.

Apesar de a discussão acadêmica em torno da gordofobia e de sua relação com os media ainda ser recente, a temática tem sido amplamente debatida pelos grupos, que já perceberam a importância de se articular contra esse preconceito que, inclusive, serve de gatilho para comportamentos suicidas muito mais

concretos que a subjetiva insatisfação corporal. Fala-se aqui, conforme apresentado na tese supramencionada, dos riscos das cirurgias plásticas totalmente invasivas, do desenvolvimento de distúrbios alimentares como a bulimia e a anorexia, e até mesmo do consumo e do vício em drogas lícitas e ilícitas para emagrecer.

Dessa forma, rodas de conversa e grupos de apoio, assim como espaços nos próprios media, de iniciativa de personagens até então comuns, como canais no YouTube, blogs pessoais, podcasts, entre outros, têm surgido como uma forma de denunciar a gordofobia e de alguma forma auxiliar quem sofre com ela. Isso porque um relato comum nesses espaços é o da pessoa que sempre sofreu com a gordofobia, mas nunca conseguiu nomear o preconceito, justamente pela forma como ele é mascarado como preocupação com a saúde. Ao entenderem pelo que de fato estão passando, essas pessoas relatam também dar início a um processo de compreensão e ressignificação de si próprias, com o auxílio da rede.

Talvez um dos mais relevantes exemplos dessa rede seja o do canal

Alexandrisomos¹¹, comandado pela jornalista carioca Alexandra Gurgel. Motivada a superar os complexos desenvolvidos contra seu próprio corpo, criou o canal “com vídeos sobre body positive, amor-próprio, autoestima, cabelo, saúde mental e relacionamentos” (GURGEL, 2019, online). Alexandra foi uma das responsáveis por colocar a gordofobia na pauta da internet brasileira ao responder ofensas gordofóbicas proferidas contra ela pelo humorista Danilo Gentili em dezembro de 2017, conforme demonstra pesquisa realizada no Google Trends¹². Alexandra, no entanto, não é a única. Tá Querida, Gorda de Boa, Moda Plus Size Brasil e Fala Bernardo são os nomes de outros canais que também tratam do tema (WARKEN, 2017).

Assim, o objetivo deste trabalho é apresentar de que forma o YouTube está sendo utilizado como uma ferramenta de combate à gordofobia na compreensão de seus processos, linguagens e formatos, bem como da interação com seus públicos. Para isso, a base metodológica se dará a

partir da análise de conteúdo, método relacionado à análise das mensagens, cumprindo com os requisitos da sistematicidade e da confiabilidade (FONSECA JUNIOR, 2010). As ferramentas disponibilizadas por esse método foram escolhidas por permitirem o trabalho com materiais diversos; e embora esteja-se falando em todos os casos de redes sociais na internet, cada plataforma tem suas próprias características, estando então a análise de conteúdo adequada para abranger a variedade de formatos.

São marcos de referência para a análise de conteúdo os dados tais como se apresentam, o contexto no qual esses dados estão inseridos, o conhecimento do pesquisador sobre o tema investigado, o objetivo que se tem com a análise de conteúdo, a inferência como tarefa intelectual básica e a validação como critério de sucesso para a análise dos dados (KRIPPENDORF, 1990 apud. FONSECA JUNIOR, 2010), a partir dos cinco passos da análise de conteúdo propostos por Bardin (1988): organização,

¹¹ Disponível em: https://www.youtube.com/results?search_query=alexandrisomos. Acesso em 10/12/19

¹² Google Trends é uma ferramenta do Google que mostra a evolução dos termos de busca por período e região, bem como suas variações semânticas e principais resultados obtidos. Para o verbete gordofobia foi feita uma consulta nos últimos 4 anos, no Brasil. A pesquisa pode ser consultada no seguinte endereço: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2015-01-01%202019-11-28&geo=BR&q=gordofobia>.

codificação, categorização, inferência e tratamento, nesta tese optou-se por trabalhar apenas com as três primeiras que são a organização, a codificação e a categorização.

Espera-se, com o desenvolvimento e a apresentação deste trabalho, não apenas inscrever gordofobia como objeto de pesquisa na área da comunicação contemporânea, como também, já em um momento avançado, conscientizar acerca da relevância da temática e expandir barreiras em relação ao tema. Com isso, levar a pesquisa, pretendida com financiamento público, a quem mais precisa dela: a comunidade.

Referências

Abril Branded Content (2019). Pesquisa mapeia gastos com entretenimento e mídia no Brasil. Recuperado em 10 de dezembro de 2019 de <https://exame.abril.com.br/entretenimento/pesquisa-mapeia-gastos-com-entretenimento-e-midia-no-brasil/>.

Arruda, A. D. S. (2019). O peso e a mídia: uma autoetnografia da gordofobia sob o

olhar da complexidade. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Paulista – UNIP.

Gurgel, A. (2019). Alexandrismos – Sobre. Recuperado em 10 de dezembro, 2010 de

<https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ/about>

JÚNIOR, W. C. D. F., & WILSON, C. (2005). Análise de conteúdo. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 380.

Morin, E., & Sardinha, M. R. (1997). Cultura de massas no século XX.

Sodré, M. (2009). Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. In Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.

Ribeiro, D. (2019). Lugar de fala. Pólen Produção Editorial LTDA.

WARKEN, J. (2017). 6 youtubers brasileiras que estão combatendo a gordofobia. In M de Mulher. Recuperado em 10 de dezembro, 2019 de <<https://mdemulher.abril.com.br/estilo-de-vida/6-youtubers-brasileiras-que-estao-combatendo-a-gordofobia/>>.

Comunicación digital y representaciones colectivas. Entornos educativos virtuales durante la pandemia SARS- COV2 en Puebla, México

**Comunicação digital e representações coletiva. Ambientes educacionais virtuais duante a
pandemia de SARS-COV2 em Puebla, México**

*Digital communication and collective representations. Online education during the SARS-COV2 pandemic in
Puebla, Mexico*

Abril Celina Gamboa Esteves¹³

Norma Angélica Martínez López¹⁴

Resumen: Investigación sobre representaciones colectivas, transformaciones y consecuencias del proceso de comunicación digital en la educación ante la pandemia por SARS-COV2 en estudiantes de pregrado en la ciudad de Puebla, México

Palabras Clave: 1. Representaciones colectivas, 2. Comunicación digital, 3. Entornos educativos virtuales.

¹³ Abril Celina Gamboa Esteves. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Doctora en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario, México, abril.gamboa@correo.buap.mx.

¹⁴ Norma Angélica Martínez López. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Doctora en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario, México, norma.martinez@correo.buap.mx

Abstract: Research about collective representations, transformations and consequences of the digital communication process in education in the SARS-COV2 pandemic in students of Puebla, Mexico.

Key words: 1. Collective representations, 2. Digital communication, 3. Online education

Tema central

Las representaciones colectivas de tipo orgánico desde la Comunicación digital y educación antes y durante la pandemia de SARS-COV2 (Covid 19) entre los universitarios en México.

Objetivos

General:

Caracterizar el proceso de comunicación digital en las condiciones de educación durante el confinamiento social derivado de la pandemia por SARS-COV2 entre marzo y junio de 2020 en estudiantes de pregrado en México.

Específicos:

1.- Describir las cualidades de las representaciones colectivas, de tipo orgánico y de tipo mecanicista, sobre las TIC como objetos sociales domesticados en la vida cotidiana, la comunicación y la educación antes de la pandemia de SARS-COV2 (Covid 19)

2.- Identificar la relación funcional entre las condiciones y agentes del proceso de comunicación de tercer orden de la educación digital y las representaciones colectivas de tipo orgánico sobre las TIC como objetos sociales domesticados durante la pandemia de SARS-COV2 (Covid 19)

Caracterización del estudio

La cultura de comunicación, información y conocimiento sobre la tecnología digital en la educación superior o de pregrado, es el objeto de estudio de nuestra investigación que, en una primera etapa (2018) identificó mediante Encuesta (Baptista, Collado & Sampieri, 2010) algunas características del perfil cultural de 974 estudiantes universitarios de educación Superior y Posgrado, de diversas áreas de conocimiento: Ciencias Sociales, Humanidades, Ciencias Exactas y Ciencias Naturales, en la ciudad de Puebla, México,

sobre el uso que hacen de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en su formación profesional.

En una segunda etapa (2019), caracterizamos representaciones colectivas que derivaron de la aplicación de tres Grupos de Discusión (Chávez, 2013) entre 20 estudiantes de nivel superior o pregrado provenientes de las mismas áreas de conocimiento. En esta segunda etapa, nuestro análisis se realizó a través de matrices de codificación de elaboración propia, pero conforme a la Teoría Fundamentada (Strauss & Corbin, 2002).

Wagner y Hayes (2011) establecen una diferencia entre representaciones colectivas de tipo orgánico, que constituyen el conocimiento de acuerdo a las experiencias del mundo que habitan los sujetos, y de tipo mecanicista, introducidas por agentes externos a los sujetos, en nuestra investigación consideramos a los docentes como agentes externos. Las cualidades que encontramos, organizando la trayectoria de los usos que hacen de las TIC nuestros sujetos de estudio, nos permiten vislumbrar representaciones colectivas de tipo orgánico a raíz de los cambios, transformaciones y adaptaciones

que hacen de las TIC, como objetos sociales domesticados para la vida cotidiana, mientras que las representaciones de tipo mecanicista dan cuenta de la incorporación discursiva y operativa de un lenguaje especializado, de necesidades de aprendizaje y formas de reproducción de la enseñanza de tipo formal que añaden a las TIC la cualidad de objeto social educativo.

Ante la pandemia por SARS-COV2 que promueve como estrategia de control el confinamiento en casa, la comunicación de tercer orden, que ocurre entre docentes y discentes interponiendo dispositivos tecnológicos (González, 2003), se hizo necesaria y evidente en diversos programas educativos. El cambio de modalidades educativas presenciales a los de formato en línea, nos inducen a preguntar de qué manera este proceso de comunicación digital, detonado por las condiciones de educación en línea durante el confinamiento social, da pauta a la consolidación o renovación de las representaciones colectivas orgánicas entre los universitarios de nuestra ciudad.

Por ello, comenzamos una tercera etapa de nuestra investigación aplicando, a una

muestra de 180 estudiantes, un cuestionario de 30 reactivos que atiende las cualidades de las representaciones colectivas orgánicas (cambio, transformación y consecuencias) de nuestro estudio, toda vez que miden dimensiones socioeducativas, de infraestructura tecnológica digital, espacio y recursos virtuales de aprendizaje y, finalmente, interacción entre estudiante y docente, tomando como base para la organización de estas dimensiones, una propuesta de Almaguer, Amozurrutia, et. al (2012) conforme una perspectiva sistémica.

Enfoque y/o metodología de abordaje

Nuestro enfoque metodológico se adscribe al constructivismo y al pensamiento sistémico complejo. Partimos de reconocer una posición epistemológica constructivista (García, 2000) (Piaget, 2004) que atiende una dimensión bio-psico-social de problemas prácticos y problemas de investigación (Booth, Colomb & Williams, 2008) para su estudio y comprensión. Por otra parte, identificamos que dichas dimensiones y problemas se

caracterizan como totalidades relativas (García, 2006) de elementos heterogéneos e interdefinibles de un Sistema Complejo, en este caso, cultura de comunicación, información y conocimiento en entornos universitarios, que atiende la relación entre tecnología digital en los estudios de pregrado a partir de su representación en la vida cotidiana, cuyo abordaje posibilita algún nivel de intervención sobre las condiciones del Sistema.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

La representación colectiva orgánica, respecto al cambio de la enseñanza presencial a digital entre los estudiantes encuestados en la tercera etapa de nuestro estudio, evalúa como medianamente satisfactorio su aprendizaje (65%) debido a la relación con dos factores: atención y seguimiento del docente e interacción con el docente, es decir, se busca la diada clásica estudiante-docente, siendo menos importante la interacción entre pares, estudiante-estudiante, misma que en otro tipo de entornos digitales no formales, como las redes sociales, suele ser más abierta, flexible y colaborativa, lo que

explica, en parte, por qué el uso mayoritario de Google Classroom por parte de los docentes (89%) que sólo es un aula virtual que permite el envío de avisos, asignación de tareas y video-conferencias, tiene también una evaluación medianamente satisfactoria (48.6%); sin embargo, las Plataformas educativas instruccionales como Black Board (19% de uso) y Microsoft Teams (44% de uso) y que sí cuentan con herramientas colaborativas como los Blogs, las Wikis, las Pizarras, tuvieron un nivel nada satisfactorio pues mientras Microsoft Teams fue evaluado con 41.3% de nada satisfactorio, Black Board tuvo 62% de nada satisfactorio, lo que permite inferir el dominio de la comunicación digital de tipo vertical que, de esta manera, genera una posible polifasia cognitiva (Jodelet, 1985) que se identifica como una contradicción entre lo colectivamente representado a partir de la experiencia de los y las estudiantes y los discursos incorporados sobre las ventajas del aprendizaje en línea para el desarrollo de competencias de orden colaborativo, interactivo y tejido en red.

Referencias

Almaguer Kalixto, P.; Amozurrutia, J.; González Morales, L.; Maass Moreno, M.; Meza Cuervo, Manuel. (2012) Sociocibernética, Cibercultur@ y Sociedad. México, UNAM, CEIICH.

Booth, W.; Colomb, G.; Williams, J. (2008) Cómo convertirse en un hábil investigador. Barcelona, Gedisa Editorial.

Chávez, M. (2013). El grupo de discusión: técnica de investigación con utilidad práctica, en Metodología de investigación en ciencias sociales (81-132). Aplicaciones prácticas. México, Universidad de Colima.

García, R. (2000) El conocimiento en construcción. De la formulación de Jean Piaget a la teoría de sistemas complejos. México, Editorial Gedisa Mexicana S.A.

----- (2006) Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria. Argentina, Gedisa Editorial.

González, J. (2003) Cultura(s) y Ciber...cultur@..(s). Incursiones no lineales entre Complejidad y Comunicación. Universidad Iberoamericana A.C, México.

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista Lucio, P. (2010)

Metodología de la investigación. México, Mc. Graw Hill.

Jodelet, Denise (1985) La representación social, fenómenos, concepto y teoría, en Psicología social (485-490). Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Tomo II. Paidós, España.

Piaget, Jean (2004) Biología y conocimiento. México, Siglo XXI.

Strauss, A.; Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar teoría fundamentada. Colombia, Universidad de Antioquía

Wagner, W.; Hayes, N. (2011). El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de representaciones sociales. España, Anthropos Editorial.

Tecnologías de esperanza. Apropiaciones tecnopolíticas para la búsqueda de personas desaparecidas en México. El caso de los colectivos de Las Rastreadoras del Fuerte, Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos de Nuevo León y Por Amor A Ellxs.

Tecnologias de esperança. Dotações tecnopolíticas para a busca de pessoas desaparecidas no México. O caso dos grupos de Las Rastreadoras del Fuerte, Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos de Nuevo León y Por Amor A Ellxs.

Technologies of hope. Technopolitical Appropriations in the Search for Missing Persons in Mexico. The case of the groups of Las Rastreadoras del Fuerte, Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos de Nuevo León y Por Amor A Ellxs.

Humberto Darwin Franco Migue ¹⁵

Resumen: En México, entre 2006 y 2020, 61 mil personas fueron desaparecidas; la inoperancia del Estado ha obligado a que sus familias encabecen su búsqueda tanto en vida como en muerte. Para buscar a sus seres queridos, los colectivos de familiares de las y los desaparecidos han empleado diversas tecnologías y plataformas tecnológicas que van desde el uso de drones aéreos y terrestres hasta la apropiación de redes sociodigitales como Facebook o Twitter.

¹⁵ Humberto Darwin Franco Migue, Universidad de Guadalajara, Doctor en Educación, México, micorreoformal@hotmail.com

Esta ponencia expone las acciones tecnopolíticas que tres colectivos: Las Rastreadoras de El Fuerte (Los Mochis, Sinaloa), Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos Nuevo León (Monterrey, Nuevo León) y Por Amor A Ellxs (Guadalajara, Jalisco), realizan para buscar a sus desaparecidos, pero también para crear contra narrativas frente al discurso del Estado que niega esta crisis de derechos humanos.

Palabras Clave: Desapariciones, Tecnopolítica y tecnología.

Abstract: In Mexico, between 2006 and 2020, 61 thousand people were disappeared; the ineffectiveness of the State has forced their families to lead their search both in life and in death. To search for their loved ones, the groups of relatives of the disappeared have used various technologies and technological platforms, ranging from the use of aerial and ground drones to the appropriation of sociodigital networks such as Facebook or Twitter.

This paper presents the technopolitical actions that three groups: Las Rastreadoras de El Fuerte (Los Mochis, Sinaloa), Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos Nuevo León (Monterrey, Nuevo León) y Por Amor A Ellxs (Guadalajara, Jalisco), but also to create counter narratives against the State discourse that denies this human rights crisis.

Key words: Disappearances, Technopolitics and technology.

Tema central

Apropiaciones tecnológicas y acciones tecnopolíticas que tres colectivos de familiares de desaparecidos en México realizan tanto para buscar a sus seres queridos como para crear contra narrativas

al discurso oficial que niega la gravedad del problema.

Objetivos

Mostrar cómo es que las mujeres que integran estos colectivos aprendieron a usar dichas tecnologías y de qué manera las incorporaron a sus búsquedas.

Describir las acciones políticas que cada colectivo realiza y cómo éstas inciden en la disputa de sentido en torno a la representación social y mediática tanto de las desapariciones como de sus seres queridos desaparecidos.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

Sustentado en las nociones teóricas del “desaparecido que aparece” (Irazuzta, 2017); “la pérdida de potencia” (Reguillo, 2017); “las funciones simbólicas de los cuerpos” (Larrosa-Fuentes, 2018) y las “tecnologías comunicativas como dispositivos de acción” (Avalos González, 2018), este ponencia sostiene que la narrativa edificada por los colectivos de familiares de desaparecidos en México, a través de su prácticas comunicacionales y tecnopolíticas, constituyen “tecnologías de esperanza”, cuya apropiación implica la función simbólica de los cuerpos (de quienes buscan y de quienes serán

encontrados) como una forma de acción política que “hace aparecer

al desaparecido” no desde una noción de muerte/ausencia, sino a través de una acción de vida/presencia que se materializa cuando se localiza al ser querido desaparecido

Enfoque y/o metodología de abordaje

La metodología empleada para hacer este trabajo consistió en una observación etnográfica dentro de las búsquedas de campo que los tres colectivos, entrevistas cualitativas con diversas integrantes del colectivo y una observación netnográfica de sus perfiles en Facebook

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

Las narrativas edificadas por los colectivos, a través de sus prácticas tecnopolíticas, no sólo cuestionan a la narrativa oficial sino que también deja ver que esto lo hacen porque su insurrección situada constituye un elemento colectivo importante para que más familias recuperen la potencia que les fue arrebatada por la desaparición de su familiar.

La comunicación de este dolor mediante el uso y empleo de diversas tecnologías hace que la agencia surja como una reacción ante la sistemática violación a sus derechos humanos, pero también, como diría Reguillo (2017), expresa un paisaje insurrecto donde las tecnologías de esperanza se convierten en dispositivos de acción focalizados en la búsqueda estratégica de los desaparecidos.

Referencias

Avalos González, J. M. (2018). Activismos políticos contemporáneos. Juventudes, movilizaciones en Guadalajara. México: IMJUVE.

Butler, J. (2006). Vida precaria. El poder del duelo y la violencia. Madrid: Paidós.

Das, V. (2008). La antropología del dolor. En F. Ortega (Ed.), Veena Das: Sujetos del dolor, agentes de dignidad (pp. 409-436). Bogotá: Instituto Pensar.

Diéguez, I. (2016). Cuerpos sin duelo. Iconografías y teatralidades del dolor. Monterrey: UANL.

Dulitzky, A. (2015). Las desapariciones forzadas en México dentro del contexto latinoamericano. En Oficina en México del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos y Comisión Nacional de Derechos Humanos (Coords.), La desaparición forzada en México: Una mirada de los organismos del sistema de naciones unidas. México: CNDH; pp.9-13. Recuperado de: http://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/lib_DesaparicionForzadaMexicoUnaMirada.pdf

Ferrándiz, F. (2010). De las fosas comunes a los derechos humanos: El descubrimiento de las desapariciones forzadas en la España contemporánea. Revista de Antropología Social, 19, 161-190. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/RASO/article/view/RASO1010110161A>

Franco Miguez, D. (2016). The Human Right to Identity and the Media

Reconstruction of the Missing Persons' Memory in Mexico. En S. Jagtar (Coord.), Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism (pp.61-72). París: UNESCO. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246371>

Franco Migue, D. (2018). #NoSonTresSomosTodos: la desaparición de jóvenes en México. *Análisis Plural*, 32, 217-230. Recuperado de <https://rei.iteso.mx/handle/11117/5612>

Franco Migue, D. (2019). Tecnologías de esperanza. A apropiaciones tecnopolíticas para la búsqueda de personas desaparecidas en México. El caso de Las Rastreadoras del Fuerte. *Comunicación Y Sociedad*, 1-29. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7280>

Franco-Migue, D. (2019). The quadruple disappearance: Analytical proposal to reflect the social and media representation of the victims of disappearance in Jalisco, Mexico. *Revista Políticas, Globalidad y Ciudadanía*, 5(9), 80-

97. Recuperado de <http://revpoliticas.uanl.mx/index.php/RPGyC/article/view/113>

Gatti, G. (Coord.). (2017). Desapariciones. Usos locales, circulaciones globales. Colombia: UANDES.

Irazuzta, I. (2017). Aparecer desaparecidos: en el norte de México: Las identidades de la búsqueda. En G. Gatti (Coord.), Desapariciones. Usos Locales, circulaciones globales (pp. 141-159). Colombia: UANDES.

Larrosa-Fuentes, J. S. (2018). Communication and Body Politic: Hillary Clinton's 2016 Presidential Campaign in Philadelphia's Latino Community (Tesis doctoral). Temple University, Philadelphia.

Mahlke, K. (2017). Figuraciones fantásticas de la desaparición forzada. En G. Gatti (Coord.), Desapariciones. Usos locales, circulaciones globales (pp. 75-98). Colombia: UANDES.

Reguillo, R. (2011). La narcomáquina y el trabajo de la violencia: Apuntes para su decodificación. e-misférica, 8.2. Recuperado el 28 de julio de 2018 de <http://hemisphericinstitute.org/hemi/es/e-misferica-82/reguillo>

Reguillo, R. (2017). Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio. Madrid: Ned Editores.

Robledo, C. (2016). El laberinto de las sombras: desaparecer en el marco de la guerra contra las drogas. Revista de Estudios Políticos, 23, 89-108. DOI: <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n47a06>

Robledo, C. (2017). Drama social y política del duelo. Las desapariciones de la

guerra contra las drogas en Tijuana. Ciudad de México: El Colegio de México.

Souza, D. (2018). Memoria que resiste: La construcción de memoria sobre las víctimas de la violencia del 7 de julio de 2013 en Lagos de Moreno, Jalisco (Tesis de Maestría). Universidad de Guadalajara, México.

Spinoza, B. (1977). Ética. Tratado teológico-político. México: Editorial Porrúa.

Toret, J. (2015). Tecnopolítica y 15 M: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Barcelona: UOC.

Valencia, S. (2016). Capitalismo gore. Control económico, violencia y narcopoder. Barcelona: Paidós.

Mídias Sociais em Incubadoras de Empresas: Estudo Comparativo entre Espanha e Brasil

Redes Sociales en Incubadoras de Empresas: Estudio Comparativo entre España y Brasil

Isabella Mendonça Nogueira¹⁶

Mirna Tonus¹⁷

Resumo: A presente pesquisa exhibe um estudo comparativo entre o Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (CEEIM), Espanha, e o Centro de Incubação de Atividades Empreendedoras (CIAEM), Brasil, com relação à utilização das mídias sociais. O objetivo principal é avaliar de que maneira o CEEIM e o CIAEM têm utilizado as mídias sociais como meio de comunicação estratégico, através de uma pesquisa documental, baseada em informações solicitadas/transmitidas, via correio eletrônico, para as coordenações do CEEIM e do CIAEM. Por meio desta pesquisa, buscou-se identificar as mídias sociais utilizadas pelas referidas incubadoras e a forma como têm gerenciado a comunicação nesses canais digitais. Constatou-se que tanto CEEIM quanto CIAEM utilizam Facebook, Twitter e LinkedIn, enquanto o CEEIM também utiliza o Google MyBusiness. Além disso, o CEEIM possui estratégias consolidadas e efetivas para a utilização destes canais digitais, enquanto o CIAEM não possui nenhuma estratégia e nem um plano de comunicação voltado para as mídias sociais.

Palavras chaves: Mídias Sociais, Incubadora, Brasil-Espanha

¹⁶ Isabella Mendonça Nogueira. Servidora pública na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) com lotação na Diretoria de Pós-graduação. Mestranda no Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Brasil, isabellamn@ufu.br.

¹⁷ Mirna Tonus. Professora e pesquisadora na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), nos cursos de Jornalismo e Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação. Doutora em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), com pós-doutorado Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Brasil, mirnatonus@ufu.br.

Resumen: Trabajo comparativo sobre el uso de redes sociales por el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (CEEIM), España y el Centro de Incubación de Atividades Empreendedoras (CIAEM), Brasil. El objetivo principal es evaluar cómo CEEIM y CIAEM han utilizado las redes sociales como medio de comunicación estratégica, a través de una investigación documental, a partir de la información solicitada / transmitida a través del correo electrónico, a la coordinación de CEEIM y CIAEM. A través de esta investigación, buscamos identificar las redes sociales utilizadas por las incubadoras referidas y la forma en que han gestionado la comunicación en estos canales digitales. Se encontró que tanto CEEIM como CIAEM usan Facebook, Twitter y LinkedIn, mientras que CEEIM también usa Google MyBusiness. Además, CEEIM cuenta con estrategias consolidadas y eficaces para el uso de estos canales digitales, mientras que CIAEM no cuenta con ninguna estrategia o plan de comunicación dirigido a las redes sociales.

Palabras Clave: Redes Sociales, Incubadora, Brasil-Espanha.

A dificuldade de comunicação nas organizações, de qualquer natureza (pública ou privada), é uma das possíveis causas de insucesso, pois elas não conseguem transmitir a mensagem de modo eficaz aos seus públicos. Sabe-se que, para o desenvolvimento e a divulgação dos empreendimentos, é fundamental uma comunicação digital estratégica. Além disso, com o advento das Tecnologias

Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), várias mudanças ocorreram na comunicação organizacional e, com elas, a inserção das mídias sociais como canal de comunicação. Nos dizeres de Nakazato (2017), tais tecnologias, cada vez mais, fazem parte do cotidiano das pessoas, as quais estão conectadas por meio de redes sociais na Internet. Nesse sentido, o autor expõe que o modelo linear de comunicação,

de um para todos, passou a ser o modelo em rede, de todos para todos, o que tem modificado significativamente a maneira pela qual as organizações promovem o relacionamento com seus públicos estratégicos. O cenário muda com as plataformas digitais, pois é desintegrado e desvinculado dos antigos modelos de circulação das mensagens. Assim, a descentralização da informação possibilita diversas interações que modificam os fluxos de poder, agora também oferecido aos públicos; por isso, as funções do receptor e emissor não se diferenciam mais, ambos assumem os mesmos papéis nas redes (QUINCOSES, 2016).

Nos dizeres de Quincoses (2016), a internet, por meio dessas mídias, proporciona uma multiplicidade de ações abrangentes e ativas, com relação a mais qualidade e intensidade nos espaços de interação, por isso, as organizações precisam ser rápidas em suas respostas. O feedback instantâneo é um atributo da comunicação digital que pode contar com alguns meios disponíveis, tais como atendimento on-line, fóruns, messengers, chats e outros.

As mídias sociais, redes e canais digitais ganham força e tornam-se uma realidade nas organizações. Um exemplo de aplicação ocorre com as incubadoras de empresas, “entidades que têm por objetivo oferecer suporte a empreendedores para que eles possam desenvolver ideias inovadoras e transformá-las em empreendimentos de sucesso” (ANPROTEC, 2019, s. p.), sendo exemplos para as organizações nascentes de como as mídias sociais podem ser um canal de comunicação direto, eficaz e de menor custo para levar a mensagem ao público estratégico.

Pelo exposto, torna-se fundamental definir o que são as mídias sociais. Para Recuero (2009), a mídia social é o ambiente digital onde as redes sociais se firmam como espaços de relacionamento. Nos dizeres da autora, é social pois permite a apropriação para a sociabilidade, por meio da construção do espaço social e da interação com outros autores. Nakazato (2017) afirma que a apropriação do ambiente digital é para a transmissão de informações e que as potencialidades de interação e relacionamento são subutilizadas.

Nesse sentido, compreende-se que as mídias sociais adotadas pelas organizações são ambientes para produção, transmissão e trocas de informações, em que o foco não está somente na instituição, mas nas pessoas como consumidoras de produtos e produtoras de conteúdos (RECUERO, 2009). Assim, o contexto tecnológico leva as organizações a repensarem estratégias de comunicação exclusivas para o ambiente digital. A autora ressalta que as ações estratégicas de comunicação nas mídias sociais deveriam ser pensadas para consumidores ativos e participantes do processo comunicacional das organizações.

Nesse sentido, a pesquisa abordada neste trabalho, de caráter descritivo-comparativo, partiu do interesse em analisar a utilização das mídias sociais no Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (CEEIM), em Murcia, Espanha, e no Centro de Incubação de Atividades Empreendedoras (CIAEM), em Uberlândia, Brasil. O objetivo foi avaliar quais as mídias sociais utilizadas pelas referidas incubadoras e a forma como têm gerenciado a comunicação nesses canais digitais, para identificar se as referidas

incubadoras utilizam as mídias sociais como meio de comunicação estratégico. Assim, foi realizada uma pesquisa documental, baseada em informações solicitadas/transmitidas, via correio eletrônico, para as coordenações do CEEIM e do CIAEM, com perguntas envolvendo:

- Uso de mídias sociais;
- Responsabilidade pela comunicação via mídias sociais;
- Menção a estratégias de comunicação no regimento e, consequentemente, a mídias sociais;
- Adoção de estratégias em mídias sociais; e
- Importância das mídias sociais para a comunicação da organização.

A partir das respostas aos questionamentos realizados, foi possível identificar que tanto CEEIM quanto CIAEM utilizam mídias sociais para comunicação com seus públicos, sendo que ambas têm perfis no Facebook, Instagram e LinkedIn, enquanto o CEEIM também utiliza o Google MyBusiness, como exposto no Quadro 1.

Com relação ao responsável pelas mídias sociais (Quadro 2), o CEEIM conta com uma empresa externa contratada para a função de Community Manager e uma

peessoa com atuação interna responsável pela comunicação direta com tal empresa. A gestão das mídias sociais é exclusiva da empresa externa, mas as diretrizes são geradas pela equipe do CEEIM e conduzidas a partir do responsável interno. Além disso, o CEEIM adotou um grupo no aplicativo de mensagens Whatsapp para que a equipe envie conteúdos referentes a

suas atividades. Já o CIAEM tem como responsável a Gestora em Ciência e Tecnologia, bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG), que exerce a função de gerente da incubadora. Vale ressaltar que a bolsista é graduada em Administração e não tem conhecimento específico em mídias sociais.

CEEIM	CIAEM
Facebook	Facebook
Instagram	Instagram
Linkedin	Linkedin
Google MyBusiness	X

Quadro 1 – Mídias sociais utilizadas por CEEIM e CIAEM. *Fonte: Pesquisa/Elaboração Própria*

CEEIM	CIAEM
Empresa externa contratada	Gestora em Ciência e Tecnologia, bolsista FAPEMIG.
Pessoa interna que é a ponte entre a equipe CEEIM e a empresa externa contratada	

Quadro 2 – Responsável pelas Mídias Sociais no CEEIM e CIAEM. *Fonte: Pesquisa/Elaboração Própria*

Com relação à menção das estratégias de utilização das mídias sociais no

regimento da incubadora, o CEEIM desenvolveu um plano de comunicação

especialmente voltado para as mídias sociais, onde distigue vários canais:

- Redes sociais: o objetivo é estar em contato direto com o público-alvo, assim como gerar e circular conteúdo, de maneira ágil, com grande potencial de aceitação.
- Web CEEIM: elaboração de notícias diretamente relacionadas com as atividades da incubadora, assim como conteúdos relacionados.

Costuma usar sempre em redes sociais os links de notícias do site (Figura 1), para circulação.

- Comunicados de imprensa aos meios de comunicação: comunicação de natureza mais institucional são enviadas diretamente para publicação, tanto em veículos de imprensa digital quanto não digital.

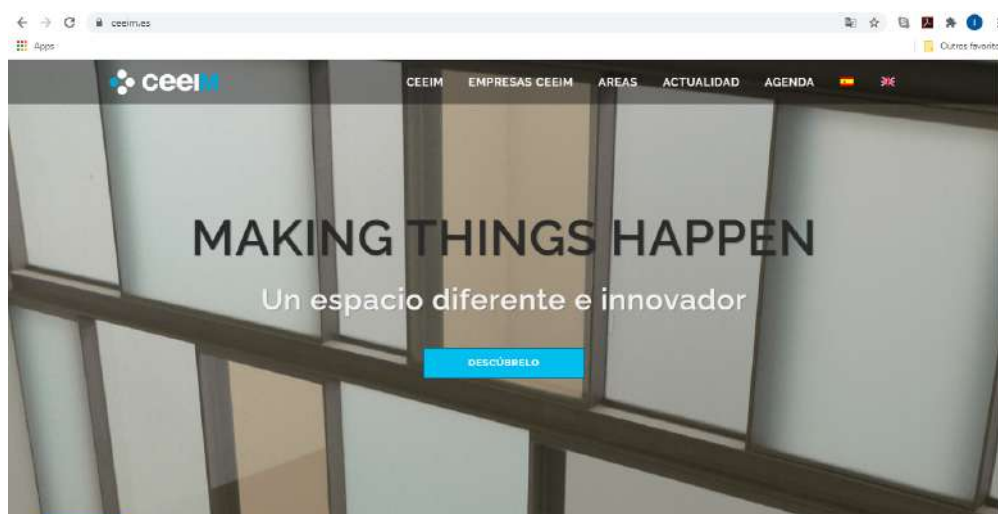


Figura 1 - Site do CEEIM. Fonte: CEEIM(2020)

Por outro lado, o CIAEM possui regimento, mas o documento não contempla nenhum artigo sobre estratégia de comunicação em mídias sociais.

Quanto às estratégias de utilização das mídias sociais, segundo a coordenação do

CIAEM, até o primeiro trimestre de 2020, a incubadora utilizava a estratégia de frequência de postagem na página do Facebook (Figura 2), Instagram (Figura 3) e LinkedIn (Figura 4), três vezes por semana, e as publicações eram de conteúdos

relacionados a eventos, dúvidas sobre editais e explicações sobre o funcionamento da incubadora.



Figura 2 - Site do CEEIM. Fonte: CIAEM (2020a)

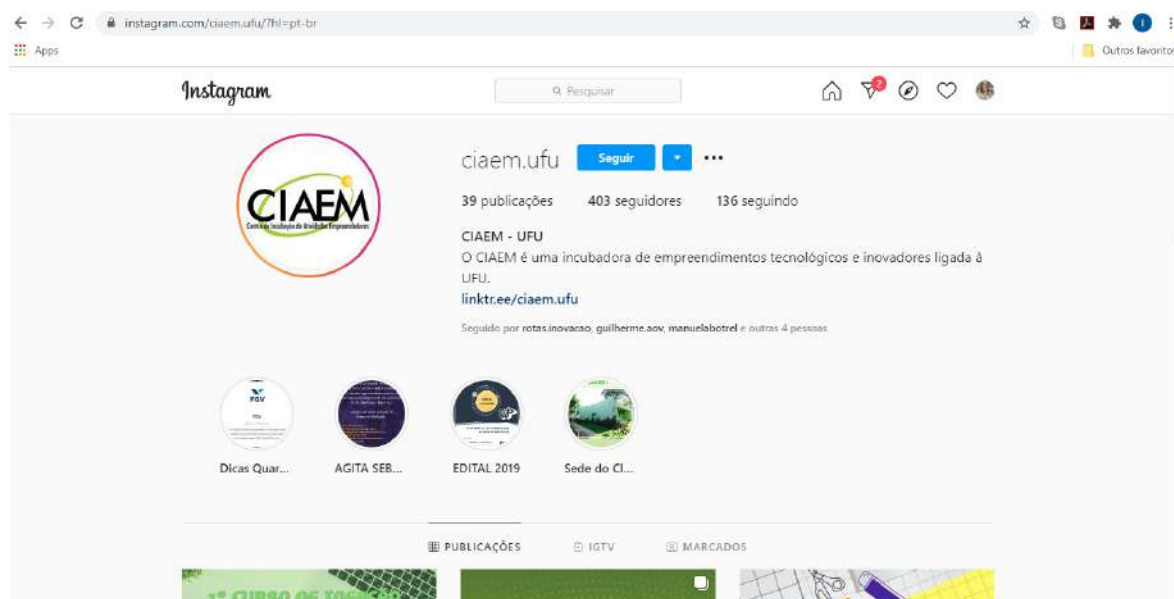


Figura 3 - Página do CIAEM no Instagram. *Fonte: CIAEM (2020b)*

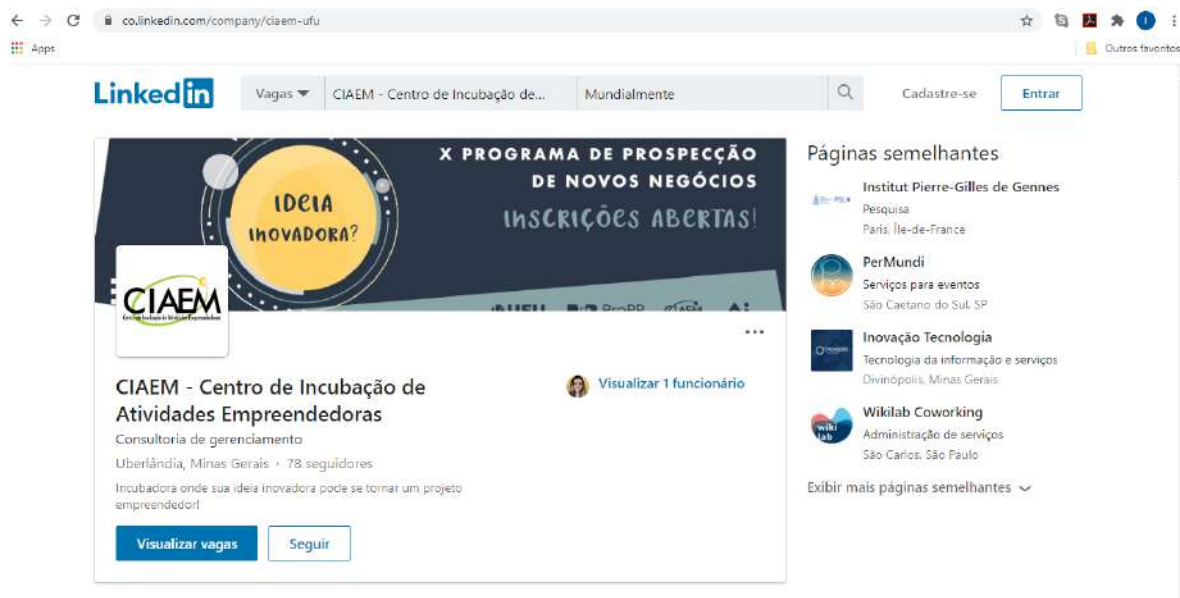


Figura 4 - Página do CIAEM no LinkedIn. *Fonte: CIAEM (2020c)*

Já o CEEIM adota a seguinte estratégia de utilização das mídias sociais:

- Opera as mídias sociais como meio de comunicação oficial em parceria com o site da incubadora;
 - Manutenção e gestão dos perfis da organização;
 - Respostas a perguntas, comentários, classificações e opiniões nas páginas do Facebook (Figura 5), Instagram (Figura 6) e LinkedIn (Figura 7);
 - Interação com clientes-alvo e organizações relacionadas;
 - Posicionamento a partir de perfis de mídia social;
 - Campanhas de publicidade ADS personalizadas e segmentadas, quando consideradas;
- e

- Preparação de relatórios e estatísticas mensais.



Figura 5 - Página do CEEIM no Facebook. Fonte: CEEIM (2020a)

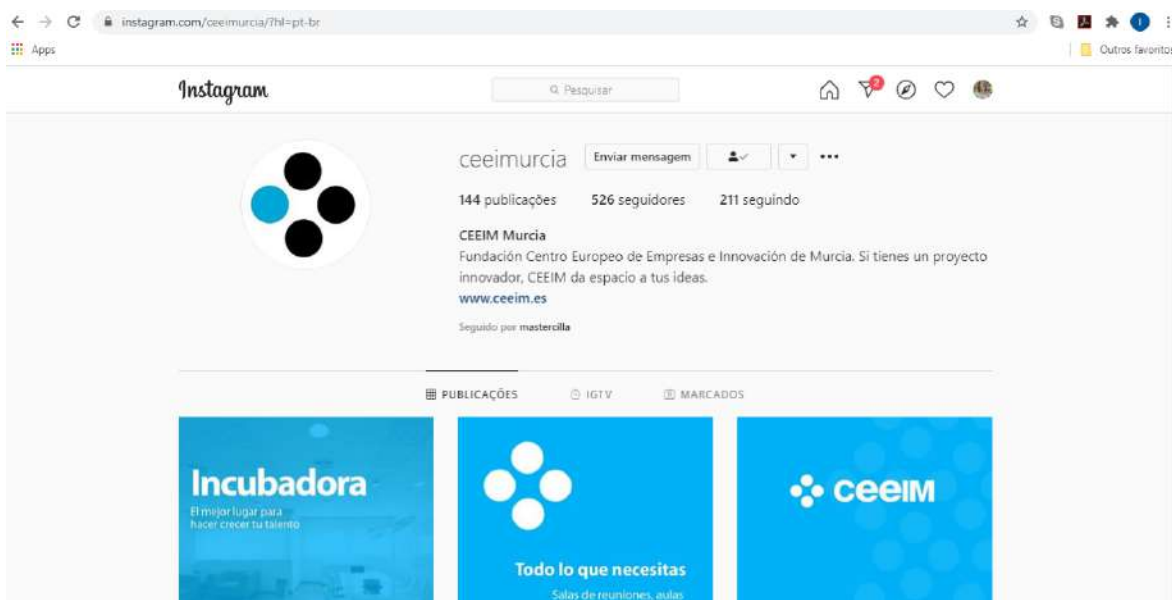


Figura 6 - Página do CEEIM no Instagram. *Fonte: CEEIM (2020b)*

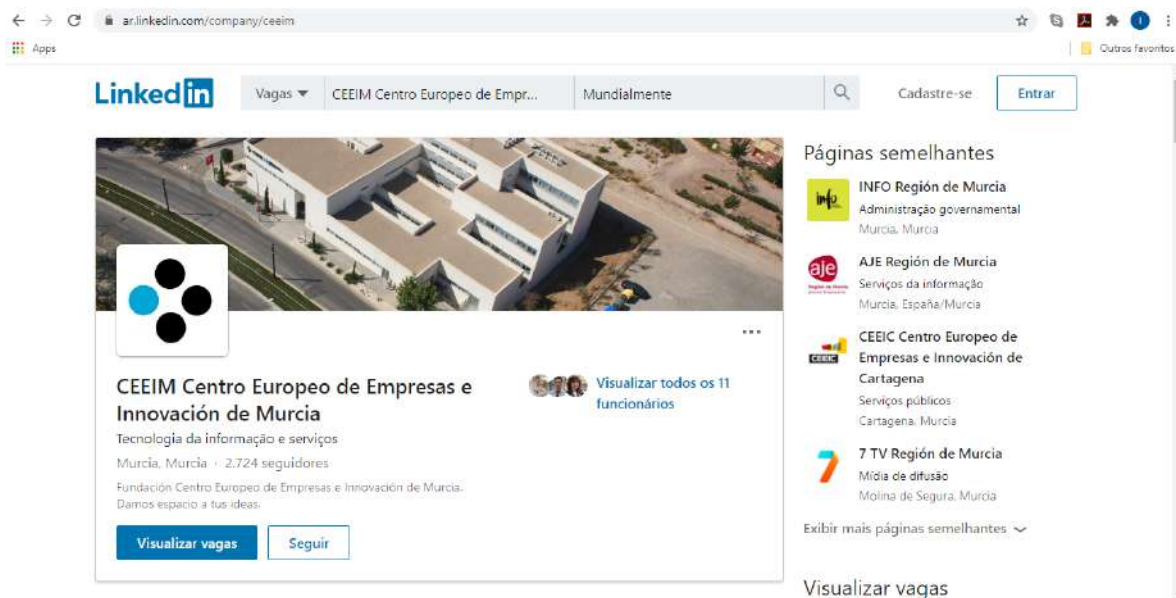


Figura 7 - Página do CEEIM no LinkedIn. *Fonte: CEEIM (2020c)*

Tanto CEEIM quanto CIAEM tratam as mídias sociais como um canal de comunicação fundamental para a organização, bem como uma ferramenta ágil e poderosa para tornar visíveis as atividades da incubadora.

Conclui-se que ambas as incubadoras reconhecem a importância das mídias sociais para a visibilidade da organização. Todavia, o CEEIM possui estratégias

consolidadas e efetivas para a utilização desses canais digitais, enquanto o CIAEM não possui nenhuma estratégia e nem um plano de comunicação voltado para as mídias sociais. Sugere-se, logo, que o CIAEM elabore um plano estratégico de comunicação digital, objeto do projeto de mestrado de uma das autoras. Para estudos futuros, serão analisados os fatores que influenciam a diferença de

utilização das mídias sociais entre CEEIM e CIAEM, a fim de verificar a influência da cultura, política e outros aspectos na Espanha e no Brasil com relação ao empreendedorismo e inovação por meio da comunicação estratégica nas mídias sociais, canais estes que são fundamentais para alavancar tais vetores.

Referências

Ambientes de Inovação (2019). ANPROTEC. Brasília. Recuperado em 22 de outubro, 2019, de <http://anprotec.org.br/site/sobre/incubadoras-e-parques>.

Centro de Incubação de Atividades Empreendedoras (2020). CIAEM. Uberlândia. Recuperado em 20 de junho, 2020, de <http://www.ciaem.ufu.br/>.

CIAEM - Centro de Incubação de Atividades Empreendedoras (2020a). Facebook. Recuperado em 5 de julho, 2020, de <https://www.facebook.com/CIAEM.ufu/>.

CIAEM - Centro de Incubação de Atividades Empreendedoras (2020b).

Instagram. Recuperado em 4 de julho, 2020, de <https://www.instagram.com/ciaem.ufu/?hl=pt-br>.

CIAEM - Centro de Incubação de Atividades Empreendedoras (2020c). LinkedIn. Recuperado em 4 de julho, 2020, de <https://co.linkedin.com/company/ciaem-ufu>.

Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (2020). CEEIM. Murcia. Recuperado em 5 de julho, 2020, de <https://www.ceeim.es/>.

CEEIM - Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (2020a). Facebook. Murcia. Recuperado em 5 de julho, 2020, de <https://www.facebook.com/ceeimmurcia>.

CEEIM - Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (2020b). Instagram. Murcia. Recuperado em 5 de julho, 2020, de <https://www.instagram.com/ceeimurcia/?hl=pt-br>.

CEEIM - Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia (2020c). LinkedIn. Murcia. Recuperado em 5 de julho, 2020, de <https://ar.linkedin.com/company/ceeim>.

Nakazato, Michele (2017). O uso de mídias sociais como recurso estratégico de Comunicação em instituições públicas

federais de ensino de Mato Grosso do Sul. Dissertação. 211 p. Campo Grande, MS.

Quincoses, Cândice (2016). Mídias sociais digitais: espaço de relacionamento e comunicação estratégica. Dissertação. 143 p. São Bernardo do Campo, SP.

Recuero, Raquel (2009). Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina.

Fake News, políticas e interacciones Simbólicas online de estudiantes de comunicación social de la Universidad Del Tolima, Colombia

Notícias falsas políticas e interações simbólicas online de estudantes de comunicação social da Universidade de Tolima, Colômbia

Political fake news and online symbolic interactions of social communication students of Universidad del Tolima, Colombia

César Augusto Gaviria Cuartas ¹⁸

Resumen: Este escrito plantea un avance del análisis exploratorio de la relación entre maneras cotidianas de relacionamiento en un grupo de futuros profesionales de la Comunicación y motivaciones por las cuales ellos reproducen noticias falsas políticas en línea entre familiares y amistades. Para ello se empleó la perspectiva teórica del interaccionismo simbólico y se aplicaron encuestas para indagar la relación existente entre la emotividad contenida en las fake news relacionadas con hechos, instituciones o personajes políticos y las dinámicas de intercambio en línea de estudiantes del pregrado de Comunicación de la Universidad del Tolima (Colombia).

Palabras clave: Fake news, redes sociales, interaccionismo simbólico

Abstract: This writing presents an advance of an exploratory analysis of the relationship between daily ways of relating in a group of future professionals of Communication and the

¹⁸ Comunicador social-Periodista. Especialista en Ciencia Política. Magíster en Historia. Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Nacional de Colombia. Profesor asistente de la Universidad del Tolima. Coordinador del grupo de investigación Comunicación y Democracia, Universidad del Tolima (Colombia). Orcid. <http://orcid.org/0000-0003-0437-4395> ; e-mail: cagaviriac@ut.edu.co

motivations because they reproduce false political news online among their relatives and friends. For this, the theoretical perspective of symbolic interactionism was used and were applied surveys to investigate the relationship between the emotionality contained in fake news related to facts, institutions or political figures and online exchange dynamics of undergraduate students of Communication of Universidad del Tolima (Colombia).

Key words: Fake news, social networks, symbolic interactionism

Introducción

La amplia divulgación de *fake news* (noticias falsas) – y su consecuente popularización como expresión-, se ha convertido hoy en una de las principales preocupaciones de las escuelas de formación profesional en medios. Esto unido al desprestigio que desde tiempo atrás ha acompañado a una labor periodística afectada negativamente por “la percepción colectiva de una profesión y unas metodologías cuyo cometido principal es precisamente contribuir en forma protagónica a la construcción de verdades sociales” (Mazzone, 2018, p.127), le da aún mayor relevancia a esta preocupación si se tiene en cuenta que la información política falsa ha tenido innegables efectos

perjudiciales en las dinámicas democráticas en los últimos años.

Precisamente las redes sociales online son hoy canales de rápida difusión de noticias políticas, sobre todo aquellas que mueven la emocionalidad de sus usuarios. Esto es posible gracias a la compleja relación entre emoción y la transmisión social de las noticias, en particular porque los contenidos informativos que logran evocar mayor afectividad (como el temor, la ira, la ansiedad, el miedo, la tristeza, el humor o la admiración), tienen mayores posibilidades de ser compartidos repetidamente por los usuarios en red. Es más, el aumento en las posibilidades para generar vínculos sociales entre individuos a través de Internet, incrementa igualmente

la posibilidad de movilización masiva de emociones hacia fines que debilitan la diversidad de todo tipo.

Bases teóricas

Para Martínez, Segura y Sánchez (2011) son tres las principales características de la interactividad en línea que más relación tienen con el desencadenamiento de las emociones en el individuo:

- La inmediatez: relacionada con la rapidez o velocidad en recibir información y dar una respuesta, que a veces comporta una gran complejidad;
- La personalización: el usuario se halla en un contexto determinado, situación que influye directamente en la selección del momento, lugar y modo de acceso a la información;
- La participación: se invita continuamente a interactuar, a responder y a producir contenido.

Sumado a lo anterior, Mazzone (2018) expone tres transiciones que resumen el contexto comunicativo del mundo contemporáneo: uno, el paso de un escenario mediático tradicional a un escenario de plataformas online; segundo,

el paso de la periodicidad a la simultaneidad; y tercero, el paso del gatekeeping informativo a una masiva difusión informativa sin filtros lo que le ha dado un mayor carácter conversacional a la difusión de información. Sin embargo, habría que precisar que más que la desaparición de los filtros informativos, lo que se ha presentado es la aparición de formas privadas de filtraje, ya no fijadas por terceros idóneos sino por los consumos enlazados al acervo cultural, social o político de cada individuo.

Cass Sunstein (2003) trató de determinar la motivación detrás de tendencia de muchas personas a filtrar la información web que cotidianamente aprueban o no. Sunstein concluye que los usuarios adoptan consciente o inconscientemente filtros para la consulta y reproducción de información de cualquier tipo porque seguir las preferencias personales “ayuda a confiar” en la información que se recibe, al tiempo que evita admitir opiniones “inverosímiles, indefendibles o injustas” (p. 60).

Lo anterior se ve empeorado cuando, producto del aumento en la exposición a contenidos y múltiples fuentes de conocimiento en la web, se le dificulta cada vez más a los individuos el manejo de un gran volumen de información. Esta angustia la resuelven mejorando sus actividades digitales de personalización de los gustos y la sofisticación de los sistemas de recomendación especificadas con base en búsquedas previas y redes de afinidad social. En este contexto ha surgido lo que Sunstein ha denominado el "filtraje de colaboración" (*collaborative filtering*), un principio de actuación web en el que se priorizan los temas, asuntos y opiniones que surgen de las recomendaciones de terceros para que distintos actos, como comprar o informarse, sean más sencillos y efectivos.

No obstante, cualquier filtraje personalizado -sea social o tecnológico, o una combinación de ambos- corre el riesgo de convertirse en una forma de materializar los sesgos de confirmación, individuales o grupales. Es decir, Internet ha permitido que individuos apartados unos de otros por la distancia física, logren construir causas

comunes a través de la difusión online de todo tipo de informaciones, incluso rumores y especulaciones que en ocasiones sirven para inspirar el odio, el miedo o la paranoia. Esto ocurre, por ejemplo, en la difusión de las teorías conspirativas y los extremismos de todos los calibres. Igualmente, existen grupos religiosos que encuentran en esta estrategia una manera de conservarse, cohesionarse o reclutar nuevos miembros. Es tal el cerramiento que otros grupos, con otras perspectivas, existen solo para ridiculizarlos o deslegitimarlos.

Y es que la predominancia de la comunicación interpersonal -por encima de la comunicación intersubjetiva- hace que los sujetos proyecten en las redes virtuales sus subjetividades y modelos de mundo, interactuando principalmente desde sus lugares de construcción de sentido. Ello comprende interacciones en las que los individuos ejercen influencia recíproca a partir de las emociones que a cada momento les generan estos contenidos. Precisamente, desde el Interaccionismo Simbólico (Blumer, 1982), el ciberespacio vendría siendo un universo simbólico lleno

de interacciones, gestos significantes, símbolos y personas (resultantes de la relación de “el otro generalizado” y el “sí mismo”) que se encuentran en constante movimiento.

Recordemos que las tres premisas básicas del Interaccionismo Simbólico son: a) el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él; b) el significado de estas cosas se deriva de, o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo; c) los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso. Así entonces, en cada acto el individuo realiza un proceso interpretativo antes de actuar.

Blumer explica que en este proceso interpretativo el agente se indica a sí mismo “cuáles son las cosas hacia las que se encaminan sus actos”; es decir debe reflexionar por sí mismo cuáles son las cosas que revisten su particular significado. Esa reflexión es parte de un proceso social interiorizado, “puesto que el agente está

‘interactuando’ consigo mismo”, una auto-interacción que adquiere el carácter de proceso de comunicación propio de la vida social. Con base en lo anterior, este proceso interpretativo se convierte en una manipulación de significados pues “el agente selecciona, verifica, elimina, reagrupa y transforma los significados a tenor de la situación en la que se halla inmerso y de la dirección de su acto” (Blumer, 1982, p. 4). Con ello, la interacción social en línea se considera no como un mundo aparte, sino como un modo en que se entrecruzan la personalidad de los sujetos, su conducta tecnológica y la cotidianidad de la sociedad actual.

Por lo anterior podría afirmarse que las redes virtuales están fortaleciendo los sesgos personales que llevan a la consolidación de procesos de homofilia (más que de heterofilia) que refuerzan la idea de autoprotección de la realidad. La homofilia es definida en el Diccionario Conciso de Psicología APA (2010) como la “tendencia de los individuos que presentan alguna conexión social a mostrar ciertas afinidades, como semejanzas en antecedentes demográficos, actitudes,

valores, etc." (p.673). De igual forma, otros autores han definido la homofilia como un "hecho social por el que las personas tienden a tener más vínculos relacionales con otras que son similares en sus características sociales" (Verd, et.al, 2014, p.7). Esto suele suceder en la población juvenil, que surgen presiones sociales para crear o mantener agrupamientos en torno a identidades claramente diferenciables.

Lazarfeld y Merton (1954, citado por Verd, et.al, 2014) distinguieron entre *homofilia de valores* y *homofilia de estatus*. La primera se refiere a la similitud surgida de compartir aspectos cognitivos como interpretaciones, opiniones, valores, normas, etc. La segunda se refiere a las afinidades surgidas de encontrarse en una misma posición dentro de la estructura social (estrato socioeconómico, estatus social a nivel académico).

Algunas razones para la aparición del fenómeno de la homofilia son: el trato con gente de preferencias similares como forma de disminución de riesgos inesperados y aumento de ventajas prácticas; el sentimiento de pertenencia a

un colectivo lo que refuerza la confianza y la solidaridad. Lo anterior se ve particularmente confirmado en espacios digitales con clara carga política como, por ejemplo, las discusiones partidistas en Facebook en foros donde predominan personas con ideas semejantes. "La homofilia es una característica bien establecida de los foros de conversación en Internet, hasta el punto de que incluso el discurso ideológico hallado en los comentarios de las páginas de Facebook de los partidos responde a sectores radicales del partido titular del perfil" (Valera-Ordaz, et.al, 2018, p. 59)

Metodología y hallazgos

Aunque desde 2017 se ha dado un 'boom' en los estudios relacionados con las fake news -casi todos enfocados en el análisis cuantitativo de la circulación de noticias falsas-, son pocos los estudios que indagan las emociones detrás del intercambio de información entre sujetos replicadores en relación con sus actuaciones sociales y la difusión de información falsa en redes sociales.

Precisamente, la encuesta de esta indagación abordó diversas temáticas relativas a la difusión de fake news sobre política y las interacciones online de un grupo población estudiantil. Uno de sus objetivos se centró en rastrear la relación entre la formación profesional recibida por un grupo de universitarios y hasta dónde la emotividad que cargan estas noticias políticas puede influenciar en la aprobación y/o difusión de esta información.

En términos de aplicación del cuestionario, la accesibilidad a los estudiantes de los diez semestres del pregrado de Comunicación Social de la Universidad del Tolima, bajo una técnica de muestreo no probabilístico, hace de esta indagación de corte exploratorio un análisis de un grupo particular de jóvenes estudiantes de una carrera de Comunicación. Vale agregar que durante el mes de febrero de 2020 se realizó esta encuesta a 227 estudiantes de un total de 372, correspondiente al 61% de los estudiantes activos de dicho pregrado.

Teniendo como base que todos los encuestados hacían parte de un mismo

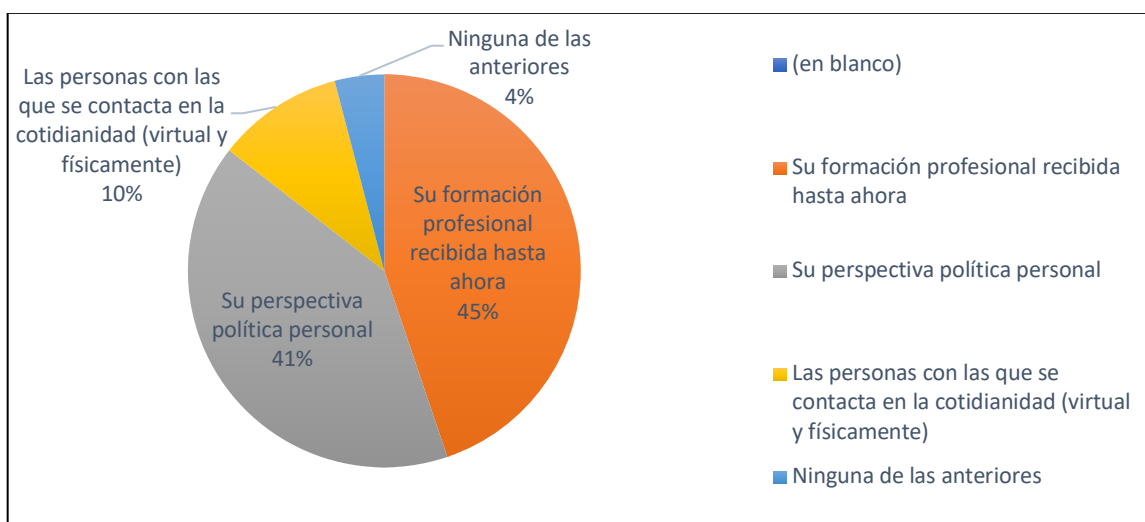
grupo poblacional, se tomó la variable 'Sexo' como elemento de análisis. En primer lugar, la encuesta mostró que el 76% de los encuestados considera que en el pregrado le ha brindado contenido teórico relacionado con modos y/o efectos de las noticias falsas en la democracia. Y el 88% de los encuestados aseveró que el pregrado le ha dado conocimientos para identificar la veracidad de la información política que circula en redes sociales virtuales.

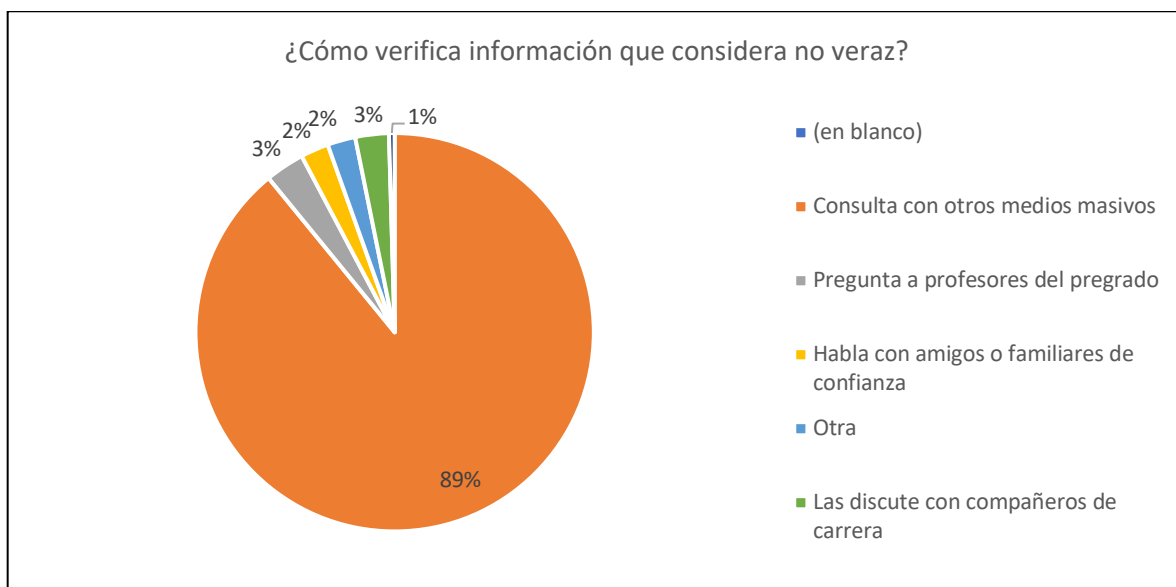
A la pregunta por el origen de su interés por la información sobre hechos y personajes políticos, los encuestados respondieron que dicho interés surge de la formación profesional recibida (45%), seguido por la perspectiva personal (41%), y en menor medida el contacto con personas en su cotidianidad (10%). Esto muestra el gran valor que los encuestados le otorgan a la formación en esta área profesional, la pertinencia en lo instruido y la aplicabilidad al ejercicio laboral.

Por otro lado, hay una fuerte tendencia en los encuestados a establecer la veracidad de dicha información, pero los

hombres muestran una mayor proclividad a verificar las noticias (92%) en comparación con las mujeres (85%). En este aspecto, llama la atención que la principal fuente de contrastación de información ante todo sean los mismos medios masivos de

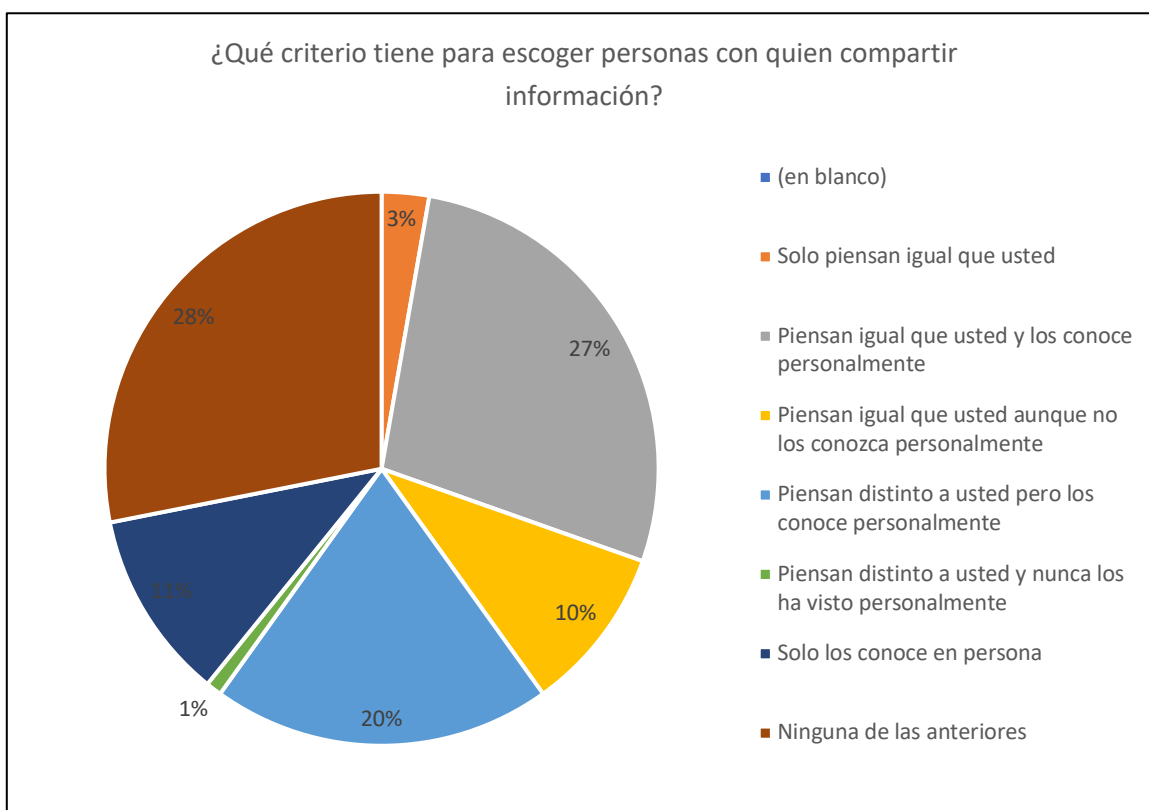
comunicación (89%), y difícilmente sean personas con quienes tengan algo grado de familiaridad o que conozcan en la presencialidad (familiares, amigos, profesores).





Cuando se indagó acerca del criterio para escoger los contactos a quienes los encuestados enviarían alguna información relacionada con política, un segmento contestó que prefiere enviar información a personas que conozca presencialmente (11%), pero otro segmento mayor mostró inclinación a compartir información con quienes solo se tiene coincidencia

ideológica (30%), priorizando con ello la afinidad política en línea por encima de la presencialidad con las personas que puedan compartir dicha coincidencia. Esto evidencia un fuerte debilitamiento de la presencialidad como elemento determinante al momento de compartir y discutir información política en redes virtuales.



Así mismo, aunque una clara mayoría de los encuestados sabe de la existencia de información falsa (99%), hay una marcada tendencia a reenviar la información de política que les llega a través de redes sociales: solo el 32% de los encuestados no la reenvía. Conectado con lo anterior, es llamativo que gran parte de los encuestados haya respondido que no estaría dispuesto a replicar información falsa de un líder político, a pesar de no ser un líder de sus afectos (85%), pero luego la

mayoría de ellos haya reconocido que la emoción que les pueda despertar una información política (alegría, miedo, ira, tristeza) podría llegar a influir en su decisión de reenviarla o publicarla en redes digitales (79%). Esto muestra que, a pesar de la formación académica recibida a lo largo de la carrera, ello no elimina completamente la posibilidad que estos universitarios repliquen información política falsa.

Conclusiones

Las dinámicas de comunicación interpersonal online de individuos que pertenecen a un contexto y/o a una labor específica (como es el caso de los estudiantes del programa de Comunicación de la Universidad del Tolima), los lleva a tomar decisiones cotidianamente basados no sólo en conocimientos profesionales sino en intereses, necesidades o expectativas individuales o sociales. En tal sentido, el análisis psicosocial y cultural a través de encuestas mostraría que la capacidad de aprobación y replicación de una información política estaría enlazada a su capacidad de despertar la emotividad individual de quien la recibe o difunde.

En estas redes se han generado fuertes procesos grupales de cerramiento ideológico basados en opiniones e informaciones inspiradas en sesgos de confirmación de corte político a través de un filtraje que resulta de las referencias, opiniones y sugerencias relativas a una misma tendencia. En otros términos, debido a las altas posibilidades de fortalecimiento de parcialidades doctrinarias, desinformación e incluso la

ignorancia compartida dentro de un sector poblacional termina por generar un número limitado de razonamientos, todos en una misma dirección ideológica. Lo anterior confirmaría una homofilia digital evidenciada en afinidades entre intervinientes (en nuestro caso, intercambios comunicativos cotidianos de jóvenes universitarios) que se insertan en dinámicas sociales redundantes tendientes a fortalecer la identidad de grupo. Aunque no se descartan momentos de heretofilia (divergencia en opiniones) dentro de este grupo social, la homofilia predomina.

El apresuramiento al momento de decidir la difusión de una información política también haría que estos futuros periodistas y comunicadores incurran en errores de apreciación y divulgación a pesar de los conocimientos profesionales hasta entonces acumulados. Es decir, en ellos la condición de seres humanos, ciudadanos y especialistas de la información se combinaría indistintamente al momento de enfrentar la desinformación generada por terceros anónimos en línea, lo que los haría igualmente vulnerables que cualquier otro ciudadano sin formación

especializada. Un fenómeno que debería llevar a las escuelas de periodismo y comunicación a profundizar en espacios educativos para la identificación de fakes news y la reflexión sobre los efectos nocivos de la desinformación en los procesos sociales del presente. Más específicamente, las escuelas de periodismo deberían animar en los nuevos profesionales el reconocimiento de las emociones que en ocasiones mueven la vida diaria como una forma de reducir su influencia en la difusión de información. Es hacer consciente al estudiantado que la replicación de información debería considerar seriamente que detrás de la emoción generada por una información sobre política se encuentra implícita la intencionalidad o propósitos que hayan tenido quienes la crearon o pusieron en circulación.

Referencias

- Blumer, Herbert (1982). El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Barcelona, Hora
- Bourdieu, Pierre. (1990). *La opinión pública no existe*. [1972] *Sociología y cultura*, 239-250.
- Bryman, A. y Teevan, James J. (2005). *Social Research Methods*. Oxford, Canadá: Oxford
- Cabrera, Daniel (2010). *En defensa de las encuestas*. Postdata, 15 (2). pp. 191-216
- Castells, Manuel (2008). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* [1997]. Madrid, Alianza
- D'Adamo, Orlando, García Beaudoux, Virginia, y Freidenberg, Flavia (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. España, Mc Graw Hill
- Tovar Sosa, Marco Antonio – director- (2010). *Diccionario Conciso de Psicología APA*. México, El Manual Moderno
- Galan Machío, Agustín (2016). *Agnotología: sociología de los campos de ignorancia y de los sujetos de su producción social*. España, Universidad Complutense de Madrid
- Garza Guzman, Marta Rosalía (2009) *La comunicación interpersonal dentro del campo académico de la comunicación: pautas para una sistematización*. En:

Global Media Journal México, Vol. 6, No. 12, pp. 49-70

Gutiérrez, Silvia y Plantin Christian (2010). *Argumentar por medio de las emociones: La campaña del miedo del 2006*. En: Versión. Estudios de comunicación y política. No.24. México, UAM Xochimilco, pp. 41-69

Gutiérrez Vidrio, Silvia y Reyna Ruiz, Margarita (2015). *El papel de las emociones en la incitación al consumo. Análisis de un programa radiofónico de corte religioso*. En: Nueva época, No. 23, enero-junio, pp. 125-147.

Keen, Andrew (2007). *The cult of the amateur: how today's internet is killing our culture*. Estados Unidos, Doubleday

Lazarfeld, Paul y Merton, Robert (1964). *Friendship as social process*.

Martínez, Estrella; Segura, Rosario y Sánchez, Lourdes (2011). *El complejo mundo de la interactividad: emociones y redes sociales*. En: Revista Mediterránea de Comunicación, Vol. 2 pp. 171-190

Mazzone, Daniel (2014). *Audiencias inteligentes, agendas múltiples: ¿más o menos democracia?: Renovación de las formas deliberativas en la mediatización del siglo XXI*. En: Extraprensa. Vol. 8, No. 15

_____ (2018). *De los medios a las plataformas. Del control del gatekeeping a la conversación descontrolada*. En: Contratexto, No. 29, enero-junio, pp. 121-143

Monzón, Cándido (2008). *El hombre espectador en la cultura de masas: Opinión pública y medios de comunicación*. En: Capellán, Gonzalo-editor-. Opinión pública: Historia y presente. España, Trotta. pp. 207-225

Nazar Archorena, Benito (2012). *La opinión pública*. EN: Prudentia Iuris: Revista de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires. No. 73, junio de 2012, pp. 211-222

Nikolov, Dimitar; Oliveira, Diego F. M.; Flammini, Alessandro; y Menczer, Filippo

(2015). *Measuring Online Filter Bubbles*.
En: PeerJ Computer Science, Vol 1, No. 34

Price, Vicent (1994). *La opinión pública: Esfera pública y comunicación* [1992].
Barcelona, Paidós

Rizo García, Marta (2015). *Interacción y emociones. La microsociología de Randall Collins y la dimensión emocional de la interacción social*. En: Psicoperspectivas. Individuo y sociedad, Vol.14 No. 2, pp.51-61

Sauvy, Alfred (1971). *La opinión pública* [1967]. Barcelona, Oikos-Tau

Sunstein, Cass (2003). *Republica.com: Internet, democracia y libertad*. Barcelona, Paidós

Tomasini, Marina Edith (2010). *Un viejo pensador para resignificar una categoría psicosocial: George Mead y la socialización*.
En: Athenea Digital, No. 17, pp. 137-156

Valera-Ordaz, Lidia; Calvo, Dafne; López-García, Guillermo (2018). *Conversaciones políticas en Facebook: Explorando el papel de la homofilia en la argumentación y la interacción comunicativa*. En: Revista Latina de Comunicación Social, No. 73, pp. 55-73

Verd, Joan Miquel; Lozares, Carlos; Cruz Gómez, Irene; y Barranco, Oriol (2014). *La homofilia/heterofilia en el marco de la teoría y análisis de redes sociales. Orientación metodológica, medición y aplicaciones*. En: Metodología de Encuestas. Vol. 16 pp. 5-25

Comportamientos de uso de las redes sociales entre adolescentes: la influencia del género

Comportamentos do uso de redes sociais entre adolescentes: a influência de gênero behaviors of use of social networks among adolescents: gender influence

Beatriz Catalina-García¹⁹

M^a Cruz López De Ayala-López²⁰

Yolanda Pastor Ruiz²¹

Palabras Clave: Redes Sociales, Adolescentes, Usos digitales.

Key words: Social networks, Adolescents, Digital uses.

¹⁹Beatriz CATALINA-GARCÍA. Universidad Rey Juan Carlos. Doctora en Periodismo. España. beatriz.catalina@urjc.es.

²⁰M^a Cruz LÓPEZ DE AYALA LÓPEZ. Universidad Rey Juan Carlos. Doctora en Ciencias de la Comunicación. España. mariacruz.lopezdeayala@urjc.es

²¹Yolanda PASTOR-RUIZ. Universidad Rey Juan Carlos. Doctora en Psicología. España. yolanda.pastor@urjc.es

Edutubers: reconfigurações dos modos de lecionar a partir do uso das plataformas de redes sociais

Edutubers: reconfiguraciones de formas de enseñar a partir del uso de las plataformas de redes sociales

Edutubers: reconfigurations of ways of teaching from the use of digital social networks

Bianca S. Biadeni²²

Gisela G. S. Castro²³

Resumo: Este trabalho investiga as interfaces entre comunicação e consumo em canais educacionais no YouTube. Como objeto, analisou-se o conteúdo e as estratégias midiáticas empregadas por professores considerados influenciadores digitais.

Palavras-chave: comunicação, modos de estudar, redes sociais digitais, YouTube

Resumen: Este artículo investiga las interfaces entre comunicación y consumo en canales educativos en YouTube. Como un objeto, se analizaron las estrategias de contenidos y los medios empleados por los profesores consideran influyentes digitales.

Palabras Clave: comunicación, formas de estudiar, redes sociales digitales, YouTube

Abstract: This paper investigates the interfaces between communication and consumption in educational channels on YouTube. As an object, we analyzed the content and media strategies employed by teachers considered digital influencers.

Key words: communication, ways of studying, digital social networks, YouTube

²² Bianca S. Biadeni. Mestranda na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, Brasil.
biancabiadene@gmail.com

²³ Gisela G. S. Castro; Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo; Doutora em Comunicação e Consumo;
Brasil. castro.gisela@gmail.com

Contexto de uso de dispositivos móveis para acesso a notícias

Contexto de uso de dispositivos móveis para acesso a notícias

Context of the use of mobile devices for news access

Tássia Becker Alexandre²⁴

Resumen: Este trabajo discute el consumo móvil de productos periodísticos y el contexto de uso de smartphones y tabletas para acceso a noticias a través del relato de procesos de una tesis doctoral en curso.

Palabras Clave: Dispositivos móviles, Acceso a noticias, Contexto de uso.

Resumo: Este trabalho debate o consumo móvel de produtos jornalísticos e o contexto de uso de smartphones e tablets para acesso a notícias através do relato de processos de uma tese de doutorado em andamento.

Palavras-chave: Dispositivos móveis, Acesso a notícias, Contexto de uso.

Abstract: This paper discusses the mobile consumption of journalistic products and the context of the use of smartphones and tablets to access news through the report of processes of an ongoing doctoral thesis.

Key words: Mobile devices, News access, Context of the use.

²⁴ Tássia Becker Alexandre, Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCC/Unisinos), doutoranda, Brasil, tassia.becker@gmail.com.

Técnicas de co-creación dentro de la formación profesional en Comunicación para la generación de proyectos transmediales

Técnicas de co-criação na formação profissional em Comunicação para a geração de projetos transmídia

Co-creation Techniques within Professional Training in Communication for the Generation of Transmedial projects

María Cristina Pinto Arboleda²⁵

María Isabel Zapata Cárdenas²⁶

Luis Eduardo Gómez Vallejo²⁷

Resumen: Las dinámicas de transformación en la formación profesional deben responder a los diferentes cambios propuestos en un contexto marcado por los desafíos que en la formación en comunicación están determinados entre otros aspectos: por la sociedad digital, los ambientes colaborativos para la generación de productos, y la realidad local que se desdibuja y reconfigura con el espacio global. Entendiendo estas transformaciones, se desarrolla un ejercicio investigativo entre las Facultades de Comunicación de Colombia (Universidad de Medellín) y España (Universidad Complutense de Madrid) donde a través de la generación de productos creativos, los investigadores-docentes buscan explorar técnicas de trabajo pedagógico que respondan a los desafíos de la sociedad donde los estudiantes van a desempeñarse, y cuyo producto de desarrollo tecnológico es una narrativa transmedia

²⁵ María Cristina Pinto Arboleda. Universidad de Medellín, PhD. Comunicación, Cambio Social y Desarrollo, Colombia, mcpinto@udem.edu.co

²⁶ María Isabel Zapata García. Universidad de Medellín, Maestría en Comunicación Digital, Colombia, mizapata@udem.edu.co

²⁷ Luis Eduardo Gómez Vallejo. Universidad EAFIT, Maestría en Comunicación Transmedia, Colombia, lgomez21@eafit.edu.co

denominada *Universum Habitado* (www.universumhabitado.com). En este capítulo se presenta principalmente el diseño metodológico y algunos de los resultados obtenidos en el caso de la Universidad de Medellín.

Palabras Clave: Co-creación, Transmedia, Autoetnografía Digital.

Abstract: The dynamics of transformation in professional training must respond to the diverse changes proposed in a context marked by the challenges that, in communication training, are determined by, among other aspects, digital society, collaborative environments for the generation of products, and a local reality that is blurred and reconfigured by the global space. Understanding these transformations, the research project described here is developed as a joint exercise between communication schools from Colombia (University of Medellín) and Spain (Complutense University of Madrid), where the researchers-teachers seek, through the generation of creative products, to explore pedagogical work techniques that respond to the challenges posed by the society where students will develop as professionals, and whose product of technological development is a transmedia narrative called *Universum Habitado* (www.universumhabitado.com). This chapter mainly presents the methodological design and some of the results obtained in the case of the University of Medellín.

Key words: Co-creation, Transmedia, Digital Autoethnography.

Resumo: As dinâmicas de transformação na formação profissional, respondem às diferentes mudanças feitas em contextos marcados pelos desafios que, na formação em comunicação, são determinados por alguns aspectos como a sociedade digital, os ambientes colaborativos para a produção e pela realidade local que desenha e reconfigura o espaço global. Tendo em vista ditas transformações, é desenvolvido um exercício investigativo entre a Faculdade de Comunicação da Universidade de Medellín (Colômbia) e a Faculdade de Ciência da Informação da Universidade Complutense de Madri (Espanha), nas quais, a través da geração de produtos criativos, os pesquisadores-professores tentam explorar técnicas de trabalho pedagógico que dêem conta dos desafios das sociedades onde os futuros profissionais irão trabalhar. O produto de desenvolvimento tecnológico é uma narrativa transmídia chamada

Universum Habitado (www.universumhabitado.com). No seguinte capítulo é apresentado o desenho metodológico e alguns dos resultados na Faculdade de Comunicação da Universidade de Medellín.

Palabras-Chave: Co-criação, Narrativa transmídia, Autoetnografia Digital

O fã em um universo de influenciadores digitais: novos atravessamentos comunicativos entre a comunidade e a franquia

El fan en un universo de influencers digitales: nuevos arreglos comunicativos entre la comunidad y la franquicia

The fan in a universe of digital influencers: new communicative arrangements between the community and the franchise

Marina Paula Darcie²⁸

Resumo: A Internet tem se configurado como um espaço de cultura participativa e nota-se que a aceleração dos fluxos comunicativos acentua o papel do fã na disseminação da imagem de seu ídolo ou do universo adorado. Foi observado, nas duas últimas décadas, que muitos fãs de franquias variadas passaram a utilizar de suas redes sociais para expor sua produção, opinião, posicionamento e compartilhar suas impressões pessoais com seus pares e demais integrantes do *fandom*. Neste trabalho, interessa-nos compreender de que maneira os influenciadores digitais tornam-se intermediários que aumentam os pontos de contato entre fãs-fãs e fãs-universo, adicionando novos atravessamentos comunicativos a essas interações, uma vez que seus canais configuram-se um ambiente para trocas simbólicas e discussões. Para tanto, foi adotado como corpus de análise a comunidade de fãs de *League of Legends* e, buscando atender os objetivos da pesquisa, a metodologia é a aplicação de um questionário semiestruturado *online*, compartilhado de forma espontânea nas redes sociais.

²⁸ Marina Paula Darcie – doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Brasil. marinapdarcie@gmail.com

Palavras-Chave: Cultura de Fã, Produção de Fã, Influenciadores Digitais, League Of Legends.

Abstract: The internet has been configured as a space for participatory culture and it is noted that the acceleration of communicative processes in the connected society accentuates the role of the fan in the dissemination of the image of his idol or of the universe he adores. It was observed, in the last two decades, that many fans of different franchises started using their social networks to expose their production, opinion, positioning and share their personal impressions in relation to the universe adored with their peers and other members of the fandom. In this work, we are interested in understanding how digital influencers become intermediaries to increase the contact between fans-fans and fans-universe, adding new communicative arrangements to these interactions, since their channels are an environment for discussions. For that, the League of Legends fan community was adopted as a corpus of analysis and, in order to meet the research objectives, the methodology is the application of a semi-structured online questionnaire.

Key words: Fan Culture, Fan Production, Digital Influencers, League of Legends.

A relação dos ouvintes com a mídia radiofônica em um ecossistema digital²⁹

La relación de los oyentes con el medio radio en un ecosistema digital

The relationship of audience with radio in a digital ecosystem

Bárbara Avrella³⁰

Resumo: A partir da diversidade de ofertas de canais e conteúdos no contexto midiático atual, este trabalho objetiva analisar a relação de ouvintes do Rio Grande do Sul/Brasil com a mídia radiofônica no ecossistema digital, em que o sujeito ordena o seu rádio e o espaço que ele ocupará em seu cotidiano.

Palavras-chave: Mídia radiofônica, Ecossistema digital, Ouvintes.

Resumen: A partir de la diversidad de ofertas de canales y contenidos en el contexto mediático actual, este trabajo tiene como objetivo analizar la relación de los oyentes de lo Rio Grande do Sul/Brasil con los medios radiofónicos en el ecosistema digital, en que el sujeto ordena su radio y el espacio que ocupará en tu vida diaria.

Abstract: From the diversity of channel offerings and content in the current media context, this paper aims to analyze the relationship of audience of Rio Grande do Sul/Brazil with radio um a digital ecosystem, in which the people order his radio and the space it will occupy in their everyday life.

Key words: Radio, Digital ecosystem, Audience.

²⁹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

³⁰ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do RS. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Brasil. E-mail: barbara.avrella@edu.pucrs.br.

Comunicación y educación en red: una propuesta virtual de aprendizaje para el desarrollo de la inteligencia colectiva en entornos transmedia

Networked communication and education: a virtual learning proposal for the development of collective intelligence in transmedia environments

María Isabel Villa³¹

María Alejandra Lopera³²

Henry Alexander Gómez Florez³³

Valeria Zapata Giraldo³⁴

Resumen: Muchos de los MOOC (Massive Open Online Course) que abundan en las plataformas digitales como Coursera, Miráda X, Udemy, entre otras, han sido diseñados siguiendo las convenciones tradicionales del modelo educativo presencial. En numerosos casos, el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) no ha supuesto un cambio, sino una continuación de las prácticas ya existentes en entornos tradicionales desde hace más de medio siglo. El curso Inteligencia colectiva, conceptos, herramientas y aplicaciones para la educación virtual pretende distanciarse de las formas tradicionales de enseñanza y aprendizaje para expandir las capacidades intelectuales de los

³¹ María Isabel Villa, Universidad EAFIT, Doctora en Contenidos de Comunicación en la Era Digital, Colombia, mvilla@eafit.edu.co.

³² María Alejandra Lopera Velasquez, Universidad EAFIT, Aspirante a Doctora en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, Colombia, mloper12@eafit.edu.co

³³ Henry Alexander Gómez Florez, Universidad EAFIT, Aspirante a Magister en Educación de la Universidad Católica de Oriente, Colombia, halexander.gomez@udea.edu.co

³⁴ Valeria Zapata Giraldo, Universidad EAFIT, Magister en Comunicación Transmedia, Colombia, vzapata1@eafit.edu.co

individuos que forman parte de un colectivo³⁵. Los resultados de este caso de estudio muestran alternativas para diseñar procesos de aprendizaje apoyados en inteligencia colectiva, donde se favorece la agregación de contenidos, la descentralización y la motivación.

Palabras Clave: Transmedia, aprendizaje, digital, inteligencia colectiva.

Abstract: Many of the MOOC (Massive Open Online Course) that abound in digital platforms such as Coursera, Myriad X, Udemy, among others, have been designed following the traditional conventions of the classroom-based educational model. In many cases, the use of information and communication technologies (ICT) has not meant a change, but a continuation of the practices already existing in traditional environments for more than half a century. The course Collective intelligence, concepts, tools and applications for virtual education aims to distance itself from traditional forms of teaching and learning to expand the intellectual capacities of individuals who are part of a collective. The results of this analysis show alternatives to design learning processes based on collective intelligence which the aggregation of content, decentralization and motivation are favored.

Key words: Transmedia, learning, digital, collective intelligence

³⁵ Este curso está inscrito en la investigación *Desarrollo de un gestor de inteligencia colectiva y un marco de trabajo para el aprendizaje a través de la resolución colaborativa de problemas en entornos educativos transmediales*, cofinanciado con recursos del Programa Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Ciencias Humanas Sociales y Educación de Colombia.

Sororidade e práticas interacionais em campanhas de redes sociais durante a pandemia do novo coronavírus no Brasil

Hermandad y prácticas interactivas en campañas de redes sociales durante la nueva pandemia de coronavirus en Brasil

Sorority and interactional practices in social media campaigns during the new coronavirus pandemic in Brazil

Angie Biondi³⁶

Resumen: No início do isolamento social, durante a pandemia do novo coronavírus, pesquisas e estatísticas revelaram o aumento no registro de agressões às mulheres no ambiente doméstico em varios países. No Brasil, o confinamento familiar prolongado evidenciou a dimensão deste tipo de violência de gênero. Segundo o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, o Ligue 180 registrou aumento de mais de 9% em março. Logo, campanhas em favor da assistência às vítimas e apoio mútuo entre as mulheres se multiplicaram em sites de redes sociais sublinhando o protagonismo destes recursos, além da centralidade das “campanhas de hashtag” na configuração das expressões do feminismo contemporâneo. O objetivo deste texto é problematizar como tais formas de interação social midiaticizada buscaram articular práticas de sororidade durante a pandemia. O exercício de análise observa as postagens de uma das campanhas que circularam com a hashtag #vizinhavocenaostasozinha, entre março e abril de 2020.

Palavras-chave: Pandemia, Redes sociais, Sororidade.

³⁶ Angie Biondi, Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. Pós-doutorado pela Université du Québec à Montréal, Canadá. angiebiondina@gmail.com

Abstract: Since the beginning of social isolation, during the pandemic of the new coronavirus, research and statistics revealed an increase in the record of aggressions against women in domestic environment in several countries. In Brazil, prolonged family confinement has highlighted the dimension of this type of gender violence. According to data released by the Ministry of Women, Family and Human Rights, Ligue 180 registered an increase of just over 9% in March. Soon, several campaigns to assist victims and mutual support among women have multiplied on social networks, underlining the role of these resources, as well as highlighting the centrality of "hashtag campaigns". The purpose of this text is to analyze how these forms of mediatized social interaction sought to articulate sorority practices in this pandemic context. The analysis exercise focuses on the posts of one of the pioneering campaigns in Brazil which circulated on Instagram using the hashtag #vizinhavocenaostasozinha, between March and April 2020.

Key words: Pandemic, Social networks, Sorority.

Introdução

A fase mais restritiva do isolamento social, nos meses de março e abril de 2020, expôs o agravamento das situações de violência doméstica em diversos países. No Brasil, segundo dados divulgados pelo Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, o Ligue 180 (serviço de atendimento que recebe denúncias de

violência contra a mulher), registrou um aumento de pouco mais de 9% no mês de março³⁷. Na primeira quinzena do mês, a média diária de ligações foi de 3.045 com 829 denúncias registradas, e na segunda quinzena, entre os dias 17 e 25, foram recebidas 3.303 chamadas com 978 denúncias registradas. Segundo informações disponíveis no site do próprio

³⁷ Fonte: Agência Senado Federal. "Coronavírus: senadores alertam para violência contra a mulher durante isolamento", em 31.03.2020. Disponível em <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/03/31/coronavirus-senadores-alertam-para-violencia-contra-a-mulher-durante-isolamento>. Acesso em abril de 2020.

Ministério foram criadas campanhas para intensificar a divulgação dos canais de denúncia já existentes, como o Disque 190 (Polícia), além de reforçar a divulgação do Disque 180, no intuito de orientar as vítimas, e também alertar a população sobre o aumento das ocorrências em todo o país.

Ao lado das ações institucionais, outras formas de mobilização da sociedade civil crescem na busca por meios alternativos à abordagem e acolhimento aos casos de agressão durante a pandemia. Os sites de redes sociais têm se mostrado um tipo importante de recurso informativo-comunicacional usado para amplificar ações e campanhas, além de promover visibilidade ao problema. Campanhas em favor da assistência às vítimas e apoio mútuo entre mulheres se multiplicaram nas redes sociais sublinhando o protagonismo destes recursos e ambientes midiáticos, além de destacar a centralidade das campanhas de hashtag na configuração de ações políticas na atualidade.

Uma das primeiras campanhas de atendimento às vítimas durante o isolamento social foi criado pelo coletivo de

mulheres “AgoraÉQueSãoElas”. Tendo como ação principal criar uma rede solidária entre vizinhas baseada na escuta e apoio às vítimas, o coletivo pôs em circulação, pelo seu perfil no Instagram, postagens com textos e vídeos que explicavam como as mulheres poderiam ajudar e apoiar umas às outras destacando a importância da sororidade neste momento. Seu conteúdo foi compartilhado por usuárias e apoiadores, além de ser replicado em perfis em outras plataformas, como o Twitter e Facebook, destacando o entrecruzamento e a expansão de mensagens.

Centrado nestas observações, este texto compreende duas partes. A primeira traça uma breve revisão teórico-conceitual acerca da sororidade, e a segunda propõe uma articulação com o material empírico, no intuito de delinear uma análise preliminar deste tipo de dispositivo interacional, mobilizado através de sites de redes sociais, no quadro específico da campanha de hashtag intitulada #vizinhavocenaostasozinha, entre março e abril de 2020.

Sororidade: reflexão ou prática feminista?

As discussões sobre sororidade têm sido cada vez mais ampliadas pelas reflexões de pesquisadoras, e pelas discussões promovidas por atividades dos movimentos feministas contemporâneos (DEAN, 1995; GILL, 2007; LYSHAUG, 2006; COSTA, 2009). No entanto, uma breve revisão de literatura permite notar que seu debate foi marcado por duas grandes perspectivas.

A primeira vertente teórica se constitui no entendimento da sororidade como unidade essencialista, pois preconizava a existência de um conjunto de afetos e sentimentos (compaixão, piedade, empatia) considerado inerente às mulheres, ou ao tipo feminino. Esta noção de que haveria uma suposta "irmandade feminina" - de base biológica -, aproximava a sororidade de um sentimento moral capaz de justificar certo laço comum entre as mulheres, que possibilitaria que certas emoções e sensibilidades aproximativas se manifestassem em atitudes práticas, de modo a guiar o cuidado e o respeito mútuo. As mulheres, supostamente, teriam mais facilidade de se colocarem no lugar umas

das outras, ainda que vivenciassem situações e cotidianos bem diferentes.

Segundo Costa (2009), é preciso sublinhar que tal perspectiva foi alvo de intensas críticas dentro dos movimentos feministas dos anos 70 e 80, que indicaram entendimentos diferenciados à noção de sororidade de base unitária essencialista. Segundo ela, a sororidade, como visão de unidade biológica e generificada, foi intensamente debatida e revisada, onde os movimentos feministas redesenharam sua discussão orientando-a acerca dos contextos de homogeneização e de ocultação das diferenças e desigualdades como as únicas bases que compreendem as estruturas comuns de subalternidade conferidas às mulheres.

Assim, a reflexão acerca da sororidade começou a assumir outro patamar explicativo tanto das ações políticas no quadro feminista, quanto das relações interacionais entre as mulheres, que passou a ser pensado - ou precisa ser pensado hoje -, de modo a não promover apagamentos ou silenciamentos das diferenças nos enquadramentos políticos e ideológicos, de classe social, étnico-raciais, distâncias geracionais, entre outros.

Somente nos anos de 1980, a sororidade deixa de ser discutida em um demarcador de unidade biológica, essencialista, para outro de natureza político-cultural. Em parte, pelos abalos conceituais promovidos pela “terceira onda feminista”, que punha em pauta as pluralidades feministas, a crítica à universalidade do feminino e ao essencialismo, e que finalmente parece reverberar no pensamento e nas práticas feministas do final do século XX (COSTA, 2009, p.8).

Sem perder de vista as diferenças constituintes das condições sociais das mulheres a sororidade passava a ser compreendida como uma espécie de ação política modelada por forças aglutinadoras das relações aproximativas e intersubjetivas comuns, que eram tecidas pelas experiências de desigualdades e opressões contra mulheres, com a consciência de que são vivenciadas de maneiras diversas nas sociedades. O reconhecimento de que se compartilham as estruturas e modelos sistematizados, normalizados, de desigualdades fez com que o foco da crítica passasse a observar a realidade social, e não os essencialismos.

Atualmente, as discussões sobre a sororidade ainda mobilizam diferenciadas compreensões que ora enfatizam aspectos de uma suposta universalidade das vivências femininas, ora enfatizam as desigualdades e complexidades de pautas e lutas feministas.

Por uma análise da campanha #vizinhavocenaostazonha

A partir deste breve quadro teórico observamos como certas ações políticas, autodenominadas feministas, têm se mobilizado e buscado engajamento para suas ações em um ambiente reconhecidamente contraditório como as redes sociais. A escolha por este tipo de contexto deve-se à observação do seu uso contínuo como alternativa de comunicação e interação em meio ao isolamento social.

Vale a pena ressaltar que campanhas de hashtag são cada vez mais comuns no ambiente das redes. Este tipo de mobilização virtual tem como característica central o direcionamento do usuário para o conteúdo de mesmo tema. A cerquilha, símbolo utilizado no cabeçalho ou título, é transformada em um hiperlink que direciona para o conjunto de todo

conteúdo marcado com mesma hashtag. Este tipo de agrupamento de conteúdo e de usuários possibilita identificar seus perfis, e também registrar seu compartilhamento (Recuero, 2009).

Segundo Reis; Natansohn (2017, p.117), uma das características marcantes no uso das redes sociais em campanhas de hashtags, desde 2015, é a mobilização civil promovida por grupos e coletivos feministas com intuito de amplificar suas pautas e reivindicações. Segundo elas, o principal foco do ativismo online tem sido a violência sexual, seguido por reivindicações de autodeterminação sobre o corpo e outras pautas relacionadas à gênero. Outra característica neste tipo de campanha é a organização descentrada, multimodal e em rede transnacional, que perpassa diversos grupos e pautas de gênero ao redor do mundo. No entanto, ainda que sejam distintos em objetivos, estes grupos encontram no compartilhamento de hashtags um recurso comum de associação e reverberação de seus temas.

No caso específico do ativismo feminista, as hashtags geram algumas das experiências mais bem-sucedidas de mobilização no campo. Ora contribuem

para presionar o poder público na tomada de decisões, ora servem para dar visibilidade a causas da militância, ora se traduzem em campanhas de conscientização sobre relações de gênero, ora ajudam a sistematizar dados que referendem políticas públicas e, não menos importante, servem para promover encontros, partilhas de experiências e facilitar a solidariedade. (REIS; NATANSOHN, 2017, p. 119). Seguindo este propósito, o coletivo feminista “Agora é que são elas” criou a hashtag #vizinhavocenaostasozinha, que anima a campanha veiculada no Instagram.

Focada em duas ações principais, o Coletivo propõe que mulheres prendam um laço de qualquer cor, na porta, janela ou varanda das residências para que a vizinhança possa reconhecer que ali encontrará escuta e apoio para denunciar uma situação de violência. A segunda ação proposta é que a coleta de informações dos casos ocorridos sensibilize os governos locais, a fim de propor a transferência das vítimas para quartos de hotéis desocupados, de modo a assegurar, de imediato, um local seguro para as mulheres.

A partir do exercício descritivo de análise centrado no conteúdo do material veiculado propomos uma leitura crítica acerca do acionamento diferenciado deste tipo de mobilização civil que se baseia no recurso e ambiente midiático para compreender como articulam possíveis ações ou práticas que poderiam ser consideradas próprias da sororidade.

Através de informações coletadas no material, nota-se que a mídia se apresenta como uma propulsora de certo modelo normativo de sororidade na medida em que convoca as mulheres a participarem da campanha estabelecendo uma conduta pré-definida, pois suas ações precisam reproduzir apenas as indicações dadas. Destaca-se a ausência de cruzamento com orientações ou ações advindas de outras instâncias e/ou instituições para o registro de denúncias, a solicitação de atendimento ou outras formas de encaminhamento que, em geral, são prescritas, tais como, a chamada para o Disque 180, ou a procura por uma unidade da Delegacia Especializada no Atendimento à Mulher (DEAM) mais próxima. As hashtags adicionais que são apresentadas nos posts da campanha são majoritariamente

vinculadas ao próprio Coletivo e à hashtag temática Covid-19, sem articulação com outras hashtags que conduziram ao registro cruzado e expandido entre ações e instituições.

Quantitativamente, durante os meses de março e abril, embora o perfil do Coletivo tenha se mantido ativo, com 43 postagens em abril e 25 em março, apenas 7 postagens foram dedicadas à própria campanha. Todos os posts da campanha foram publicados no mês de abril com ênfase na primeira quinzena do mês. A partir do levantamento das postagens, alguns aspectos se destacam quanto ao conteúdo produzido: a) a configuração de um modelo relacional entre mulheres entendido como sororidade se apresenta a partir das elaborações do uso de marcadores dêiticos recorrentes nos pronomes pessoais empregados em todos os posts (“nós”, “você”, “precisamos”, “faça”); b) a acentuação de um enunciado de tipo apelativo e de convocação a um estado de alerta que posiciona as mulheres entre duas categorias opostas: vítimas e não vítimas; c) o emprego associado de célebridades que emprestam suas ações como exemplo a ser seguido reforçando

antigos estratos do distanciamento generalizante e dos modelos moralizantes que separam as instituições “apoiadoras” de uma causa das “vítimas” cotidianas que aparecem como números e estatísticas.

No que se refere ao uso do ambiente de redes sociais destacam-se: a) a centralidade midiática que transpassa a compreensão e/ou a prática de sororidade, isto é, a própria mídia se apresenta como modalizador; espécie de recurso propulsor do modelo interacional, a partir do qual pode-se atender à noção ou ação de sororidade; b) a ênfase em um recurso informativo-comunicacional como um dispositivo interacional (BRAGA, 2017), que se põe como espaço amplificador de ações sociais coletivas. Cabe ressaltar aqui que tal dispositivo interacional não deve ser tomado como o elemento tecnológico em si, mas como um sistema inter-relacional.

Por fim, vale lembrar que tais ações coletivas são sistematicamente organizadas segundo parâmetros de gerenciamento de visibilidade de um capital simbólico dos mais disputados, e que comporta bases e métricas próprias capazes de referendar e impulsionar, ou não, políticas públicas ou agentes políticos.

No entanto, ainda que tenham objetivos distintos, estes grupos encontram no compartilhamento de hashtags um recurso comum de associação e reverberação de seus temas, mas também como estratégia de associação e/ou fortalecimento de sua marca (entendida aqui como uma entidade social que gerencia modos de engajamento, valorização do capital simbólico, conferência de status e prestígio no ecossistema midiático das redes). Estes aspectos, portanto, não podem ser negligenciados nos trabalhos de análise e observação dos seus materiais.

Considerações

Estes são apenas alguns dos primeiros aspectos observados neste texto e que podem ser desdobrados em estudos que visem aprofundar a reflexão acerca do imbricamento de ações e conceitos, tais como o de sororidade, manejados nos contextos midiáticos das redes sociais. Embora ainda inconcluso, dado o desafio de compreender um fenômeno em processo, indicamos também o quão importante seria refletir sobre o alcance deste tipo de mobilização via hashtag, qual o grau de adesão efetivo junto ao público que

pretende, e, por fim, em que medida estes recursos efetivamente promovem deslocamentos ou reelaboram práticas político-sociais. Refletir sobre o argumento de que o empoderamento, a visibilidade ou a ação, efetivamente política, decorreria do acesso aos recursos tecnológicos e comunicativos – como aqueles das redes sociais - nos parece sempre uma tarefa necessária ao campo de estudos que envolve as tecnologias comunicacionais.

Referencias

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. In: BRAGA, J.L; CALAZANS, R.; RABELO, L. (Orgs.). Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade. Campina Grande: EDUEPB, 2017. 17-42p.

BUTLER, Judith. Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CASALI, C. Redes sociais: um perfil no Facebook. In: In: BRAGA, J.L; CALAZANS, R.; RABELO, L. (Orgs.). Matrizes interacionais: a comunicação constrói a

sociedade. Campina Grande: EDUEPB, 2017. 119-136p.

COSTA, Suely Gomes. Onda, rizoma e "sororidade" como metáforas: representações de mulheres e dos feminismos (Paris, Rio de Janeiro: anos 70/80 do século XX). INTERthesis, v. 6, n. 2, p. 01-29, 2009. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/intertesis/article/view/1807-1384.2009v6n2p1>> Acesso em maio 2020.

_____. Movimentos feministas, feminismos. Estudos Feministas, Florianópolis, n.12, 264, p. 23-36, 2004.

DEAN, Jodi. Reflective solidarity. Constellations, vol.2, n.1, Blackwell Publishers, 1995.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2016.

GILL, Rosalind. Postfeminist media culture: elements of a sensibility. European journal of cultural studies, 10 (2). pp. 147-166, 2007.

LYSHAUG, Brenda. Solidarity without "sisterhood"? Feminism and the ethics of coalition building. *Politics & Gender*, v. 2, p. 77-100, 2006.

NATANSOHN, Graciela, REIS, Josemira. Com quantas hashtags se constrói um

movimento? O que nos diz a "Primavera Feminista" brasileira. *Tríade*. Sorocaba, v.5, n.10, p.113-130, dez.2017.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Colectivos migratorios mediatizados: enunciaciones sobre 'lo transnacional' en sitios de redes sociales

Coletivos migratórios mediatizados: enunciações sobre 'o transnacional' em sites de redes sociais

Mediatised migrant's collectives: statements about 'transnational' in Social Network Sites

Mariana Patricia Busso³⁸

Resumen: Este trabajo explora la caracterización de colectivos de identificación en sitios de redes sociales, en particular Facebook, focalizando en 'lo transnacional' como rasgo de representación identitaria para grupos de migrantes.

Palabras Clave: colectivos, migración transnacional, sitios de redes sociales

Abstract: This paper explores the characterization of identificative collectives on social network sites, in particular Facebook, focusing on 'transnational' as a feature of identity for migrants' groups.

Key words: collectives, transnational migration, social network sites

³⁸ Mariana Patricia Busso; Universidad Nacional de Rosario (UNR) – Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); Doctora en Comunicación Social; Argentina; mar_busso@hotmail.com

Fake news e desinformação na eleição presidencial brasileira de 2018: o regime de verdade nas redes sociais online

Fake news y desinformación en las elecciones presidenciales brasileñas de 2018: el régimen de verdad en las redes sociales en línea

Fake news and misinformation in the Brazilian presidential election of 2018: the regime of truth in social networks

Paulo César Castro³⁹

Fernanda de Barros da Silva⁴⁰

Resumo: A disputa eleitoral para a presidência do Brasil em 2018 foi marcada por uma acentuada polarização político-ideológica entre a extrema direita e a esquerda, reforçada ainda mais através das redes sociais online. Tais plataformas não serviram apenas para anunciar as propostas de governo dos candidatos, mas também para, através da disseminação de *fake news*, confundir e desinformar os eleitores, reforçando ainda mais a desordem informacional que tem marcado a era atual da pós-verdade. A partir da análise de um conteúdo falso contra o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Fernando Haddad, o objetivo deste trabalho foi mostrar como, na fabricação das *fake news*, são incorporadas as marcas do jornalismo com a intenção de que sejam tomadas como verdadeiras. Além da Análise Crítica do Discurso, o estudo usou também a metodologia proposta por Wardle e Derakhshan (2017) para lidar com os vários elementos que, passando pela produção, circulação e consumo dos conteúdos,

³⁹ Professor da Escola de Comunicação (ECO), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e professor colaborador do PPGCI/IBICT/ECO/UFRJ. Doutor em Comunicação e Cultura, Brasil, paulo.castro@eco.ufrj.br.

⁴⁰ Mestre em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), desenvolvido em associação entre o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e a ECO-UFRJ, Brasil, nanda.barros.silva@gmail.com.

contribuem para moldar o ecossistema da desinformação, a partir do qual muitos atores políticos buscam tirar proveito para os seus projetos de poder.

Palavras-chave: fake news, eleição, redes sociais

Resumen: La disputa electoral por la presidencia de Brasil en 2018 estuvo marcada por una fuerte polarización político-ideológica entre la extrema derecha y la izquierda, reforzada aún más a través de las redes sociales online. Dichas plataformas sirvieron no solo para anunciar las propuestas gubernamentales de los candidatos, sino también para, a través de la difusión de fake news, confundir y desinformar a los electores, reforzando aún más el desorden informativo que ha marcado la actual era de la posverdad. A partir del análisis de contenido falso contra el candidato del Partido de los Trabajadores (PT), Fernando Haddad, el objetivo de este artículo fue mostrar cómo, en la fabricación de fake news, se incorporan las marcas del periodismo para que se tomen como verdaderas. Además del Análisis Crítico del Discurso, el estudio también utilizó la metodología propuesta por Wardle y Derakhshan (2017) para abordar los distintos elementos que, a través de la producción, circulación y consumo de contenidos, contribuyen a conformar el ecosistema de desinformación, a partir de que muchos actores políticos buscan aprovechar para sus proyectos de poder.

Palabras Clave: fake news, elección, redes sociales.

Abstract: This paper analyzes the impact of fake news on social networking sites during the 2018 Brazilian presidential election and how they contributed to increasing the political-ideological polarization that marked the electoral race.

Keywords: fake news, election, social network.

Redes Sociais Parlamentares: um novo modo de exercer a cidadania a partir das tecnologias digitais de comunicação

Redes Sociales Parlamentarias: una nueva forma de ejercer la ciudadanía a partir de las tecnologías de comunicación digital

Parliamentary Social Medias: a new way of exercising citizenship from digital communication technologies

Michelle Dias ⁴¹

Resumo: Este artigo busca investigar a emergência de uma nova forma de participação política realizada por meio dos perfis de mídias sociais da Assembleia Legislativa do estado de Santa Catarina, parlamento estadual brasileiro. No contexto dos parlamentos, a comunicação com a esfera pública sempre foi uma preocupação, e as tentativas de aproximação eram feitas de forma convencional pelos instrumentos de comunicação legislativos (canais de televisão, rádio, mídia impressa). Com o advento da rede, além dos sites de notícias, não é mais possível pensar a comunicação pública sem considerar o fenômeno das mídias digitais. A partir de uma perspectiva discursiva, utilizando os preceitos de Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau, buscamos compreender o papel desempenhado pelos discursos que envolvem a comunicação da referida instituição, por meio do perfil/fanpage de sua rede social digital com maior número de seguidores – o Facebook, e descobrir se contemplam a comunicação pública e as apostas da comunicação digital no que se refere à colaboração, à participação, ao exercício da cidadania.

Palavras Chave: Mídias sociais digitais, Comunicação Pública, Cidadania.

⁴¹ Michelle Dias. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), doutoranda, Brasil, diasmiche@gmail.com.

Abstract: This article seeks to investigate the emergence of a new form of political participation realized through the social medias profiles of the Legislative Assembly of the state of Santa Catarina, Brazilian state parliament.

Key words: Social medias, Public Communication, Cintizenship.

La comunicación política sociodigital en la era de la posverdad.

The sociodigital political communication in the postruth age.

Malvina Eugenia Rodríguez ⁴²

Resumen: La comunicación política sociodigital se constituye en un modelo para caracterizar la dinámica del espacio público en la era de la posverdad. El modelo se funda en resultados de una línea investigativa, sostenida en las dos últimas décadas, que observa las reconfiguraciones de los actores de la comunicación política: clase política, medios y opinión pública, en el marco de la conectividad digital. Desde 2015 se analizaron comunidades en red en Argentina y Brasil y, recientemente, campañas en redes en el proceso electoral argentino de 2019. Los hallazgos brindan sustento para la propuesta de un modelo que refleja las contradicciones de la era digital. Por un lado, focaliza en la integración de las comunidades, la consistencia discursiva, la visibilización y control de las fuentes de información – como intento de contrarrestar el trolling y las fake news – así como el llamado a la movilización permanente. Por otro lado, las campañas políticas manifiestan la influencia de la arquitectura digital en el incentivo de la hiperpersonalización así como en la difusa identificación de la militancia entre perfiles genuinos y bots.

Palabras Clave: sociodigitalización, comunicación política, posverdad.

Abstract: Socio-digital political communication constitutes a model about the dynamics of public space, based on a research that observes reconfigurations of politicians, media and public opinion, within the post-truth era.

⁴² Malvina Eugenia Rodríguez. Universidad Nacional Villa María, Doctora en Ciencias Sociales y Económicas (Universidad Erlangen-Nürnberg, Alemania), Argentina, malvirodriguez@gmail.com

Key words: sociodigitalization, political communication, posttruth.

A cidade narrada nas *hashtags* do Instagram e as plataformas online de compartilhamento⁴³

La ciudad narrada en los *hashtags* de Instagram y las plataformas de compartir en línea

The city narrated in Instagram hashtags and online sharing platforms

Mágda Rodrigues da Cunha⁴⁴

Resumen: O objetivo deste texto é apresentar resultados de investigação sobre a cidade narrada e a relação com as plataformas online de compartilhamento. São observadas as percepções e experiências individuais e coletivas dos sujeitos, através de hashtags e imagens no Instagram.

Palabras Clave: Redes sociais; Cidades; Narração.

Abstract: The purpose of this paper is to present research results about the narrated city and the relationship with online sharing platforms. The individual and collective perceptions and experiences of the subjects are observed in hashtags and images on Instagram.

Key words: Social Networks, Cities, Narrative.

⁴³ Pesquisa realizada com a participação dos bolsistas PIBIC-CNPq Stefanie Moura de Conto e Wellington Ticca de Almeida.

⁴⁴ Mágda Rodrigues da Cunha, professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, doutora em Letras, Brasil, mrcunha@pucrs.br.

Ciberactivismo en las elecciones argentinas

Ciberativismo nas eleições argentinas

Cyberactivism in the Argentine elections

Maximiliano Peret ⁴⁵

Silvina Mentasti⁴⁶

Resumen: En este artículo se analizará el cambio de perfil de las campañas políticas argentinas con la incorporación de las redes sociales y su utilización como base para el impulso de acciones vinculadas a la militancia social que se asocian al Ciberactivismo.

Palabras Clave: Ciberactivismo, Transmedia, Política.

Abstract: This article will analyze the change in profile of Argentine political campaigns with the incorporation of social networks and their use as a basis for promoting actions related to social militancy associated with Cyberactivism.

Key words: Cyberactivism, Transmedia, Politics.

Introducción

Actualmente (y desde hace algunas décadas) muchos de los diferentes fenómenos que tienen lugar en nuestra

⁴⁵Maximiliano Peret. UNICEN, especialista, Argentina, maximilianoperet@gmail.com.

⁴⁶Silvina Mentasti. UNICEN, licenciada, Argentina, silmentasti@gmail.com.

sociedad han resultado alterados en distintas formas específicas de acuerdo a la existencia de los medios de comunicación. Eliseo Verón (2001) afirma al respecto que “las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman por el hecho de que hay medios” (p. 40). Indudablemente, el desarrollo acelerado e ininterrumpido de las TICx ha incrementado el proceso que Verón denomina “mediatización” de las sociedades postindustriales.

Al momento en que el autor realiza el análisis, la televisión ocupaba un papel central en este proceso de acuerdo a la incorporación de nuevos registros significantes adicionales a su discursividad que no se encontraban en los formatos discursivos característicos de medios precedentes. En la actualidad, la masificación de Internet y la utilización por parte de la ciudadanía de sus plataformas digitales ha transformado profundamente el paisaje mediático que Verón había desarrollado. El avance de los medios digitales ha sido tan amplio que incluso la política se ha insertado en ellos. Dicha

inserción de lo político en medios con base en Internet empieza a delinear una nueva fase de la mediatización (Carlón, 2015; Carlón, Fraticelli, Slimovich y Jiménez, 2016).

Al respecto de esta digitalización de lo político hay dos cosas en las cuales creemos necesario focalizar y las cuales desarrollaremos en este trabajo. En primer lugar consideramos fundamental poner atención al uso que hacen los políticos de las plataformas digitales y, por otro lado, a las acciones que promueven el ejercicio de la ciudadanía en el ámbito digital y las nuevas formas de militancia social atravesadas por las tecnologías por parte de los sujetos.

Para el desarrollo de este análisis, el abordaje metodológico será fundamentalmente cualitativo dado que partirá de la recolección de la evidencia arrojada por las redes sociales para visualizar las formas de utilización de las mismas en las campañas políticas y la militancia social consecuente, que podríamos definir como ciberactivismo, el cual Rodríguez (2019) define como

La autoproducción y, a través de la viralización, a la reproducción de la

protesta por medio de la publicidad que adquieren los discursos privados de los manifestantes en el espacio público, ampliado tanto por los mismos medios sociales como por la replicación de los medios tradicionales. (p. 167)

En primera instancia realizaremos una contextualización y una recolección de experiencias previas en donde se han utilizado redes sociales para campañas políticas. En segundo lugar focalizaremos en el caso argentino y, a partir de ello, definiremos las alteraciones que han tenido las campañas políticas a partir de la utilización de las redes sociales. Luego haremos referencia al corpus de análisis y, por último, reflexionaremos respecto de las nuevas formas de producción y difusión de los discursos actuales y las nuevas formas de activismo mediadas por tecnologías que se están instalando en las formas de hacer política en la era contemporánea, a partir del análisis de lo realizado por las dos principales fuerzas electorales.

Hacia una mediatización de la política

Desde la Segunda Guerra Mundial (y hasta finales de los setenta) existieron de manera análoga dos esferas que - hasta el momento - estaban bien diferenciadas. Por

un lado, se encontraba la esfera de la política y, por el otro, la de los medios. Al respecto de la primera, se la concebía como el lugar asociado a la gestión a largo plazo que propiciaba la generación de colectivos identitarios mientras que, la segunda focalizaba en el corto plazo. La esfera mediática estaba asociada a la construcción de colectivos asociados al imaginario cotidiano y a los comportamientos de los sujetos frente al consumo (Verón, 1998).

Este escenario se modificó de sobremanera desde la década de los ochenta dado que en ese período, en Francia, comienza a gestarse una crisis de legitimidad en torno a lo político. El debilitamiento del sistema político aceleró su mediatización y fortaleció (con la televisión como soporte de base) el carácter central de los medios en la sociedad.

Si tuviéramos que definirlo en pocas palabras, diríamos que lo político perdió terreno frente a los medios. Verón (1998) lo explica claramente:

Asistimos, por un lado, a la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos de largo plazo (el de lo

político) y, por otro, al dominio creciente del otro campo (el de los medios) esencialmente orientado por la gestión de los colectivos de corto plazo. (p. 230)

El autor avanza en su análisis y describe las características de una sociedad mediatizada (y además la diferencia de una sociedad mediática), sin embargo, en la actualidad se suman al escenario las plataformas digitales y los nuevos medios. Es a partir de la inserción de estos nuevos actores en el campo - y partiendo del análisis de Verón - que varios autores refieren a esta nueva etapa como una "sociedad hipermediatizada contemporánea" (Carlón, 2015; Carlón, Fraticelli, Slimovich y Jiménez, 2016).

Se trata de un fenómeno complejo caracterizado por los quiebres espacio-temporales y cambios en la dirección comunicacional de los fenómenos mediáticos. Ello define, de alguna manera, su naturaleza multidimensional. Asimismo, las dinámicas de la vida contemporánea generan una ruptura con los conceptos, instituciones y prácticas de la modernidad lo cual da lugar a un análisis desde diferentes perspectivas.

En esta sociedad, las relaciones ya no se dan entre los medios únicamente sino que incluyen también a las redes sociales. Se produce una convergencia entre la comunicación digital que tiene lugar en espacios como Facebook, Twitter, Instagram, entre otras y los discursos que circulan en los medios de comunicación masivos. En palabras de Carlón (2016):

En la sociedad moderna y posmoderna las relaciones entre medios (por ejemplo, prensa, cine, televisión), se daban en el seno del mismo sistema: era una relación intra-mediática. En la sociedad hipermediática los dos sistemas están en permanente relación y cada punto de contacto entre ellos establece una relación intermediática que desencadena un proceso de incremento de la complejidad. (p. 19)

Ahora bien, dicha convergencia no se reduce meramente al aspecto tecnológico. Es decir, no se trata únicamente de diferentes medios en una misma pantalla o plataforma sino, más bien, de una convergencia cultural (Jenkins, 2006). En su libro *Convergence Culture* Jenkins define a este concepto como una expresión que "logra describir los cambios

tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose" (p. 14).

Antecedentes localizados respecto de la utilización de redes sociales en campañas políticas

Si de redes sociales y política se trata, indefectiblemente debemos hacer referencia a la experiencia norteamericana del 2008. La campaña presidencial de Barack Obama marcó un punto de partida en la utilización de las mismas a partir de dos cuestiones: en primer lugar, dado el uso de herramientas de llegada horizontal y personalizada con fines proselitistas y, por otro lado, debido a la foto abrazando a su esposa Michelle acompañada del mensaje "cuatro años más". La compartió en su perfil de Twitter el día que logró la reelección (en 2012) y consiguió más de 770.000 retweets, es decir, personas que replicaron el mensaje en su perfil. Esta se transformó en una de las imágenes más compartidas del momento.

La estrategia electoral mediada por tecnologías digitales que comenzó el equipo de campaña del presidente

estadounidense tuvo rápidamente sus correlatos en el resto del mundo. Argentina no fue la excepción. En nuestro país los políticos comenzaron a utilizar Twitter como una herramienta indispensable para establecer otro tipo de comunicación a la que se realiza mediante los medios de comunicación tradicionales (tanto con sus seguidores como con la oposición).

Sin dudas, una de las características de esta red social es la horizontalidad que genera entre los usuarios, en este caso, entre las figuras políticas y sus seguidores. Es por ello - entre otras variables - que muchos de los referentes políticos de nuestro país han decidido crear su perfil en esta red social, con el objetivo de nutrir su imagen y su campaña de estrategias comunicativas diversas que exceden a los medios tradicionales frente a las elecciones de 2013.

No obstante, pese a la influencia norteamericana en cuanto al uso de las redes sociales en este tipo de comunicación en particular, podemos marcar una diferencia fundamental en cuanto al desarrollo de los hechos. En el caso estadounidense, el mensaje era definido por los responsables de la

campaña (y replicado en las redes) mientras que, en nuestro país, fue la cibermilitancia la que horizontalizó el discurso de campaña de las elecciones presidenciales. Este fenómeno tuvo lugar, fundamentalmente, en el lapso temporal comprendido entre la primera vuelta y el ballotage.

Dicha tendencia se encuentra favorecida, indudablemente, por el crecimiento del uso de los dispositivos móviles con acceso a Internet. Según un informe presentado por Google Argentina en Octubre de 2015, se empezó a gestar una nueva forma de conexión que recibió el nombre de “micro-momentos”. En estos nuevos hábitos de consumo, los usuarios se conectan más veces al día y durante lapsos cortos. Esto sucede porque los dispositivos móviles han logrado alinearse a las exigencias de la cotidianeidad (Igarza, 2009). Es decir, logran instalarse entre los tiempos de ocio y producción lo cual genera una redistribución y un entremezclado entre ambos. En palabras de Igarza (2009):

Han aparecido burbujas de tiempo en las que los nuevos medios y dispositivos móviles tienden a jugar un rol protagónico. La situación actual está

cada vez más dominada por actividades intermitentes de comunicación interpersonal y de entretenimiento. El ocio se escurre entre bloques productivos. (p. 12)

En esta nueva forma de hacer uso de las redes sociales que tiene como soporte al smartphone se ubica al usuario como el centro de la escena dado que es quien adapta los momentos en que utiliza las redes a sus demandas particulares. Este tipo de acceso se encuentra directamente relacionado con las plataformas Twitter y Facebook, donde el usuario ingresa, opina y se va. Precisamente son estas redes las que mayor uso con fines políticos han tenido por parte de la ciudadanía, aunque en la última campaña los responsables del área de comunicación de los diferentes referentes políticos han incorporado a Instagram, Youtube y Snapchat -en algunos casos-. En definitiva, es posible afirmar que esta tendencia es la que marcó las estrategias comunicacionales de las elecciones de 2015.

Hasta ese momento Facebook y Twitter se habían utilizado como un soporte más de las campañas, pero en esa elección la estrategia de ambos candidatos estuvo

centrada en potenciar nuevas formas de participación política con las redes como epicentro, aprovechando que en Internet:

Cada página es un contenedor alimentado por múltiples fuentes y usuarios. Hay diálogos, intercambios, interacción constante, comentarios, contenidos aportados por los propios usuarios. Las redes sociales particularmente son el ejemplo de ello. Es una web para ser escrita, no sólo para ser leída. (Rost, 2011, p. 103)

Es en esta web participativa en la que los usuarios toman un perfil cada vez más activo, lo que conlleva otro tipo de acciones, que se orientan de una manera más directa “en el individuo, en la ejecución activa del pensamiento crítico” (Barredo Ibáñez; Cunha; Hidalgo Toledo & La Rosa Pinedo, 2019, p. 15). A su vez - y en línea con el cambio de actitud por parte de los usuarios mencionado anteriormente - se producen transformaciones inéditas en lo que respecta a las condiciones de circulación de la información (Verón, 2013).

A partir de los cambios en la circulación y difusión de los mensajes es que se comienzan a delinear nuevas formas de militancia social basada en la apropiación

de la comunicación digital para el ejercicio de la ciudadanía y la replicación de los discursos circulantes en redes en las mismas plataformas digitales e incluso, en muchas oportunidades, en los medios tradicionales. Una de las principales características es lo que podemos definir como la transmediatización de la militancia social.

En el próximo apartado realizaremos una descripción de las estrategias comunicacionales que marcaron la campaña electoral del 2019 en Argentina. Analizaremos, particularmente, el uso de las redes sociales, el cambio de perfil de los usuarios de las mismas y cómo se desarrollaron en ellas estrategias de Ciberactivismo.

Elecciones 2019 en Argentina: El estudio de dos casos

En el período previo a las Elecciones Primarias Abiertas Secundarias y Obligatorias (PASO) del 2019 se registra un acontecimiento que marcó significativamente en inicio de campaña en la red social Twitter. El 18 de mayo la ex presidenta, Cristina Fernández de Kirchner, anunció a través de un video - publicado en esa plataforma - que sería candidata a

vicepresidenta de una fórmula encabezada por Alberto Fernández. Una vez más las

redes ocupan el centro de la escena política.



A su vez, la referente compartió dicho contenido en su perfil de Instagram y en ambas plataformas, el audiovisual tuvo una gran cantidad de comentarios, réplicas y visualizaciones.

Casi un mes después tuvo lugar el anuncio del bloque liderado por Mauricio Macri, el cual se desarrolló de una manera diferente. Si bien podemos identificar una coincidencia respecto del soporte utilizado (dado que el entonces mandatario utilizó la

plataforma Twitter para comunicar quien lo acompañaría en la fórmula presidencial), el anuncio se limitó a la escritura de argumentos en un hilo de un total de cinco twitts. Al contrario de la estrategia de Fernández, en esta ocasión no se utilizó ningún soporte audiovisual. Sin embargo, ello no resultó un impedimento para que el mensaje trascienda tanto en el ámbito digital como en los medios tradicionales.

No resulta azaroso que los candidatos de las principales fuerzas políticas se presenten en las redes sociales ya que desde que en 2013 las redes empezaron a configurarse como un espacio de disputa en tiempos de campaña su rol ha sido cada vez más importante, al punto que la Justicia Nacional Electoral firmó en agosto

de 2018 la acordada N° 66 que, en pos de una mayor transparencia en el proceso electoral, establece: la realización de un monitoreo de redes sociales y publicidad web y la creación de un registro de redes sociales y sitios web de candidatos y partidos políticos, entre otras resoluciones.



Mauricio Macri  @mauriciomacri · 11 jun. 2019

En respuesta a @mauriciomacri

Para todo esto necesitaremos construir acuerdos con mucha generosidad y patriotismo donde todos los argentinos que compartan estos valores aporten desde su lugar. Por todo esto quiero anunciarles que Miguel Ángel Pichetto me acompañará como candidato a vicepresidente de la Nación

 2,9 mil

 6,6 mil

 15,8 mil



En relación con esta utilización de las redes sociales, pensamos el ciberactivismo como la participación de usuarios individuales que motorizan un reclamo o un posicionamiento político permitiendo la viralización de un contenido y dándole lugar

en la agenda pública. En este sentido resulta muy interesante el aporte que se realiza en los informes de monitoreo disponibles en el sitio web de la Cámara Electoral

(<https://www.electoral.gob.ar/nuevo/pagin>

as/cne/redes_sociales.php) donde se hace una caracterización de los denominados trolls y bots, lo que nos permite ver más claramente el impacto de las acciones de usuarios individuales.

A partir de ello podemos decir que los trolls son usuarios que publican mensajes provocadores con la intención de incentivar una respuesta emocional (generalmente negativa) en usuarios y lectores. Se trata de perfiles falsos o que permanecen inactivos durante lapsos importantes de tiempo. Se habla de "ejércitos de trolls" cuando un conjunto de ellos actúa de forma coordinada para posicionar un mensaje, una idea o atacar a un personaje público.

Por otra parte, el nombre de bot deriva de la denominación robot, y define a los

usuarios que actúan de forma automática o programada y no generan contenido original. En general son perfiles que aparecen en una sola red social y que en sus perfiles tienen información confusa. Suelen actuar en forma coordinada en lo que se ha dado en llamar botnets o granjas de bots.

En la última elección hubo un hecho que dejó al descubierto la utilización de esta última herramienta mencionada cuando se propuso viralizar el hashtag #YoVotoMM coincidentemente con el cierre de campaña de las elecciones primarias, y aparecieron publicaciones como las de las imágenes siguientes



Lavonne Smythorsmith

@LavonneSmythor1

¡Satisface a Mauricio, no te relajes! Te elijo! ¡Caricia significativa proveniente de Hurlingham!

#YoVotoMM



Andrew Bonnetta @AndrewBonnetta · 9h

Mr. #Macri's prepared authorities settlements with the IMF helped Argentina in quicker dispensation of credit rating. #YoVotoMM



8



3



Andrew Bonnetta @AndrewBonnetta · 9h

#Macri's policies aided him win a big ballot of confidence from the voters in last year's mid-term elections. #YoVotoMM



El análisis de las redes de los candidatos de las dos fórmulas que lograron la mayor cantidad de votos permite detectar diferentes categorías de

trolls y de bots. Los trolls de primera categoría son aquellos que generan contenidos propios y tienen muchos seguidores; y los de segunda categoría son

los que se dedican a hacer RT de los de primera categoría y de líderes de opinión o políticos afines. Lo mismo sucede con los bots, los hay de primera categoría (se incluyen a las cuentas exitosas en ataques masivos, con gran cantidad de seguidores, FAV y RT) y de segunda categoría (son cuentas que se utilizan como followers de los de primera categoría, con poca interacción en la red con otras cuentas). La categorización e identificación de éstos nos permite analizar con mayor certeza el impacto real del ciberactivismo en la campaña electoral de las principales fuerzas políticas para las elecciones presidenciales de 2019 en Argentina.

Ahora bien, resulta pertinente destacar que la audiencia prosumidora a la que venimos haciendo referencia bajo el colectivo de ciberactivistas, recibe los contenidos de las cuentas de redes sociales de los candidatos y los interpretan de acuerdo a sus propios marcos interpretativos o bien, de sus propias subjetividades. De esta manera eligen qué creer, qué asumir como válido y cómo comprender la realidad. Sin dudas, dichas

cuestiones interfieren en su actitud y sus acciones en las plataformas de sociabilidad.

En los casos que analizamos -durante la Campaña Electoral de Argentina 2019- muchas personas optaron por replicar en sus perfiles los flyers con la cara del candidato Mauricio Macri acompañados con determinadas frases del entonces mandatario que formaron parte de su campaña mientras que otros simplemente prefirieron retwittear el contenido en Twitter. La oposición utilizó la misma estrategia respecto de los dichos de sus candidatos plasmados en flyers y el resultado fue muy similar. Sin embargo, en lo que respecta a la réplica del contenido visual tuvo mayor protagonismo la red social Instagram. No obstante, ello no significa que esta plataforma haya sido la predilecta por los candidatos, de acuerdo a un estudio⁴⁷ realizado por las consultoras Comscore y Shareablee denominado "Argentina: Marketing Político en Redes Sociales" en donde destacan (a partir del trabajo con estadísticas) que Twitter es la

⁴⁷ Dicho análisis comprende el período del 15 de mayo al 15 de junio de 2019 y reúne los datos de los ocho candidatos a Presidencia y Vicepresidencia de Argentina, no obstante, dado el recorte establecido en este escrito, trabajaremos los datos - a partir de la comparación entre estadísticas- de las principales fuerzas políticas.

red social más utilizada por los políticos para generar contenidos.

De acuerdo a los resultados que arroja el estudio mencionado, el 43% del total de las publicaciones que hicieron los precandidatos a la Presidencia y Vicepresidencia tuvo lugar en dicha red social mientras que el 39% se hizo en Facebook y el 18% restante, en Instagram, una decisión que se vincula con el perfil de los usuarios de estas redes en el país, donde se identifica a la red de microblogging como la más utilizada con fines políticos, a Facebook como la que tiene un mayor rango etario de usuarios y a Instagram como la utilizada por los más jóvenes. En este punto es importante destacar cómo el cambio en el perfil de los usuarios de las redes va modificando los contenidos que se distribuye en las mismas, el mejor ejemplo de ello es lo que sucedió con Facebook (la red con mayor cantidad de usuarios en Argentina y el mundo) que comenzó siendo la red de los adolescentes y hoy es la red más utilizada por grupos etarios mayores, con una actividad muy baja por parte de los más jóvenes.

Otro dato interesante que reafirma la posición central de Twitter en la campaña electoral fue la cantidad de menciones que recibieron los candidatos comparado al mismo período del año anterior. Este tipo particular de interacción se ha incrementado en un 143% en los meses de campaña. Por su parte, Macri recibió más de treinta millones de menciones (de las cuales se puede mencionar a un 22% aproximadamente de carácter positivo frente a casi un 32% negativas). Las menciones a Fernández de Kirchner a partir de la presentación de Sinceramente se incrementaron de sobremano dado que el estudio registró más de 327 mil menciones, no obstante, un 27% de comentarios fueron positivos mientras que el 25% han resultado negativos - el resto del porcentaje son neutrales -. Por último, los temas relacionados a Fernández rondaron las 1.6 millones de menciones.

A estos datos se suma el rango etario con el cual sucedieron la mayor cantidad de intercambios. De acuerdo al estudio de las consultoras, el grupo comprendido entre los 25 y 54 años es el que más interactuó con los frentes políticos. Por otra parte, respecto de las categorías genéricas que

en las cuales se puede agrupar a los involucrados, el análisis destaca que Juntos por el Cambio tuvo una mayor predominancia femenina mientras que el Frente de Todos tuvo más interacción con usuarios masculinos. Además, el estudio realiza una comparación entre el total de seguidores y las acciones de los candidatos junto con el porcentaje de su audiencia cautiva. En esta denominación se agrupa al porcentaje de seguidores que efectivamente interactúan con el contenido del político. A partir de ello concluye que si bien quienes cuentan con una mayor cantidad de audiencia son Mauricio Macri y Cristina Fernández de Kirchner, quien tuvo un mayor porcentaje de usuarios cautivos fue Alberto Fernández dado que lidera con un 36.7% seguido por el entonces Presidente de la Nación con un 6.92% y, finalmente, se ubica la ex mandataria con un 2.20%.

Estos porcentajes arrojan datos interesantes para este análisis debido a que visualizan la importancia dada por los referentes políticos a la imagen institucional que construyen en sus redes sociales y la cercanía que ello podría generarle con la ciudadanía. En principio,

estas estadísticas dan cuenta del nuevo enfoque que adoptan los candidatos en sus campañas electorales dado que ya no se limitan a medios tradicionales sino, más bien, generan campañas con características más transmediales. En ellas, no solamente utilizan diferentes medios y plataformas para llegar a la audiencia sino que también permiten a los propios votantes participar activamente (mediante comentarios, menciones, etiquetas o me gustas) de aquellos mensajes. En este sentido, resulta pertinente destacar que el nivel de compromiso que adquiera cada uno con el contenido depende de otros factores (personales, sociales, psicológicos, socioeconómicos, etc.) que exceden al objeto de estudio de este trabajo.

A su vez, el protagonismo de las redes sociales en las estrategias comunicacionales políticas se debe al reconocimiento por parte de sus asesores de la potencialidad de las mismas. A partir de ello es que han adaptado sus discursos a las particularidades de las distintas redes digitales, lo cual se debe a las distintas formas de apropiación (y comportamiento) de los usuarios en las mismas. En este

sentido, podríamos afirmar que ello ha generado otras formas de militancia social, las cuales se encuentran mediadas por las tecnologías, dado que promueven “nuevas formas de comunicación que nos hacen partícipes, que trasladan nuestra voz y que [...] llegan a producir verdaderas transformaciones” (Sánchez & Contreras, 2012, p. 78).

Comentarios finales

Entre los propósitos planteados al inicio de este artículo mencionamos la necesidad de detenernos en la utilización de las redes sociales en el marco de la campaña electoral que tuvo lugar en Argentina durante el 2019 y las diferentes formas del ejercicio de la ciudadanía que fueron consecuencia de la difusión y circulación de discursos en las plataformas digitales. Particularmente, orientamos el análisis a los principales referentes de las fuerzas que obtuvieron mayor cantidad de votos en el acto electoral, es por ello que trabajamos con datos arrojados por los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri (además de incluir referencias estadísticas del perfil del entonces candidato Alberto Fernández,

quien encabezó la fórmula presidencial con la ex mandataria).

A partir de lo relevado se pudo visualizar el lugar central que los sujetos han otorgado a las redes sociales, más que nada a Twitter - de acuerdo a los datos del estudio realizado por Comscore y Shareablee -. El protagonismo que dicha red social ha tenido en la campaña de ambos partidos se puede visualizar desde el momento en que decidieron anunciar sus fórmulas en dicha plataforma, lo cual marcó un antes y un después en la estructura de las campañas políticas. A partir de ese momento, no solamente los principales referentes la han utilizado para realizar declaraciones o como foco de sus estrategias de campaña sino también los medios masivos han tomado los mensajes circulantes en dicha plataforma para su propia creación de contenido, lo cual marca una evidente transmediatización de la campaña electoral.

Ahora bien, a diferencia de las elecciones que tuvieron lugar anteriormente, en este caso la identificación y el análisis de las acciones de bots y trolls permite visualizar cuál es el impacto real respecto de la participación

ciudadana. La campaña electoral 2019 muestra una mayor organización por parte de las principales fuerzas políticas a la hora de diseñar estrategias en el campo de la social media, en un trabajo coordinado entre cuentas de trolls, bots y el aporte de usuarios comunes, de esta manera se pudo observar cómo se fue conformado un activismo mediado por tecnologías, en el cual los ciudadanos replicaban los mensajes de sus referentes, los difundían o simplemente apoyaban el contenido con un me gusta. No obstante, más allá del nivel de compromiso que cada cual asumió con el contenido, consideramos fundamental detenernos en las nuevas formas de ejercicio de ciudadanía que permitió la inclusión de redes sociales en la campaña electoral analizada.

En Argentina las elecciones presidenciales tienen una primera instancia, constituida por las Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO), las elecciones generales y (en caso que se den las condiciones establecidas) un ballottage. A diferencia de las elecciones 2015, donde en la instancia de segunda vuelta se manifestó el mayor índice de ciberactivismo, en 2019 la elección se

definió en primera vuelta, lo que evidenció una mucho menor actividad en las redes que en la anterior presidencial.

Si bien no es la intención agotar el tema en este artículo, creemos que en este caso, la participación digital de los usuarios ha resultado fundamental para la visualización de los mensajes y la imagen pública de los referentes políticos. Esperamos obtener insumos de la próxima campaña electoral que nos permitan seguir trabajando en esta dirección.

Referencias

Andrés, R. R., & Uceda, D. U. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y pluralismo*, (10), 89-116.

Barredo Ibáñez, D.; Cunha, M.R., M.; Hidalgo Toledo, J. & La Rosa Pinedo, A (Eds.) (2019). *Mobilización ciudadana, medios sociales e Internet: miradas latinoamericanas*. La Laguna, España: Cuadernos Artesanos de Comunicación, cac 165. La Laguna (Tenerife): Latina. DOI: 10.4185/cac165.

Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. y Jiménez, M. (2016). TP.DOC. Documento

Teórico Metodológico. Material de la cátedra “Semiótica de redes” (FSOC-UBA). Recuperado de <http://semioticaderedes-carlon.com/wordpress/wp-content/uploads/2016/03/TP-DOC.pdf>

Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En P. César Castro (Org.). Dicotomía público/privado: estamos no camino certo?, 211-232. Maceió: EDUFA.

Carlón, M. (2016). Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En E. Vizer y C. Vidales (Coords.). Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional

Rodríguez, M. E. (2019). “Estar en las redes para salir de las redes: comunidades sociodigitales y participación ciudadana en Argentina”. En Barredo Ibáñez, D.; Cunha, M. R. & Hidalgo Toledo, J. (Eds.) (2019). Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina <pp. 165-176>. La

Laguna, España: Cuadernos Artesanos de Comunicación. DOI: 10.4185/cac156

Rost, A. (2011). Periodismo y Twitter: a 140 y capota baja. F. Irigaray, D. Ceballos & M. Manna (Coords.), Periodismo digital: convergencia, redes y móviles. Rosario: Laborde Libros Editor.

Sánchez, J., & Contreras, P. (2012). De cara al consumidor: Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. Icono 14, 10(3), 62–84. Recuperado de https://www.academia.edu/2236179/De_car_a_al_prosumidor_producci%C3%B3n_y_consumo_empoderando_a_la_ciudadan%C3%ADa_3.0

Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.). Comunicación y Política , 220-236. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2001). El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Norma.

Verón, E. (2013). La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós.

Producción y distribución periodística a partir de los impactos de la tecnología: un análisis del Portal Cidade Verde

Production and journalistic distribution from the impacts of technology: an analysis of the Portal Cidade

Verde

Ruthy Manuella de Brito Costa⁴⁸

Cristiane Portela de Carvalho⁴⁹

Resumo: O presente trabalho tem como propósito analisar como as redes sociais vêm sendo incorporadas na rotina de produção e distribuição de conteúdos noticiosos do portal Cidade Verde.

Palavras-chave: Jornalismo digital, Portal Cidade Verde, Redes sociais.

Abstract: This paper aims to analyze how social networks are being incorporated into the routine of production and distribution of news contents of portal Cidade Verde.

Key words: Digital journalism, Portal Cidade Verde, Social networks.

⁴⁸ Ruthy Manuella de Brito Costa. Universidade Federal do Piauí (UFPI), mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI (PPGCOM/UFPI), Brasil, e-mail: ruthymanuella@hotmail.com.

⁴⁹ Cristiane Portela de Carvalho. Universidade Federal do Piauí (UFPI), docente do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI (PPGCOM/UFPI), doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Brasil. E-mail: crisportela14@yahoo.com.

O jornalismo sempre teve relação com a tecnologia e seus avanços. Estes, culminaram para o advento da internet, proporcionando ao jornalismo mudanças de práticas, formatos, conteúdos e relacionamento com os públicos. Para a comunicação, a internet é o ambiente que reúne características de todos os outros formatos, como texto, áudio e vídeo. Assim, o presente trabalho tem o objetivo de analisar como as redes sociais digitais vêm sendo incorporadas na produção e distribuição de conteúdos noticiosos do portal Cidade Verde.

Enquanto ferramenta de construção social, o jornalismo passa por transformações, desafios e acaba assumindo novas características. Correia (2016) relembra que as novas tecnologias de informação e comunicação empregaram marcas definitivas no final do século XX e início do século XXI, com influência direta nos meios de comunicação. Já Moschetta e Rasera (2011) destacam que as relações entre tecnologias da comunicação e da informação precisam ser compreendidas no âmbito do jornalismo contemporâneo. Isso significa que o perfil de atuação mecanicista, onde o caminho era emissor,

meio e receptor, sofreu rupturas e foi reconfigurado. As transformações digitais possibilitam ao jornalismo essa reestruturação, que deve acompanhar os novos paradigmas sócio comunicacionais. Dessa forma, é necessário incluir as recentes discussões sobre o jornalismo pós-industrial, pois este rompe as barreiras da produção em moldes industriais e já tem como foco novas práticas, nuances e características que a prática profissional vem assumindo. Costa (2014) destaca que o termo ganhou notoriedade a partir de um documento escrito pelos pesquisadores C. W. Anderson, Clay Shirky e Emily Bell, editado em 2012 pelo Tow Center, da Universidade de Columbia. Ainda de acordo com o referido autor, o jornalismo pós-industrial trata dos desafios e das perspectivas do jornalismo dos tempos atuais, que sofre cotidianas transformações e enfrenta dilemas.

A construção desse trabalho tem início com o levantamento bibliográfico sobre o tema. Além disso, foram realizadas entrevistas com profissionais do portal Cidade Verde. Conforme Severino (2007, p. 124), a entrevista é uma “técnica de coleta de informações sobre um determinado

assunto, diretamente solicitadas aos sujeitos pesquisados". Também foram analisadas as redes sociais do portal estudado, com o intuito de perceber a usabilidade delas pelo referido portal. As principais redes sociais na internet utilizadas pelo Cidade Verde são Facebook, Twitter e Instagram. De acordo com Pereira (2019), o veículo analisado possui em sua estrutura funcional um departamento de marketing, responsável pelo gerenciamento das redes sociais. Holanda (2019) destaca que, dentre as redes utilizadas pelo portal, o Facebook ainda se destaca como a de maior alcance, contudo, o Instagram vem ganhando cada vez mais espaço. Sobre a utilização das redes sociais para distribuição de conteúdos, Pereira (2019) afirma que o fator decisivo é o crescente poder de propagação, pois elas já fazem parte da vida das pessoas. Holanda (2019) destaca também que o departamento de marketing do portal possui estratégias definidas para o uso dessas redes, com foco no relacionamento com o público e no fortalecimento da credibilidade dos veículos que integram o grupo de comunicação. É grande o volume de informações produzidas diariamente

pelo Cidade Verde e nem todas elas são compartilhadas nas redes sociais digitais. Pereira (2019) explica que vão para as redes os conteúdos com melhor repercussão junto aos leitores. A decisão do que será propagado também leva em conta a opinião dos Secretários de Redação. Em média, 1/5 do conteúdo é direcionado para compartilhamento nas redes sociais. No Cidade Verde, as interações do público são levadas em consideração para o processo produtivo das notícias. Pautas surgem a partir dessas interações, ressignificando e fortalecendo a participação dos leitores. Percebe-se, portanto, que o portal Cidade Verde vem buscando constante inserção no contexto de uso das redes sociais digitais, como forma de aprimorar a produção e distribuição dos conteúdos noticiosos.

Refêrencias

CORREIA, M. A. de C. (2016). Desconstrução do modelo industrial da produção jornalística: o poder da tecnologia como divisor de águas. In: NUNES, Pedro (Org.). Jornalismo em ambientes multiplataforma. João Pessoa: CCTA.

COSTA, A. (2014). Os caminhos para um pós-jornalismo. Revista IHU On-line, (447), p. 5-7. Recuperado em 20 novembro, 2019, de <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao447.pdf>.

HOLANDA, I. V. de. (2019). Uso das redes sociais pelo portal Cidade Verde. (Entrevista concedida por e-mail a Ruthy Manuella de Brito Costa).

MOSCHETTA, A. P. & RASERA, M. Jornalismo na implosão da convergência

mediática. (2011). In: QUADROS, Claudia et al (Orgs.). Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais. Covilhã: LabCom.

PEREIRA, H. de M. (2019). Uso das redes sociais pelo portal Cidade Verde. (Entrevista concedida por e-mail a Ruthy Manuella de Brito Costa).

SEVERINO, A. J. (2007). Metodologia do trabalho científico. (23a ed.) São Paulo: Cortez.

Digital Humanities como caminho para novas perspectivas de pesquisas aplicadas

Las Digital Humanities como camino hacia nuevas perspectivas de investigación aplicada

Digital Humanities as a path to new perspectives of applied research

Eduardo Campos Pellanda⁵⁰

André Fagundes Pase⁵¹

Resumen: Este trabalho discute a utilização de um método contemporâneo para a realização de uma investigação sobre o consumo de informação em dispositivos móveis. A partir disso, é observada a formação das Digital Humanities como uma alternativa para as pesquisas que não apenas envolvem a reflexão sobre o cenário comunicacional digital, mas que também utilizam estratégias híbridas. Neste caso, é analisada a realização de uma pesquisa sobre a utilização de smartphones cujos dados eram capturados, enviados para um serviço online e sumarizados em gráficos para posterior análise por pesquisadores. Esta experiência permite compreender a necessidade de novas abordagens, necessárias sobretudo no registro de fluxos intensos e de difícil registro de maneira analógica ou através de entrevista.

Palabras Clave: Comunicação, Humanidades Digitais, pesquisa aplicada, pesquisa em comunicação

⁵⁰ Doutor, professor titular e pesquisador da PUCRS, Porto Alegre, Brasil. E-mail: eduardo.pellanda@pucrs.br .

⁵¹ Doutor, professor e pesquisador da PUCRS, Porto Alegre, Brasil. E-mail: afpase@pucrs.br .

Abstract: This paper discusses the use of a contemporary method for investigating the consumption of information on mobile devices. From this, the formation of Digital Humanities is observed as an alternative for research that not only involves reflection on the digital communicational scenario but also uses hybrid strategies. In this case, a survey on the use of smartphones whose data was captured, sent to an online service, and summarized in graphs for analysis by researchers is analyzed. This experience makes it possible to understand the need for new approaches, which are necessary above all in the recording of intense flows that are difficult to record in an analogical way or through an interview.

Key words: social communication, Humanidades Digitais, pesquisa aplicada, pesquisa em comunicação

Desafíos de los derechos digitales en México

Challenges of the digital rights in Mexico

Alma Rosa Alva De La Selva ⁵²

Resumen: Se analizan los desafíos para el ejercicio de los derechos digitales en México, cuyo ejercicio hasta ahora es precario. Se identifica que la vulnerable situación de los derechos humanos, la desigualdad, la brecha digital y las insuficiencias del marco jurídico respectivo son los retos a vencer para avanzar en el tema.

Palabras Clave: Derechos digitales, Ciudadanía Digital, Derechos Digitales en México

Abstract: The challenges of the digital rights in Mexico, whose development is precarious, are analyzed. It is identified the vulnerable situation of the human rights, the social inequality, the digital divide and the insufficiencies of the respective legal framework, as the challenges to overcome on the subject in the country.

Key words: Digital Rights, Digital Citizen, Digital Rights in Mexico

⁵² Alma Rosa Alva de la Selva. Profesora-investigadora en la Universidad Nacional Autónoma de México. Doctora. México, alvadelaselva@hotmail.com.

Tema central

Se analizan, desde las dimensiones económica, política, social y tecnológica los retos que se presentan en México para el ejercicio de los derechos digitales.

Objetivos

Se busca identificar, en el marco de los grandes procesos de restructuración capitalista, así como de la problemática de los derechos humanos y del incipiente desarrollo de la llamada ciudadanía digital en México, los retos más relevantes a vencer para el ejercicio de los derechos digitales en el país.

Metodología de abordaje

Se aplica el análisis histórico-estructural para el estudio de la problemática de los derechos digitales en el país, metodología que busca "una forma de aproximación dialéctica al estudio de la sociedad". (Sánchez Ruiz:1992:57).

De acuerdo a la metodología mencionada, el objeto de estudio se debe construir desde tres perspectivas:

complejidad articulada, totalidad estructurada y proceso histórico.

Desde dicha perspectiva, las problemáticas sociales objeto de análisis se presentan como fenómenos *multidimensionales*, y la realidad social como "una totalidad relacional que opera y se desenvuelve desde diversas dimensiones (económica, política, social, cultural, tecnológica, entre otras), y a niveles de análisis articulados en un mismo entramado histórico-social" (Sánchez Ruiz:2011:9)

Para desentrañar el entramado de la *multidimensionalidad* y lograr un estudio puntual y "abarcador" al mismo tiempo, se delimita el objeto de estudio con base en cuatro conceptos metodológicos: nivel de análisis, dimensiones, zonas de articulación y mediaciones. Las dimensiones de análisis que se abordan en este trabajo son: política, económica, social y tecnológica, analizadas desde sus zonas de articulación.

Discusión teórica propuesta

Desde el mirador económico, es posible señalar que los momentos actuales son el

espacio de desarrollo del capitalismo cognitivo, un nuevo sistema de acumulación "...cuyo nuevo modelo productivo (...) se caracteriza a la vez por el ascenso del trabajo inmaterial y por la inteligencia colectiva, tomada como primer factor de la producción, o sustancia real, tanto de la riqueza como del valor" (Moulier:2007:108).

Hoy en día se despliega ese sistema económico centrado en el conocimiento, la tecnología, la información y la comunicación, y el cual coloca a la producción de conocimiento como el principal eje de valoración del capital.

Es menester precisar que el "capitalismo inmaterial" es un "capitalismo neoliberal", en tanto se está desarrollando sobre la base de este último un esquema económico-político modelado en los albores de la década de los ochenta para salir de la crisis del régimen de acumulación fordista, el cual requería de una nueva estrategia de inserción en la economía global.

Desde la dimensión tecnológica, es clave tener claro que la nueva etapa del capitalismo avanzado se está construyendo a partir de importantes

desarrollos, de cuya secuencia forma parte. Se trata de lo que se ha dado en llamar la *Revolución 4.0*, o *Cuarta Revolución Industrial*. Ésta es un fenómeno complejo, en tanto involucra una fusión de tecnologías del mundo físico, digital y biológico que transformará las cadenas de valor a nivel planetario, con los datos como insumo cardinal.

En palabras de Nick Srnicek (2018:13): "... con una prolongada caída de la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo se volcó a los datos como modo de mantener el crecimiento económico y la vitalidad, de cara al inerte sector de la producción".

Esa nueva etapa gravita fundamentalmente en una triada tecnológica: la Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y la 5G, desarrollos vinculados estrechamente con la recopilación de grandes cantidades de datos (Big Data), el uso de algoritmos para procesarlos y la interconexión masiva de sistemas y dispositivos digitales procedentes de la quinta generación de comunicaciones inalámbricas (conocida como 5G). Como se sabe, los desarrollos tecnológicos antes señalados conllevan

serias amenazas para los derechos humanos en la era digital.

Potenciado por el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el “capitalismo del conocimiento” está generando mayor intensidad en el trabajo, jornadas más largas y contratos desventajosos. Tal proceso de precarización del trabajo está teniendo ya graves consecuencias sociales, entre otras, el ahondamiento de la desigualdad.

En el plano político, en los comienzos del Siglo XXI, cuando el esquema del neoliberalismo había tomado cuerpo, se hizo evidente una mayor participación de la sociedad a nivel mundial. Fue desde la trinchera del altermundismo surgido en el marco de la crisis económico-financiera y la exclusión social que comenzó a generar el esquema del neoliberalismo, implantado a partir de los años ochenta, como se registraron grandes movilizaciones sociales, con Internet como herramienta e instrumento de organización. Ese fenómeno fue tomando mayor presencia rápidamente, con manifestaciones políticas que rebasaron el plano local y asumieron un nivel más allá de las fronteras. Una ola

de movilizaciones que se propagó a más de setenta naciones del mundo (entre ellas, como se señalará más adelante, México) y amplió sus temas a las demandas de las minorías raciales, étnicas y de inmigrantes contra el desplazamiento físico y cultural implantado en varios países.

Esas manifestaciones remiten al importante asunto de la participación política de los ciudadanos en los asuntos que les involucran, ejercicio que hoy en día se ha acrecentado mediante el uso de la red. Es así como para algunos estudiosos hizo acto de presencia el llamado *ciudadano digital*, entendido como “... aquel individuo, ciudadano o no de otra comunidad o Estado, que ejerce la totalidad o parte de sus derechos políticos o sociales a través de Internet (Robles:2014:55).

De los derechos humanos a los derechos digitales

La cuestión de los derechos humanos parte del complejo escenario antes descrito a rasgos generales. Como señala Bustamante (2001:1): “...el desarrollo social y moral del ser humano no ha sido nunca opaco al desarrollo de las realidades técnicas científicas”. Por ello, el proceso de

construcción de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) obliga a tener presente la evolución de los derechos humanos. Según el autor citado, los derechos civiles y políticos de “primera generación” son aquellos que inciden sobre la expresión de libertad de los individuos frente al Estado. Se trata de prerrogativas que se apoyan en la filosofía de la Ilustración y en las teorías del contrato social.

Igual de acuerdo con Bustamante, los derechos de “segunda generación” surgen desde “una tradición de pensamiento humanista y socialista” (...), “son de carácter económico y social e inciden sobre la expresión de igualdad de los individuos”, con cierta intervención del Estado para garantizarlos y compensar las desigualdades. Sus temas han sido el acceso a la educación, el trabajo, la salud y la protección social, entre otros. Una tercera generación de derechos está constituida por los llamados “derechos de solidaridad”. Se trata de los derechos a entornos multiculturales, donde la tolerancia y la diferencia han de ser reconocidas.

Ese conjunto de aspiraciones y demandas, que han ido tomando forma en las últimas décadas, al decir de Bustamante Donas, “abre las nuevas formas que cobran los derechos de primera, segunda y tercera generación en el entorno del ciberespacio, es decir, la *cuarta generación* de los derechos humanos” (2007:17).

Referirse a los “nuevos derechos humanos” en los tiempos de la SIC remite directamente a la esfera de Internet. Sin embargo, de acuerdo con González (2008:5), aquellos constituyen “... nuevas manifestaciones de los derechos de primera, segunda y tercera generaciones; con otras palabras, son los mismos derechos de las generaciones indicadas, pero en nuevos entornos y frente a nuevas amenazas”.

Dicho lo anterior, no cabe duda de que entre esos “nuevos entornos” para los derechos humanos figura el ciberespacio, como un marco en el cual se construye la sociedad digital. Tal es la genealogía de los llamados *derechos digitales*, definidos como “los derechos humanos en el entorno digital”. Es decir, como señala Bustamante (2001), la expansión de los derechos civiles,

políticos, económicos, sociales y culturales en el ciberespacio, en especial los relacionados con las TIC.

Entre ellos se encuentran las siguientes prerrogativas de los cibernautas: el derecho a la libre expresión en la red, el derecho de acceso a Internet y el derecho a la privacidad de datos, entre los más reconocidos a nivel internacional. Sin embargo, ante el avance de otros desarrollos tecnológico-científicos como el IoT o la IA se esbozan otros derechos emergentes.

Derechos digitales en México, asignatura pendiente

En los inicios de los años veinte del Siglo XXI, la situación de México es compleja. Desde las manifestaciones de violencia y transgresiones a los derechos humanos, hasta la expansión del crimen organizado, pasando por el empobrecimiento social, en los tiempos recientes el país ha venido atravesando una de las etapas más arduas de su historia moderna.

En el plano económico, las secuelas de la instauración hace más de treinta años del esquema neoliberal en el país continúan mostrando sus secuelas, entre

ellas un escaso y estancado crecimiento económico y una inagotable deuda externa. El nuevo gobierno, que tomó posesión en 2018, está buscando remontar esas difíciles condiciones.

En tanto a nivel político durante décadas prevaleció una tendencia hacia el autoritarismo que se refrendaba periódicamente con los triunfos sucesivos, vía fraude electoral, de los candidatos del Partido Revolucionario Institucional (PRI) por la presidencia de la república. Tales sucesos se producían mientras, como enfatiza Sánchez (2015), en el terreno de los medios de comunicación prevalecía “una estructura de propiedad y control”, en especial en la radio y la televisión, “altamente concentrados y centralizados”, no muy propicia para la democracia participativa e informada.

A partir del 2000, cuando por primera ocasión, luego de un dominio de setenta años de estancia del PRI en el poder ascendió a la presidencia un candidato de un partido político distinto de aquél, se abrió un periodo que suscitó esperanzas para la democratización nacional. Sin embargo, muy pronto las expectativas se derrumbaron ante la continuidad otorgada

por el nuevo régimen a las políticas de la etapa anterior. Ello haría posible el retorno en el 2012 de la vieja institución política a la silla presidencial. Sin embargo, como ya se señaló, el gobierno actual está buscando construir las bases para un nuevo régimen político.

En los primeros años del Siglo XXI, en el marco de dichas políticas y la dominancia de las empresas de TV en el escenario mediático mexicano, y sin una política clara para la incorporación de las TIC, fue patente la necesidad del sector de la radiodifusión de transitar hacia los nuevos escenarios digitales. En varios momentos de ese proceso los consorcios lograron influir, y hasta intervenir en el sentido de las políticas gubernamentales para el sector.

¿Cuándo surge en la agenda de la sociedad mexicana el importante asunto de los derechos digitales? Las primeras expresiones que visibilizaron su interés sobre el tema se registran en el 2009, con el movimiento *#Internetnecesario*, un hastagh que representó la defensa del derecho de acceso a Internet. Esto, por parte de una también naciente ciudadanía digital, con motivo de la instauración de un

impuesto de 3% a los servicios de telecomunicaciones, entre los cuales se incluía el uso de la red,

Aun cuando, de acuerdo con Natal, Benítez y Ortiz (2014) algunas de esas primeras experiencias "no lograron convencer a una masa crítica suficiente", el hecho es que revelaron a la sociedad mexicana la necesidad de defender el acceso a Internet, entendido ya como un servicio indispensable por sus usuarios.

En los inicios del gobierno 2012-2018, el panorama político nacional era conflictivo. En el marco de la reestructuración capitalista global, el presidente Enrique Peña Nieto envió al Congreso una serie de iniciativas, cuyo objetivo era el de conseguir más crecimiento económico y equidad social. Se trataba de las llamadas "reformas estructurales", presentadas como la clave para el desarrollo del país. Entre ellas sobresalía la Reforma de Telecomunicaciones, a la cual se habían incorporado algunos asuntos y propuestas en la materia que habían sido demandadas por décadas por la sociedad civil sin resultado alguno, pero que en esa etapa, en la coyuntura de la necesidad de los grandes

consorcios de TV para transitar a las comunicaciones digitales, fueron utilizadas como argumento progresista para lograr el aval de las fuerzas políticas en el Legislativo, en pos de la aprobación de la reforma.

En el 2013 se realizaron varias reformas a la Constitución de la República, entre ellas las de su artículo 6o, donde se incorporó un conjunto de derechos digitales. Destacan el libre acceso a Internet y banda ancha, el “derecho de integración” a la SIC y los derechos de los usuarios de las telecomunicaciones. Cabe hacer notar que ese instrumento jurídico también estableció que el espacio para la concreción y materialización de tales prerrogativas lo constituye la “estrategia de inclusión digital” del país, hasta ahora con un rezago importante.

En el 2014 se presentó el proyecto para la “ley secundaria” específica para el sector. Esa propuesta legal dio un viraje en puntos nucleares relacionados con los derechos digitales planteados en la Reforma Constitucional. Además de alejarse de las bases de aquélla, era contradictoria con otros de sus aspectos y hasta omisa con algunos más; incluso se le

consideró atentatoria de varios derechos sociales relacionados con las TIC. En suma, ese proyecto de ley equivalía a un retroceso.

Fue así como en abril del 2015, un grupo de activistas digitales y organizaciones sociales nacionales y extranjeras, agrupados en el movimiento *#DefenderInternet*, demandó al congreso que desechase la iniciativa mencionada, por constituir “un atentado en contra de la libertad de expresión y el derecho de los ciudadanos a Internet” (Rosagel, 2014:1).

Entre otros temas, la iniciativa incluía la supervisión gubernamental de la neutralidad de la red, la intervención de las comunicaciones privadas, la geolocalización y la retención de datos por parte de las empresas de telecomunicaciones, además de afectar la libertad de expresión. También, otras normas de ese proyecto legal tenían implicaciones varias para los derechos de los usuarios, en especial en temas como la vigilancia de las telecomunicaciones. *#DefenderInternet* hacía ver, asimismo, que esa iniciativa de ley autorizaba al gobierno a censurar la red por medio de la restricción de acceso y publicación de

contenidos, sin necesidad de una orden judicial. Por todo ello, ese movimiento demandaba la modificación de ese proyecto de ley.

Aun cuando la acción colectiva emprendida por las organizaciones logró se realizasen cambios para los artículos relacionados con la neutralidad de la red, no consiguió lo mismo en otros temas importantes, como los de geolocalización y vigilancia en tiempo real de las comunicaciones. En cuanto a la obligatoriedad para las empresas de telecomunicaciones del registro masivo de las comunicaciones y del historial de geolocalización de los dispositivos de los usuarios durante un periodo de dos años, sólo se logró que se añadiera, para efectos del acceso a ese acervo de datos, el requisito de contar con una orden judicial, como exigían las organizaciones.

Fue clara la influencia del poder mediático, en su vinculación con el interés del gobierno en turno de apuntalar a las telecomunicaciones como pilar de la economía mexicana, para que la iniciativa fuese aprobada en julio del 2014.

En el 2020 puede decirse que el ejercicio de los derechos digitales no se ha

hecho efectivo plenamente. Esto, tanto a partir de situaciones políticas, sociales y económicas con influencia en el proceso, como también en el insuficiente avance de cara a tal fin de las estrategias de inclusión digital del país.

Los desafíos

Como se aprecia a partir de lo anterior, el panorama que se presenta en México para el tema es arduo. Se considera que los problemas centrales para el avance del mismo son los siguientes:

Derechos humanos, derechos transgredidos

en el país la situación de los derechos humanos es por demás preocupante: desapariciones forzadas, ejecuciones extrajudiciales, tortura, inseguridad ciudadana y asesinatos de periodistas han sido desde hace tiempo y agravadas desde el 2006, conflictos recurrentes.

el *informe mundial 2019* de la organización human rights watch (hrw) ha descrito a detalle la situación actual sobre el tema, que resultaría largo incluir aquí. Baste un párrafo del documento, donde se señala que “el presidente Andrés Manuel López Obrador, que asumió la presidencia

en el 2018, heredó una catástrofe de derechos humanos originada en la violencia extrema de la delincuencia organizada y los abusos generalizados por parte de militares, policías y agentes del ministerio público." (hrw, 2019:1).

sobra resaltar que, en medio de ese ambiente convulso de amenazas, transgresiones o crímenes la defensa de los derechos digitales se topa con múltiples obstáculos y tensiones que limitan su avance. En las líneas que siguen se señalan los más relevantes.

Desigualdad, rezago ancestral

La desigualdad, que se ha ahondado en las últimas décadas, es un gran lastre para el desarrollo del país: de acuerdo con OXFAM México, 53.3 millones de mexicanos viven en la pobreza, mientras sólo el 10 por ciento más rico acapara el 64.4 por ciento de las riquezas nacionales en su conjunto (Esquivel:2015:15). Dado que la desigualdad que se vive redonda en exclusión social y genera graves repercusiones para su desarrollo, constituye un factor con impacto en el proceso nacional hacia la democracia plena, y con ello, a un orden político-social más inclusivo.

Como una de las secuelas de esa situación, la lucha por la sobrevivencia se constituye en la preocupación casi única o central de parte considerable de los mexicanos, alejados por la lucha del día a día de asuntos que impactan directamente en su propia condición, pero que no aparecen en la lista cotidiana de preocupaciones inaplazables.

Una resultante de lo anterior es el extendido desconocimiento de los mexicanos de sus propios derechos, aun los fundamentales. En otros sectores, con una situación socioeconómica distinta, se refleja un desinterés hacia el tema, originado quizá por la apatía hacia "la política".

Como lo demuestran algunos estudios (INE y COLMEX: 2014; Somuano y Nieto, 2016), en México, en este asunto el trecho por recorrer es largo. Tales investigaciones muestran que

"...la idea de ciudadanía en México no tiene qué ver con el ejercicio de un derecho a participar y exigir resultados, sino con cumplir con la ley, votar y pagar impuestos" (Somuano y Nieto:2016:71). También, dicho análisis enlista como parte de sus significativas conclusiones que los mexicanos, en su papel de

ciudadanos, son “generalmente pasivos y reactivos”

y que cuando participan, lo hacen preferentemente “por razones altruistas o de manera coyuntural o individual” (Somuano y Nieto:2016:74).

Así pues, en México los ciudadanos no se asumen como sujetos de derechos, sino más bien como integrantes (y no exactamente como participantes) de una comunidad que “cumple” con algunas obligaciones ineludibles. Se trata de una visión que se aleja de nociones ampliamente reconocidas, donde la participación y las obligaciones del ciudadano se integran y desempeñan un papel nuclear.

En contraste, en México ser ciudadano significa aún pertenecer a una nación, tener un comportamiento cívico, cumplir con el compromiso de votar en etapas electorales, respetar las leyes y pagar impuestos. Tales características se ajustan a las que Brubaker (1989, 1992, citado por Alvarez, 2019:87)) definió como la *ciudadanía formal*, opuesta a la que denomina como la *ciudadanía sustantiva*. Si la primera implica básicamente “una pertenencia formal y una acreditación

como miembro de una comunidad política (un “Estado-Nación”), la segunda equivale al “reconocimiento de derechos civiles, políticos y sociales, y de la posibilidad de participación en ciertos asuntos de gobierno” (Alvarez:2019:87).

Habría que observar si existen transformaciones en la noción sobre lo que para los mexicanos significa “ser ciudadano”, luego de los sucesos políticos suscitados a partir del cambio de gobierno del 2018, que suscitó una amplia participación de un sector de la sociedad. Ello podría constituir la base de un proceso para un mayor interés y ejercicio de los derechos digitales en el país.

La brecha digital

Existe un fenómeno sumado a los anteriores que atora el avance del involucramiento social en el tema de los derechos digitales en México. Se trata de las notorias diferencias existentes entre quienes pueden contar con acceso, uso y apropiación de las tecnologías digitales y quienes no.

La brecha digital es un persistente problema que aún alcanza a una parte considerable de la población, sobre todo en

las zonas rurales. En efecto, de acuerdo con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información (ENDUTIH) 2019, la más reciente, en el país existe un total de 74.3 millones de internautas (equivalente al 65.8 % de la población), por lo cual resulta que casi 46 millones continúan sin acceso, uso y apropiación de la red. Adicionalmente, está el hecho de que este porcentaje se encuentra concentrado en las grandes ciudades.

Más a esa brecha de acceso hay que sumar otras disparidades digitales que no han sido particular motivo de atención hasta el momento. Se trata de la “brecha etaria”, la “brecha de género” o la “brecha de usos”, entre otras de las vertientes de este fenómeno.

Y si bien existen experiencias en el país, algunas de ellas sobresalientes, de apropiaciones sociales de la tecnología, ya sea a título comunitario o a nivel individual, el hecho es que el país no está experimentando un avance sustantivo en la materia, situación que afecta la participación y desarrollo de los ciudadanos en la SIC. Esas y otras muchas cifras impiden en los hechos que muchos

mexicanos se acerquen, utilicen y se apropien de las tecnologías y, en consecuencia, conozcan y ejerzan los derechos digitales establecidos por la Reforma Constitucional del 2013.

Ya sea por la insuficiente conectividad disponible, la escasez económica para cubrir los costos que implica el uso de las redes, la falta o insuficiencia de destrezas digitales para el manejo de las tecnologías, la capacidad intelectual para el tratamiento de la información y la habilidad para aplicar tales recursos a situaciones sociales, una parte importante de los mexicanos no pueden aprovechar y aplicar las TIC a sus prácticas y necesidades. La carencia de alguna o varias de las citadas condiciones frena sensiblemente, limita o hasta clausura la opción de futuro de una parte importante de la población para participar y desarrollarse en la nueva sociedad que se construye y ejercer en ella los nuevos derechos.

Cabe apuntar que la Estrategia Digital Nacional (EDN), propuesta por el gobierno 2012-2018 para remontar la brecha digital en el país no alcanzó sus metas. En cuanto al nuevo gobierno, cuyas acciones en la materia recién comenzaron con el

programa *Internet para Todos*, debió disminuir la velocidad de su implementación, con énfasis en el rubro de la conectividad a partir de las crisis sanitaria y económica generadas por la pandemia del coronavirus.

Insuficiencias del marco jurídico

Ya para concluir, entre los retos que han de resolverse para el avance del tema se encuentra el del marco jurídico mediante el cual se establecieron los derechos mencionados en este trabajo. Esto porque, aun cuando dichas prerrogativas se hayan establecido y garantizado en la propia Constitución de la República, dado que éstas no fueron reglamentadas (es decir, definidas y desglosadas para efectos de su aplicación) su materialización es lejana.

La situación expuesta aquí a grandes rasgos permite apreciar que el tema de los derechos digitales avanza en México de forma lenta y a contracorriente, entre tensiones encontradas entre sí que parecieran no encontrar su cauce. Sin embargo, ya resalta en el panorama la actividad de ciudadanos quienes, como

residentes del ciberespacio, ejercen y defienden sus derechos en ese ámbito. El proceso ya ha comenzado.

Referencias

ALVAREZ ENRÍQUEZ, LUCÍA, *(Re)pensar la ciudadanía en el Siglo XXI*, México, Editorial Juan Pablos/UNAM, 2019.

BUSTAMANTE DONAS, J., "Hacia la Cuarta Generación de Derechos humanos. Repensando la condición humana en la sociedad tecnológica", en *CTS+i: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación* (I), en www.oei.es-revistactsi, núm. 1.

"Los Nuevos Derechos Humanos: Gobierno Electrónico e Informática Comunitaria", en *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, vol. 4, núm. 2, may-ago, Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela, 2007.

CORDERA, ROLANDO, *Más allá de la crisis. El reclamo del desarrollo*, México, FCE, 2015.

ESQUIVEL, GERARDO, *Desigualdad extrema en México. Concentración del*

poder económico y político, México, OXFAM-México, 2015.

GONZÁLEZ ALVAREZ, ROBERTO, "Aproximaciones a los Derechos Humanos de Cuarta Generación", en *Revista Electrónica de Ciencia, Tecnología, Sociedad y Cultura*. Recuperado de: tendencias21.net/derecho/attachement/113651, 22 de abril del 2020.

HAMELINK, CEES, *Ética del ciberespacio*, London, Sage, 2000.

HUMAN RIGHTS WATCH (HRW), *Informe mundial 2019 de Derechos Humanos*, disponible en: hrw.org/es/world-report/2019/country-chapters/326034.

Recuperado el 30 de abril del 2020.

INEGI, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información (ENDUTIH) 2019*. Disponible en:

<http://www.inegi.org.mx/programas/dutih/> 2018. Consultado el 22 de julio del 2018.

MOULIER BOUTANG, YANN, *Le capitalisme cognitif: la nouvelle grande transformation*, Amsterdam, Pans Editions, 2007.

NATAL, ALEJANDRO, BENÍTEZ, MÓNICA Y ORTIZ, GLADYS (coords),

Ciudadanía digital, México, Editorial Juan Pablos-UAM, 2014.

ROBLES, JOSÉ MANUEL, *Ciudadanía digital. Introducción a un nuevo concepto de ciudadano*, Barcelona, Editorial UOC, 2014.

ROSAGEL, SHAILA, "ONG y activistas nacionales y extranjeros abren jornada de protesta contra EPN para #DefenderInternet", en sinembargo.mx (en línea), 21 de abril del 2014. Disponible en: [http://sinembargo.mx/21-04-](http://sinembargo.mx/21-04-2014/968781)

2014/968781. Consultado el 3 de agosto de 2018.

SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE, *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*, México, Universidad de Guadalajara, 1992.

- "Recuperar la Crítica. Algunas Reflexiones en Torno a las Industrias Culturales en Iberoamérica en los Últimos Decenios", en Trejo, R., Sánchez Ruiz, E., y Fuentes, R., *¿Qué pasa con el estudio de los medios?*, Salamanca, Editorial Comunicación Social, 2011.

- "Los Medios de Comunicación Masiva en México, 1968-2000", en Bizberg, Ilán y Meyer, Lorenzo, *Una historia*

contemporánea de México. Actores, México, Oceano, 2015.

SOMUANO, MARIA F. Y NIETO, FERNANDO, *Ciudadanía en México. ¿Ciudadanía Activa?*, México, El Colegio de México/INE, 2018. Disponible en; <http://portalanterior.ine.mx/archivos2/sD>

ECEYEC/EducacionCivica/Ciudadania-Activa.pdf. Consultado el 12 de septiembre de 2018.

SRNICEK, NICK, *Capitalismo de plataformas*, Buenos Aires, Editorial C aja Negra, 2018.

Bolhas ideológicas e polarização: o Twitter como ferramenta estratégica de discursos políticos populistas no Brasil e na Bolívia

Ideological bubbles and polarization: Twitter as a strategic tool for populist political discourses in Brazil and Bolivia

Matheus Ribeiro Pereira ⁵³

Resumen: O presente artigo argumenta que os candidatos políticos têm utilizado as redes sociais para implementar discursos populistas em um contexto onde as bolhas ideológicas e a polarização despertam interesses extremistas.

Palabras Clave: Twitter, bolhas ideológicas, populismo

Abstract: This paper argues that political candidates have been using social networks to implement populist discourses in a context where ideological bubbles and polarization arouse extremist interests.

Key words: Twitter, ideological bubbles, populism

O século XXI está sendo marcado pela notoriedade das inovações tecnológicas,

pela difusão de informações de forma ampla, e pelo surgimento de novas

⁵³ Mestrando em Gestão da Economia Criativa (ESPM - Rio), Pós-Graduado em Comunicação Organizacional Integrada (ESPM- Rio), Bacharel em Comunicação Social (UCAM). Pesquisador no Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP). Brasil. matheusr419@gmail.com

possibilidades de interação e comunicação, resultados da Quarta Revolução Industrial. Levando em consideração estas três características, evidenciam-se as redes sociais, pois, além de terem reduzido os espaços territoriais entre conexões das mais variadas vertentes e ampliarem a velocidade de circulação das informações, possibilitaram a formatação de um novo tipo de sociedade, que é tanto consumidora quanto produtora de novas ideias (Torres, 2009).

As vinculações sugeridas pelas redes sociais proporcionaram uma avalanche de novas informações, viabilizaram a redução do sentimento de isolamento e fortaleceram o colaborativismo (Recuero, 2009; Wenger, 2011), entretanto, atualmente, as plataformas têm se destacado mais por serem utilizadas em outro contexto: na fomentação das bolhas ideológicas, na formatação de estratégias de dominação e na polarização. Neste sentido, vem se destacando nas novas mídias usuários mais narcisistas na exposição de seus pensamentos e propensos a procurar informações que alinhem com suas ideias preconcebidas, fato este que auxilia na fomentação de

grupos identitários e origina a sensação de pertencimento. Assim como explicado por Niall Ferguson, esta divisão da sociedade em grupos nos quais possuam maior identificação acentua o processo de incivilidade, pois polarizam tanto os debates online que levam a sociedade a um ponto de declínio, onde os discursos ficam mais ofensivos e extremistas (Ribeiro, 2017).

A formatação de bolhas não ocorre somente devido a um condicionamento humano, as próprias mídias sociais já subordinam a sociedade a esta estrutura narcísica, sendo que o que é apresentado no mural de cada usuário é selecionado de acordo com uma filtragem exercida por algoritmos (Pariser, 2012). Este afunilamento de informações exclui o que a plataforma não acha interessante, com base no perfil que foi projetado para este usuário, e expõe apenas as ideias que lhe são afins (Pariser, 2012). Estas seleções mecanizadas das informações ampliam o consumo de notícias idealizadas de/para/entre um mesmo grupo, impossibilitando respostas divergentes e interações com usuários de pensamentos distintos, atravancando, assim, um

processo que poderia favorecer um maior enriquecimento cultural e viabilizar possibilidades de se obter conclusões mais criativas a determinados questionamentos e dinâmicas. Como informado por Almeida e Doneda (2016), o efeito desse mecanismo faz com que as pessoas sejam expostas prioritariamente a questões e ideias semelhantes às suas próprias visões de mundo.

Com base nestas premissas e na afirmação de Sankiewicz (2011), de que a democracia tem total relação com um público bem informado e que o efeito das bolhas ideológicas reduzem as possibilidades de se exercitar o contraditório e o aprofundamento nas questões sociais, e, também, mitiga o direito da resposta, esta pesquisa questiona como os candidatos políticos têm utilizado as bolhas ideológicas nas redes sociais e a relação direta com o eleitor para promover suas candidaturas, e possui como argumento central que os candidatos, tanto de esquerda quanto de direita, têm utilizado as novas mídias sociais como ferramentas de ampliação de discursos populistas na construção de suas campanhas eleitorais. A partir disto, para

testar a hipótese sugerida e analisar as estratégias narrativas adotadas no Twitter durante campanhas eleitorais, foram selecionados os casos do Brasil, em 2018, de Jair Messias Bolsonaro, e da Bolívia, em 2019, por meio de Evo Morales Ayma, através da identificação de características do populismo em suas postagens. Para escolha destes candidatos foram consideradas o alcance do maior número de votos no resultado do pleito e a utilização massiva das redes sociais no decorrer das campanhas.

O método adotado foi uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, tendo investigado uma série de discursos empregados no Twitter por Bolsonaro, entre os dias 08 e 27 de outubro de 2018, e Evo Morales, entre os dias 29 de setembro e 18 de outubro de 2019, descrevendo o pertencimento ou não destes fenômenos na realidade populista (Triviños, 1987). Concomitantemente foi realizada uma Análise do Discurso, seguindo a compreensão de que há uma relação entre língua/ideologia (Pêcheux, 1993) e percebendo ideologia como a forma que o indivíduo se posiciona ao se filiar a um discurso, havendo relação direta com a

construção de um imaginário inconsciente. Verificando, assim, se nos tweets postados pelos candidatos foram evidenciadas práticas populistas e em qual fator ela se sobressai. Considerou-se, desta forma, se os candidatos Bolsonaro e Evo Morales proferiram discursos que promoveram o antielitismo, o antipluralismo, o seu impulsionamento através de tragédias sociais, o antiestablishment ou os agenciam como líderes carismáticos (Muller, 2016; Laclau, 2005).

Nos discursos propostos pelos candidatos percebeu-se a propensão por evocar tweets que acentuavam a polarização, seja de esquerda ou de direita. Como proposto no argumento central da pesquisa, os candidatos aproveitaram-se das redes sociais e a utilizaram como plataforma de propagação de estratégias populistas, mobilizando a aproximação com eleitor e a fomentação de bolhas ideológicas para isso.

Apesar de notoriamente adentrarem em táticas distintas, Bolsonaro mais interessado no antipluralismo, através de ataques diretos ao Partido dos Trabalhadores, e em demonstrar seu carisma, a partir de contato direto com os

seus seguidores, e Evo Morales mais voltado para o engajamento através de seus feitos governamentais, acentuando sua liderança, e em se posicionar como antielitista para preservar sua interação já formatada com os mais pobres, os dois candidatos pareceram obter algumas característica discursivas populistas em comum: a manutenção da polarização e o posicionamento como o único representante dos interesses do povo, apesar de cada um ter um olhar diferente sobre o que representa o perfil popular. Tanto Jair Bolsonaro quanto Morales, através dos seus tweets e de uma linguagem que vai do moral ao emocional mostraram estar mais interessados em produzir visões extremas dos seus pensamentos do que preocupados nas consequências que isso poderia causar.

Neste contexto de Democracia Digital as declarações por meio de discursos demagogos corroboram para certa vantagem eleitoral através das mídias sociais, o que não garante, como Scruton (2017) argumenta, o conhecimento do eleitor sobre as plataformas de campanha e esvazia a responsabilidade discursiva dos atores políticos no processo eleitoral.

Refêrencias

Almeida, V., & Doneda, D. (2016, novembro 8). Mecanismos invisíveis de polarização política. Valor Econômico. Recuperado de <https://www.pressreader.com/brazil/valor-econ%C3%B4mico/20161108/281754153890359>.

Avendaño, T. C. (2018, agosto 9). Violência no Brasil alcança novo recorde e expõe desigualdade na segurança. El País. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/09/politica/1533834219_933937.html.

Barría, C. (2017, outubro 29). Como a Bolívia se tornou o país que mais cresce na América do Sul. BBC Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41753995>.

Bobbio, N., Matteucci, N., & Pasquino, G. (1986). Dicionário de política. Brasília: UnB.

Colomé, J. P., & Llaneras, K. (2016, novembro 16). De Trump a Maduro: o que é exatamente o populismo?. El País. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479150607_282338.html.

4/internacional/1479150607_282338.html

Facebook. Como o Feed de notícias funciona [Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/help/1155510281178725>.

Fausto, B. (2006, fevereiro 17). O neopopulismo na América Latina. Folha de São Paulo. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1702200609.htm>.

Ferreira, J. (2001). O nome e a coisa: o populismo na política brasileira. In Ferreira, J. (Org.), O populismo e sua história – debate e crítica (4a ed., Cap. 2, pp. 59-124). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Fonseca, J. J. S. (2002). Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC.

García, M. F., Daly, A. J., & Supovitz, J. (2015). Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. El caso de los Common Core State Standards. REDES - Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales, 26(1), 53-75. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5565/rev/redes.531>. doi: 10.5565.

Germani, Gino, Di Tella, T., & Ianni, O. (1973) *Populismo e contradições de classe na América Latina*. Buenos Aires: Eudeba.

Gomes, A. C. (2001). O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. In Ferreira, J. (Org.), *O populismo e sua história: debate e crítica* (4a ed., Cap. 1, pp. 17-58). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Hardt, M., & Negri, A. (2000). *Empire*. Paris: Exils.

Inglehart, R., & Norris, P. (2016). Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash (Harvard Kennedy School Faculty Research Working Paper Series RWP16-026). Recuperado de <https://www.hks.harvard.edu/publications/trump-brexit-and-rise-populism-economic-have-nots-and-cultural-backlash>.

Ionescu, G., & Gellner, E. (1969). Introduction. In Ionescu, G., & Gellner, E. (Org.), *Populism – Its Meanings and National Characteristics*. London: Weidenfeld and Nicolson.

Krastev, I. (2007, setembro 18). The Populist Moment. *Eurozine*. Recuperado de <https://www.eurozine.com/the-populist-moment/>.

Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London: Verso.

Mansur, A. (2016, novembro 9). Por que a vitória de Trump reflete o mundo das redes sociais. *Época*. Recuperado de <https://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2016/11/por-que-vitoria-de-trump-reflete-o-mundo-das-redes-sociais.html>.

Mariani, D., Takahashi, F., Ducroquet, S., & Almeida, T. (2019, maio 8). Criação de bolhas no Twitter não é espontânea, diz pesquisador. *Folha de São Paulo*. Recuperado de <https://temas.folha.uol.com.br/gps-ideologico/as-bolhas-na-rede-social/criacao-de-bolhas-no-twitter-nao-e-espontanea-diz-pesquisador.shtml>.

Mouffe, C. (2017). O desafio populista. *Revista do Instituto Humanitas Unisino* (Ed. 508). Recuperado de <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/6937-o-desafio-populista>.

Müller, J. (2016). *What is Populism?* Filadélfia: University of Pennsylvania Press.

Müller, J. (2017). *Populistas: as causas da eleição de Trump – e o que ele pode fazer na Presidência*. *Revista Piauí* (Ed. 24)

Recuperado de
<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/populistas/>.

Ortellado, P., & Ribeiro, M. M. (2018, agosto 10). Gráficos mostram polarização política nas redes sociais no Brasil. Revista Galileu. Recuperado de <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2018/08/graficos-mostram-polarizacao-politica-nas-redes-sociais-no-brasil.html>.

Pariser, E. (2012). O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. São Paulo: Zahar.

Pêcheux, M. (1993). Análise automática do discurso. In: Gadet, F., & Hak, T. (Orgs.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux (2a ed., Cap. 3, pp. 61-105). Campinas: Ed Unicamp.

Recuero, R. (2009). Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina.

Ribeiro, A. P. (2017, novembro 29). Polarização das redes sociais faz sociedade viver estado de 'incivilidade', diz historiador. O Globo. Recuperado de [https://oglobo.globo.com/brasil/polarizacao-das-redes-sociais-faz-sociedade-viver-](https://oglobo.globo.com/brasil/polarizacao-das-redes-sociais-faz-sociedade-viver-estado-de-incivilidade-diz-historiador-22127223)

[estado-de-incivilidade-diz-historiador-22127223](https://oglobo.globo.com/brasil/polarizacao-das-redes-sociais-faz-sociedade-viver-estado-de-incivilidade-diz-historiador-22127223).

Sankiewicz, A. (2011). Quando é devido o direito de resposta? Direito Público 8(38), 27-46. Recuperado de <http://dspace.idp.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/686>.

Scruton, R. (2019). Populism, VII: Representation & the people. The New Criterion 38(4). Recuperado de <https://newcriterion.com/issues/2017/3/populism-vii-representation-the-people>.

Singer, A. (2015). O lulismo nas cordas: Depois de uma década virtuosa, marcha rooseveltiana perde o rumo e chega ao final de 2015 perto do colapso. Revista Piauí (Ed. 111). Recuperado de <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-lulismo-nas-cordas/>.

Triviños, A. N. S. (1987). Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas.

Torres, C. (2009). A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora.

Weffort, F. (1978). O populismo na política brasileira. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Wenger, E. (2000). Communities of practice and social learning systems. Sage Journal 7(2), 225-246. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/135050840072002>.

Wolf, E. (2019, fevereiro 10). Populismo e demagogia na era da democracia digital.

Estadão. Recuperado de <https://estadodaarte.estadao.com.br/populismo-e-demagogia-na-era-da-democracia-digital/>.

Worsley, P. (1973). O conceito de populismo. In Tabak, F. (Org.), Ideologias – populismo (1a ed., Cap. 1, pp. 23-67). Rio de Janeiro: Eldorado.

Ciberactivismo y nuevas formas de comunicación política

Cyberactivism and new forms of political participation

María Beatriz Arce Málaga

Resumen: Las posibilidades que brinda el ciberespacio para nuevas formas de participación política. Las nuevas narrativas de comunidades de interés como forma de construir identidad e impulsar el cambio social. Una lectura del proceso de cambio desde el modelo de Comunicación para el Cambio Social y de la transformación del espacio público desde el modelo multifuncional.

Palabras Clave: Cambio social, ciberespacio, comunidades de interés, nuevas narrativas.

Abstract: Political participation possibilities enabled by the cyberspace. The new narratives generated by communities of interest as a way to define their identity and promote social change. Communications for Social Change Model (CCS) as a tool to analyze the social change process and the multifunctional model to observe the public space transformation.

Key words: Social change, cyberspace, communities of interest, new narratives.

Tema central

Se observa el ciberespacio como una esfera pública de ejercicio de ciudadanía

que posibilita nuevas formas de participación política a través de narrativas que se contraponen a los discursos hegemónicos dominantes en los medios de

comunicación y otras esferas del espacio público. Cuando los actores sociales, germen de la transformación, logran llevar los reflectores hacia estas nuevas narrativas, los medios terminan cumpliendo un rol de caja de resonancia de la red, recogiendo, ampliando y en algunos casos apropiándose de los contenidos surgidos en el espacio on-line.

Es en este espacio en que las agendas que reivindican la diversidad han cobrado presencia a partir del *ciberactivismo*, tal es el caso, por ejemplo, de los colectivos LGBTBIQ que promueven la unión civil entre personas del mismo sexo y otras reivindicaciones a sus derechos; de las colectivas feministas que denuncian el acoso sexual o promueven la despenalización del aborto en casos de violación o el de las diversas comunidades ambientalistas que reclaman desde justicia climática hasta un mar libre de plástico. Estas comunidades – denominadas de involucramiento permanente – trascienden los colectivos de origen y logran seguidores y aliados en el ciberespacio, aunque no haya sido éste el ambiente de su inyección.

Cabe preguntarse entonces ¿hasta qué punto esta solidaridad orgánica podrá

extenderse fuera de las redes para incidir en espacios de toma de decisión, y lograr finalmente, por ejemplo, la aprobación de la unión civil y la despenalización del aborto en casos de violación? Habrá que observar lo que suceda cuando los mecanismos que ofrece la red distribuida a las comunidades de interés entren en directa coalición con los de redes centralizadas y descentralizadas de información, y por tanto de poder en los claustros más tradicionales de la sociedad.

Entonces, ante la pregunta “¿qué sucede cuándo una estructura distribuida se enfrenta a una descentralizada? Pues que la distribuida lleva las de ganar en capacidad de movilización y rapidez de reflejos”. (Ugarte, 2007: 57) Quizá los casos mencionados líneas arriba sean emblemáticos en nuestra sociedad para ilustrar la afirmación anterior. Se tomará el caso de las colectivas feministas para el análisis.

¿Cómo pasar entonces de este activismo on-line a una participación ciudadana que logre consolidar una agenda de incidencia política de manera más sostenible?

Pareciera que vamos por buen camino, aunque el proceso de maduración de esta participación sea lento y carezca aun de consistencia en términos de agenda:

“To have a real impact on society, and also subsequently on the formal democratic process, a direct action or an innovative idea must be able to generate citizen and political support. This in turn requires, amongst others, mobilization, attention in the mainstream media and building coalitions with other civil society organizations”. (Cammaerts, Carpentier, 2007: 279)

A decir de la cita anterior, el impacto en la democratización de la agenda pública está garantizado, en términos de apoyo ciudadano y político – aunque habría que considerar los discursos en pugna y la oposición de determinados sectores dominantes. Asimismo, los elementos de movilización, atención mediática y construcción de coaliciones en la sociedad civil organizada son ya evidentes.

Objetivos:

Motivar la reflexión y la discusión sobre las posibilidades que ofrece la red distribuida para el ejercicio de ciudadanía y

como un espacio de participación política y de reafirmación de identidades colectivas.

Identificar, de acuerdo al modelo de Comunicación para el Cambio Social, los elementos que caracterizan a las comunidades de interés como agentes de transformación social a través de su acción política en el ciberespacio, y desde el modelo multi-funcional, describir cómo esta acción trasciende el espacio on-line

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

¿Es la red distribuida una incubadora de nuevas formas de manifestación política o es su función -como válvula de escape de la indignación ciudadana- simplemente instrumental?

¿Qué aportes brinda el modelo de comunicación para el cambio social para el análisis de las comunidades de interés insertas y activas en la red distribuida?

¿Cuáles son las estrategias de ejercicio de ciudadanía que se aprecian desde una mirada multifuncional del espacio público?

Veamos los dos modelos propuestos para el análisis:

Modelo multi-funcional: explica la convergencia entre el espacio off-line, on-line y medios masivos.

Para la explicación de este modelo se rescata la definición de espacio público de Wolton: "el espacio público es el espacio simbólico en el que se oponen y se responden los discursos en su mayor parte contradictorios, formulados por los diferentes actores políticos, sociales, religiosos, culturales, intelectuales, que componen una sociedad". (Wolton, 1998:114)

Las redes sociales son el espacio on-line por excelencia para la contraposición de discursos en pugna. Frente a la narrativa oficial de los medios de comunicación masiva dictada por los grupos hegemónicos, y al cierre del espacio público off-line, la calle, por el distanciamiento social impuesto por la pandemia, el espacio on-line cobra renovada vigencia..

El modelo multi-funcional permite observar la forma en que los contenidos

discurren entre estos tres espacios: off-line, on-line y medios de comunicación masiva.

Con la aparición de la internet, una de las primeras dinámicas generadas dio cuenta del traslado de contenidos mediáticos al espacio on-line, a través de hipervínculos que re-dirigen contenidos creados para un formato no virtual. Luego, con la democratización de internet y el auge de la red distribuida, los medios masivos son forzados a la transmedialidad. Los internautas, en tanto prosumidores, ya no solo co-crean contenidos, si no que generan plantillas, formatos y aplicaciones que trasladan el péndulo de la comunicación hacia el espacio virtual. Un acontecimiento ocurrido en el espacio real, recogido por un aplicativo móvil, se viraliza y llega a las pantallas de televisión como un "re-frito". Este modelo, entonces, nos permite observar cómo las dinámicas de construcción de sentido de los distintos actores sociales se desplazan entre estos tres espacios.

ESTRATEGIA MULTIFUNCIONAL

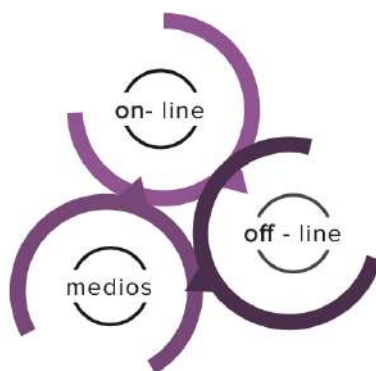


Gráfico 1 (elaboración propia)

Modelo de Comunicación para el Cambio Social (CCS): explica el comportamiento de las comunidades de interés a partir de los procesos de diálogo de comunidades (principalmente en el espacio on-line) y acción colectiva (principalmente en el espacio off-line)

Se define Comunicación para el Cambio Social como *"un proceso de diálogo público y privado a través del cual las personas definen quiénes son, qué es lo que quieren y cómo lo pueden lograr"*. (Figuerola, Kincaid, Rani, Lewis, 2002:ii)

El modelo permite observar entonces a:

Los actores: un proceso en que las personas definen "quiénes son" a través del diálogo, implica la construcción de identidad a partir de la generación de sentido.

Las condiciones: la dinámica del proceso de cambio, es decir "cómo lo pueden lograr" implica un diálogo de comunidades y una acción colectiva bajo determinadas condiciones que impactan dicho proceso

Los intereses: un proceso para determinar "lo que (las personas) quieren", implica un abordaje a partir de los intereses. Estos intereses demarcan a su

vez los límites de quiénes quedan dentro y quiénes fuera en la construcción de identidad.

El impacto del cambio

Asimismo, se puede apreciar las características de la CCS como proceso: endógeno, relacional e iterativo.

Proceso endógeno

Los actores son agentes de cambio y provienen del mismo sistema – para este caso – comunidades de interés. El proceso puede iniciarse por un disparador o detonante externo: acceso a nueva tecnología, política pública o programa que aborde el problema social, disponibilidad de recursos, conflictos o vulneración de derechos, etc. sin embargo, el protagonismo en el proceso de cambio lo tienen los propios actores sociales.

Proceso relacional

La CCS es un proceso dialógico, donde los actores construyen una visión común que guía el proceso, tanto a nivel de diálogo de comunidades como de acción colectiva. Este proceso relacional de la comunicación

puede incorporar un enfoque estratégico (de comunicación dirigida), pero este provendrá de los propios actores. Más que un intercambio de información, lo que se genera es la co-creación de contenidos. La producción y reproducción de sentido es un proceso inter-subjetivo que fluye entre los nodos de la red en una estructura sin jerarquías institucionalizadas.

Proceso iterativo

La consecución de objetivos trazados en función a intereses comunes bajo una misma visión, desata nuevos procesos. Estos no están exentos de conflicto, aunque se les podría calificar de tensión creativa. El éxito del proceso se mide con indicadores comunicacionales: contenidos generados, contenidos compartidos, sentido de pertenencia reforzado, expansión de la comunidad y/o fortalecimiento de la identidad, lo que refuerza el sentido de auto-eficacia. Es este sentido el que determinará la voluntad de emprender un nuevo proceso, reciclando el diálogo y estableciendo nuevas rutas para la acción colectiva, revisando la visión común. Así, a partir de un nuevo detonante, el proceso se reactiva.

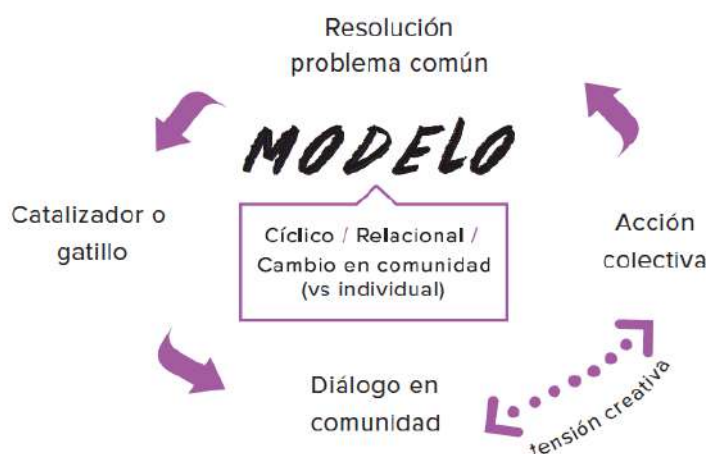


Gráfico 2. (elaboración propia)

El modelo de CCS permite identificar cuatro asuntos clave: los actores, las condiciones, los intereses y el impacto del cambio.

Los actores

Hay transformaciones sociales debido al cambio de los sujetos que hacen la política

Hay cambios en la política debido a la legitimación de nuevos actores y la deslegitimación de otros

Hay cambios en la política porque los actores sociales *son lo que dicen ser* (se auto-definen a partir de sus narrativas y de la generación de sentidos comunes)

La construcción de identidad es, entonces, un factor clave para medir el cambio social.

La conformación de identidades

Se hace necesario, entonces, definir identidad:

“Por identidad, en lo referente a actores sociales, entiendo el proceso de construcción de sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”. (Castells, 2009: 28)

Asimismo, se define sentido “como la identificación simbólica que realiza un

actor social del objetivo de su acción”. (Castells, 2009: 29)

Teniendo en cuenta que “la construcción de la identidad siempre tiene lugar en un contexto marcado por las relaciones de poder” (Castells, 2009: 29) se puede observar los siguientes escenarios, que resumen las condiciones en que los actores construyen su identidad:

Identidad legitimadora	Identidad de resistencia	Identidad de proyecto
Actores sociales construyen su identidad para legitimarse frente a la autoridad y/o al orden institucional	Actores sociales construyen su identidad para resistir la opresión y/o la exclusión por parte de sectores dominantes	Actores sociales construyen su identidad en función a una visión común transformadora. Son el germen del cambio social.

Cuadro 1. (elaboración propia). (Castells, 2009: 30)

Entonces, se observa que, inmersos en el proceso de cambio, los actores sociales, constituidos en comunidades de interés, buscan modificar las relaciones de poder ya sea, proponiendo una narrativa que los visibilice (identidad legitimadora); oponiendo su narrativa a la narrativa

hegemónica (identidad de resistencia); o generando una narrativa propositiva de transformación bajo una visión común (identidad de proyecto).

La noción de cultura e identidad:



Gráfico 3 (Internet: #Women2Drive)

“Ya no es la tolerancia del otro-distinto lo que está en juego, sino la opción de la auto-recreación propia en la interacción con ese otro... al viejo tema del respeto por el otro se acopla, no sin conflicto, la nueva aventura de mirarnos con los ojos del otro. Y entrar en esa mirada del otro me hace a mi ser otro respecto a mi” (Martín Hopenhayn)

Es necesario revisar la noción de cultura, cuyo abordaje tradicional desde la antropología y la sociología se enriquece con una mirada comunicacional hacia “una definición *sociosemiótica* de la cultura, que abarca el proceso de producción, circulación y consumo de significaciones en

la vida social” (García Canclini, 2008: 35). Así, una vertiente que destaca aspectos de esta perspectiva es “la tendencia que ve a la cultura como la instancia en que cada grupo organiza su identidad” (García Canclini, 2008: 36). Este espacio simbólico de construcción de identidad está íntimamente ligado a la comunicación globalizada, donde los límites geográficos para la configuración de grupos afines se superan. De hecho, las comunidades de interés, como concepto multi-nivel, no están circunscritas a los geográfico, si no que configuran su identidad en ese espacio simbólico donde confluyen sus intereses y se intersectan las miradas “mirarse con los

ojos del otro" para la reconfiguración de sentidos comunes.

Así "los sujetos no son individuos, aun cuando estén compuestos por individuos. Son el actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan un sentido holístico de su experiencia" (Castells, 2009: 32).

Sobre las condiciones que moldean la identidad en la sociedad red:

"En la sociedad red, la identidad proyecto, en caso se desarrolle, surge de la resistencia comunal. Este es el sentido real de la nueva primacía de la política de la identidad en la sociedad red. El análisis de los procesos, las condiciones y los resultados de la transformación de la resistencia comunal en sujetos transformadores es el ámbito preciso para una teoría del cambio social en la era de la información" (Castells, 2009: 34).

Entonces, se puede afirmar que, la CCS como proceso relacional, endógeno e iterativo, implica una serie de condiciones:

Las condiciones:

Hay transformaciones sociales porque los tiempos se aceleran (inmediatez)

Hay transformaciones sociales porque el espacio público se abre (internet: red distribuida)

Hay transformaciones sociales porque la arquitectura de la información moldea una nueva estructura política

Es necesario, considerar la dimensión tecnológica como la condición previa a estas transformaciones: inmediatez, distribución y política transformacional:

"Esta dimensión tecnológica interactúa con las tendencias más amplias características de la sociedad red y con las reacciones comunales a los procesos dominantes que surgen de esta estructura social. Pero añade un toque poderoso a esta transformación, induciendo a lo que denomino *política transformacional*" (Castells, 2009: 342).

Esto nos lleva de regreso a los actores, en tanto comunidades de interés.

Comunidades de interés: concepto multi-nivel

Se define comunidades de interés como los nuevos actores políticos que desde un

proceso endógeno de comunicación para el cambio social tienen una participación en la construcción de sentido en el espacio público, normalmente contraponiéndose a los discursos hegemónicos, buscando revertir las relaciones de poder y legitimarse a través de la comunicación. La construcción de sentido desde una mirada transcultural es también un elemento clave en la configuración de la identidad de las comunidades.

Tomando en cuenta el modelo de comunicación multi-funcional, las comunidades de interés privilegian el espacio on - line como un espacio de libertad, no sujeto a los mandatos del *agenda setting* de los medios de comunicación masiva. Incluso cuando ocupan el espacio off – line (manifestaciones, marchas, movilizaciones, etc.), existe un correlato de

la narrativa en la red distribuida. La multifuncionalidad consiste entonces en la posibilidad de generar contenidos a partir de cualquiera sea el espacio ocupado para transmedializarlo. La multifuncionalidad permite también la construcción de sentidos a partir de dichos contenidos, en un supra espacio glocal, trascendiendo no solo los límites geográficos, sino que también la propia mediación. En este caso “el medio no es el mensaje”.

Las comunidades de interés pueden ubicarse en cualquiera de los siguientes estadios, sin ser estos compartimentos estancos, sino más bien espacios de movilidad de acuerdo al tipo de involucramiento.

Los intereses: esta categoría de análisis se lee a partir del nivel de involucramiento de las comunidades de interés

Involucramiento permanente	Involucramiento circunstancial	Simpatizantes
Masa crítica que promueve una causa Construyen su identidad a partir de la visión que comparten hacia la transformación Conformada por netócratas (se definen por su rol en la red distribuida)	Se conforman a partir de disparadores puntuales Su permanencia en la red se mide por indicadores de auto-eficacia	“clicktivistas” “swarming”

--	--	--

Cuadro 2 (elaboración propia)

A continuación, algunos ejemplos de comunidades de interés según su nivel de involucramiento:

<i>NOMBRE</i>	<i>NIVEL DE INVOLUCRAMIENTO</i>	<i>DE VISIÓN COMÚN</i>	<i>DIÁLOGO COMUNIDADES</i>	<i>DE ACCIÓN COLECTIVA</i>
<i>#PAREMOS EL ACOSO (Local)</i>	Permanente	Espacio público libre de violencia hacia la mujer	Reconocimiento Expresión de interés Involucramiento Construcción de agenda	Movilización: on-line/off-line Incidencia en autoridades nacionales
<i>#FRIDAYS FOR FUTURE (Glocal)</i>	Circunstancial	Justicia climática	Agenda previa	Movilización: on-line/off-line y medios Incidencia en organismos globales
<i>#WOMEN TO DRIVE (Glocal)</i>	Simpatizantes	Mujeres saudíes con derecho a conducir	Reconocimiento Involucramiento	Movilización: on-line Incidencia en autoridades religiosas

Cuadro 3 (elaboración propia)

El impacto del cambio

Hay transformaciones sociales a partir de discursos en pugna

Hay transformaciones sociales cuando la re-priorización de los intereses cambia la agenda pública

Hay transformaciones sociales a partir del desplazamiento del centro de gravedad del debate público. Por ejemplo:

Enfoque de género vs ideología de género

Justicia climática vs negacionismo del calentamiento global

Emergencia sanitaria vs recuperación económica (y viceversa)

Trabajo doméstico informal vs trabajo doméstico remunerado y reconocido

Se puede leer estos resultados a partir de los dos modelos propuestos para el análisis:

Bajo el modelo de CCS la participación de los actores sociales adquiere un tinte político en la medida en que las relaciones de poder se transforman. La búsqueda del allí, que sea la participación el punto de quiebre entre los modelos tradicionales de

cambio implica, en última instancia, modificar o revertir las cuotas de poder inequitativas, a través de la participación en el espacio público. Al ser definido este como un espacio de re-significación, la posibilidad de generar narrativas que redistribuyan el peso de los temas de interés en la agenda pública abre la posibilidad de atribuir valores nuevos a los discursos en pugna, inclinando la balanza de poder hacia uno u otro lado.

El modelo de CCS presenta la posibilidad de entender participación como un proceso transformador, no solo del entorno, sino de la propia identidad, tanto individual como colectiva. Toma el aspecto colectivo de la pedagogía dialogal de Paulo Freire, al entender que los procesos políticos deben respetar la otredad, lo que implica una comunicación dialogal. La participación, entonces, implica tanto un proceso exógeno que pretende un cambio estructural que busca la redistribución más equitativa del poder económico y político, pero sobretudo un proceso endógeno de cambio social en los propios actores. De comunicación difusionista, al servicio de paradigmas de desarrollo anclados a la

concepción de modernidad (vs atraso) y los modelos relativos al “otro desarrollo” desde una mirada de la multiplicidad (desarrollo humano, desarrollo sostenible, diversidades de género, etc.)

Para comprender la dimensión colectiva de la participación debemos regresar a los conceptos de identidad, particularmente al de identidad de proyecto, donde, como se dijo, los actores sociales construyen su identidad en función a una visión común transformadora, por lo cual se les considera el germen del cambio social:

“Los sujetos no son individuos, aun cuando estén compuestos por individuos. Son el actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan un sentido holístico de su experiencia. En este caso, la construcción de identidad es un proyecto de una vida diferente, quizá basado en una identidad oprimida, pero que se expande hacia la transformación

En el siguiente gráfico se observa el proceso de diálogo de comunidades y acción colectiva para el primer caso:

de la sociedad como la prolongación de ese proyecto de identidad”. (Castells, 2009: 32)

Precisamente, Castells toma como ejemplo a los movimientos que desafían la sociedad patriarcal a través de la afirmación de la identidad de género como una forma de acción liberadora.

Bajo el modelo multifuncional, se puede observar como esta participación política adquiere tintes transformadores más allá del espacio on-line. Como indica Castells:

“Los medios electrónicos (incluidas no solo la televisión y la radio, sino todas las formas de comunicación, como los periódicos e Internet) se han convertido en el espacio privilegiado de la política. No es que toda la política pueda reducirse a imágenes, sonidos o manipulación simbólica, pero, sin ellos, no hay posibilidad de obtener el ejercicio del poder”. (Castells, 2009: 343).

Veamos el caso del acoso sexual callejero (esquematizado en el gráfico 4):

Este es un caso emblemático desde varias lecturas:

Proceso relacional:

Se observa el diálogo entre comunidades de interés y su acción colectiva como parte de un proceso de

comunicación para el cambio social, donde a partir de una serie de detonantes el proceso se reactiva.

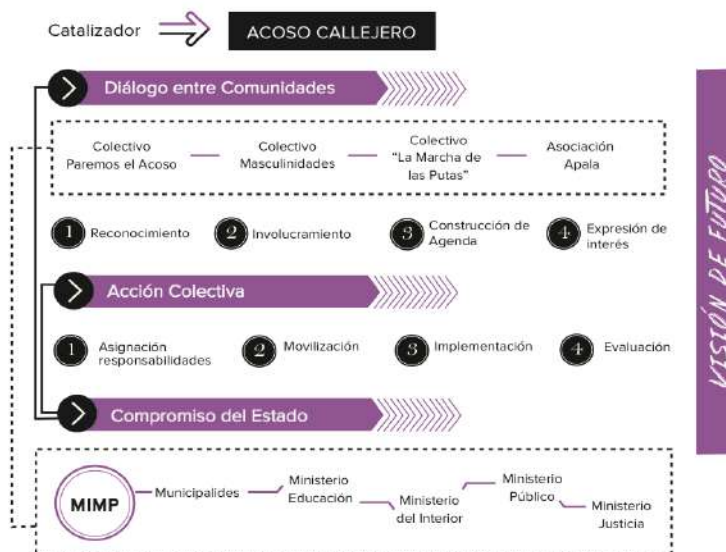


Gráfico 4 (elaboración propia)

Las comunidades de interés, bajo una visión común: espacio público (y eventualmente privado) libre de violencia hacia la mujer, han generado relación de involucramiento, en un inicio circunstancial, para luego, a partir de la sostenibilidad alcanzada en el cambio con el aporte del nivel institucional, llegar al involucramiento permanente.

Proceso endógeno:

Este es un proceso endógeno, emprendido por las mismas comunidades de interés (gráfico 4), que no ha sido dirigido institucionalmente si no que más bien logró el compromiso de instituciones aliadas a partir de su activismo e incidencia política (gráfico 5).

Proceso iterativo:

Las relaciones de poder inequitativas entre hombres y mujeres reforzadas por la

Violencia Basada en Género (VBG) manifestada en el espacio público a través de la normalización del acoso sexual, eufemísticamente llamado “piropo” vienen sufriendo una transformación a partir justamente de este cambio de narrativa: el piropo es acoso.

Si bien el acoso sexual en el Perú está tipificado como delito desde el 2015 (Ley 30314 para prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos), y las diferentes instituciones del Estado con injerencia sobre el problema manifestaron su compromiso y se comprometieron con un rol en particular dentro de un plan de acción, el cambio a ese nivel ha ido a un ritmo distinto que el del diálogo comunitario y la acción colectiva. Como se aprecia en el gráfico 6, al 2019, de los 43

municipios de Lima Metropolitana, 20 aún no cuentan con una ordenanza para efectivizar la legislación.

Sin embargo, es importante destacar que, si bien los cambios institucionales no van al ritmo del de las nuevas narrativas, este caso resulta alentador en términos del impacto que un proceso endógeno de CCS está teniendo en la sostenibilidad de dicha transformación social.

Por su parte, la institucionalización paulatina del cambio ha generado sentido de auto-eficacia en las comunidades de interés, lo que las lleva a la reactivación del proceso (diálogo y acción) con nuevos detonantes, como en el caso de Ni Una Menos, Mee too, etc.

Alianza contra el acoso, actores, roles y compromisos (Agosto 2014)		
COMPROMISO	ROL	INSTITUCIÓN
APROBAR un protocolo de atención DESARROLLAR acciones informativas BRINDAR asistencia técnica en capacidad resolutiva	Ente rector en promoción y protección de los derechos de las mujeres ARTICULAR CREAR SINERGIA ELEVAR A NIVEL DE POLÍTICA	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables 
INCORPORAR contenidos INFORMAR en campañas TRABAJAR en tutorías	INFORMAR – FORMAR	Ministerio de Educación 
CUMPLIR con funciones de protección y apoyo CREAR un registro DICTAR directivas para el cumplimiento EJERCER iniciativa legislativa	PROTEGER – PROMOVER	Ministerio Público 
APROBAR ordenanzas, protocolo, campañas y registro	REGULAR – REGISTRAR	Gobiernos Locales 

COMPROMISO	ROL	INSTITUCIÓN
FORMULAR y APLICAR protocolos DIFUNDIR derechos en transporte público PRESTAR apoyo legal y psicológico REALIZAR campañas	INFORMAR – APOYAR	Municipalidad Metropolitana de Lima  Municipalidad Metropolitana de Lima
PROMOVER campañas DIFUNDIR procedimientos para denuncia CAPACITACIÓN de personal de municipalidad y empresas de transporte	CAPACITAR – INFORMAR	Municipalidad Provincial del Callao  Municipalidad Provincial del Callao
PROMOVER normativa DIFUSIÓN procedimientos de denuncia REGISTRO casos COORDINACIÓN con fuerzas del orden	PROMOVER - COORDINAR	Asociación de Municipalidades del Perú  AMPE ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DEL PERÚ
PROMOVER difusión de mensajes contra acoso y sobre sanciones	DIFUNDIR	Empresas de Transporte Público

Gráfico 5 (elaboración propia)



Gráfico 6 (elaborado por la Defensoría del Pueblo del Perú)

Proceso multifuncional y cambio de narrativas:

Tanto el diálogo de comunidades como la acción colectiva pueden observarse en los tres espacios: off-line, on-line, medios masivos. Sin embargo, el espacio por excelencia es el espacio on-line, sobre todo para las etapas de reconocimiento del problema, involucramiento y construcción de agenda. Cabe destacar que el testimonio ha sido el formato privilegiado para la sensibilización, a través de la narrativa en primera persona "Me too". Asimismo, el espacio on-line ha sido clave para la movilización, ya que si bien esta ha sido masiva en el espacio off-line, como en el caso de Ni Una Menos, las redes fueron el espacio de una convocatoria sin precedentes en manifestaciones en contra de la violencia de género. Los medios masivos (TV y prensa escrita) no solo tuvieron una cobertura extensa de estas manifestaciones, sino que el tratamiento del problema empezó a adquirir otro tinte, cambiando la narrativa (de "crimen pasional" a feminicidio).

Algunas conclusiones preliminares:

Del cambio de comportamiento al cambio de normas sociales: la norma social "acoso = piropo" viene siendo afectada. La narrativa está cambiando, lo que implica un cambio en la construcción de sentido en relación a esta práctica. Este cambio de sentido tiene un impacto cultural.

Apropiación: en la medida que el proceso de involucramiento de las comunidades de interés pasa de un involucramiento circunstancial a uno permanente, la apropiación de los sentidos comunes aumenta, así como se fortalece el sentido de pertenencia y se fortalece la identidad gracias a una visión común transformadora.

Empoderamiento: la red distribuida se abre como espacio para el ejercicio de poder a partir de la participación que adquiere un tinte político transformacional.

De la transmisión de información a la generación compartida de contenidos: el

proceso de cambio de narrativa ha implicado un cambio de paradigma comunicacional, no solo se ha pasado de la transmisión de información a la co-

creación de contenidos, sino que se están produciendo sentidos colectivamente y transculturalmente.



Gráfico 7 (elaboración propia)

Comunidades como agentes de su propio cambio: al tratarse de un proceso endógeno, las comunidades de interés, como sujetos colectivos, son el germen del cambio social y de su propio cambio.

Tareas pendientes: medir el cambio. Para ello se propone esta versión adaptada del modelo de CCS.

INDICADOR	DIMENSIÓN
LIDERAZGO	EXTENSIÓN DEL LIDERAZGO
	EQUIDAD Y DIVERSIDAD
	FLEXIBILIDAD
	CAPACIDAD PARA ALENTAR Y ASEGURAR EL DIÁLOGO Y LA ACCIÓN
	VISIÓN E INNOVACIÓN

	CONFIABILIDAD Y POPULARIDAD
GRADO Y EQUIDAD EN LA PARTICIPACIÓN	ACCESO A LA PARTICIPACIÓN
	EXTENSIÓN Y NIVEL DE PARTICIPACIÓN
EQUIDAD EN LA INFORMACIÓN	CONCIENCIA Y CONOCIMIENTO CORRECTO DE LOS INTERESES COMUNES
	ESTÍMULO DEL FLUJO D INFORMACIÓN
SENTIDO DE AUTO-EFICACIA COLECTIVA	PERCEPCIÓN DE EFICACIA PARA TOMAR ACCIÓN COMO GRUPO
	PERCEPCIÓN DE LA CAPACIDAD DE LOS OTROS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD
	PERCEPCIÓN DE EFICACIA PARA RESOLVER PROBLEMAS COMO GRUPO
SENTIDO DE APROPIACIÓN	IMPORTANCIA DE LOS INTERESES COMUNES PARA LOS PARTICIPANTES
	RESPONSABILIDAD EN RELACIÓN A LOS INTERÉS COMUNES
	CONTRIBUCIÓN AL PROCESO
	PERCEPCIÓN DEL BENEFICIO DE LA ACCIÓN COLECTIVA
	PERCEPCIÓN DE RESPONSABILIDAD POR LOS RESULTADOS DEL PROCESO
	PERCEPCIÓN DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL CON EL PROCESO
COHESIÓN SOCIAL	SENTIDO DE PERTENENCIA
	SENTIMIENTOS SOBRE LA MORAL
	CONSENSO SOBRE LA META
	CONFIANZA COLECTIVA

NORMAS COLECTIVAS	RECIPROSIDAD COLECTIVA
	COHESIÓN EN RED
	NORMAS PARA LA PARTICIPACIÓN
	NORMAS SOBRE EL LIDERAZGO
	NORMAS ACERCA DE LOS INTERESES COMUNES

Cuadro 4. Indicadores de cambio social y dimensiones de medición. (Elaboración y traducción propia en base a Modelo de Comunicación para el Cambio Social)

Enfoque/metodología de abordaje:

Análisis de casos a partir de la aplicación de modelos teóricos: modelo de Comunicación para el Cambio Social (CCS) y modelo multifuncional.

Referencias:

Cammaerts, Bart; Carpentier, Nico (2007). *Reclaiming the media: communications rights and democratic media roles*. Bristol, UK: Intellect Books.

Castells, Manuel (2009). La era de la información: economía, sociedad y cultura. EL. Vol.2. Madrid: Siglo Veintiuno Editores.

Figuerola, Maria Elena; Kincaid, Lawrence; Rani, Manju; Lewis, Gary. (2002) *Communication for Social Change: an integrated model for measuring the process and its outcomes; Communication for Social Change Working Papers*. Nueva York: The Rockefeller Foundation and John Hopkins University Center for Communications Programs.

García Canclini, Néstor (2008). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Ugarte, David (2007). El poder de las redes: manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo. Isbn de la edición electrónica: 978-84-611-8873-4

Wolton, Dominique (1998). Las contradicciones de la comunicación política. En: Gilles, Gauthier; André Gosselin y Jean Mouchon (comp.) (1998). Comunicación y política. Barcelona: Gedisa Editorial.

Indicadores en la construcción de la i-identidad hipermedial: Modelo de la construcción de la identidad en un contexto hipermediatizado

Indicadores na construção da identidade hipermedial: Modelo de construção da identidade em um contexto hipermediado

Indicators in the construction of hypermedial i-identity: Model of identity construction in a hypermediated context

Jorge Alberto Hidalgo Toledo ⁵⁴

Resumen: La ponencia ofrece los indicadores psicosociales para un modelo teórico de comprensión de la identidad hipermedial; entendida como una interfaz de codificación simbólica de cómo quiero ser interpretado en el mundo digital.

Palabras Clave: Identidad, Nuevos Medios, Identidad hipermedial.

Abstract: The paper offers psychosocial indicators for a theoretical model of understanding hypermedial identity; understood as a symbolic coding interface of how I want to be interpreted in the digital world.

Key words: Identity, New Media, Hypermedial Identity.

Resumo: O artigo oferece indicadores psicosociais para um modelo teórico de entendimento da identidade hipermedial;

entendido como uma interface de codificação simbólica de como eu quero ser interpretado no mundo digital.

⁵⁴ Jorge Alberto Hidalgo Toledo. Universidad Anáhuac México, Doctor en Comunicación Aplicada, México, jhidalgo@anahuac.mx

Palavras-chave: Identidade, Novas Mídias,
Identidade Hipermedial.

Todos querem falar e quem quer ouvir? Notas sobre o mundo das lives acadêmicas em tempos de pandemia do COVID-19

¿Todos quieren hablar y quién va a escuchar? Notas sobre el mundo de las *lives* académicas en tiempos de la pandemia del COVID-19

Everyone wants to talk and who wants to listen? Notes about the world of academic lives in pandemic times of COVID-19

Raquel Timponi⁵⁵

Alessandra Maia⁵⁶

Resumo: O artigo investiga as lives acadêmicas na área de Comunicação no Brasil, fenômeno recorrente como forma de divulgação científica das pesquisas no período de pandemia da Covid-19, em 2020. Objetiva refletir os dados coletados para compreender os usos e apropriações, que apresenta potencial publicização do fazer científico para audiências mais amplas.

Resumen: El artículo investiga las lives académicas de Comunicación en Brasil, fenómeno recurrente, como medio de difusión científica de la investigación en el período de la pandemia del COVID-19, en 2020. El objetivo es reflejar los datos recopilados para comprender los usos y apropiaciones con potencial de publicidad de la actividad científica a un público más amplio.

Palabras-Clave: lives académicas, pandemia, Tecnologías de la Comunicación y Información (TIC)

Abstract: The article investigates academic lives in the area of Communication in Brazil, a recurring phenomenon as a means of scientific dissemination of research in the Covid-19 pandemic

⁵⁵ Raquel Timponi, Universidade Federal de Ubertândia, Brasil, raquel.timponi@gmail.com

⁵⁶ Alessandra Maia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil, ale.led@gmail.com

period, in 2020. It aims to reflect the data collected to understand the uses and appropriations, which has the potential to publicize scientific practice for wider audiences.

Key words: academic lives, pandemic, Communication and Information Technologies (CIT).

As representações do Samba na prática escolar enquanto estudo de caso

Samba's representations at school practice as a case study

Ítalo Leopardi Bosco de Azevedo⁵⁷

Resumen: Resultado de um estudo de caso com inspiração etnográfica das representações identitárias numa escola do ensino fundamental, o artigo busca entender se composições do gênero Samba podem servir de aparato pedagógico a docentes.

Palabras Clave: Samba; representações sociais; escola.

Abstract: Result of a case study with ethnographic inspiration about social representations at elementary school, the article focuses on understanding if Samba's lyrics can be used as pedagogical resource to teachers.

Key words: Samba; social representation; school.

Tema central

A relevância do Samba como manifestação tradutora de nossas múltiplas identidades culturais revela-se como uma das mais poderosas formas de preservação da

memória coletiva e como um espaço social privilegiado para as leituras e interpretações do Brasil; o gênero possui, portanto, singularidade indiscutível para a cultura nacional.

⁵⁷ Ítalo Leopardi Bosco de Azevedo, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM/ECA/USP) na linha de pesquisa Informação e Mediações nas Práticas Sociais, sob orientação de André Chaves de Melo Silva. Brasil. italo.azevedo@usp.br.

Publicada no dia 5 de fevereiro de 2015 no Diário Oficial do Estado de São Paulo, a Lei nº 15.690/2015 instituiu o Samba como Patrimônio Cultural e Imaterial do Estado de São Paulo. O samba de roda, oriundo do Recôncavo Baiano, foi reconhecido como Patrimônio da Humanidade em 2005 pela UNESCO e também foi inscrito no Livro de Registro das Formas de Expressão, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em 2004. Tamanha é a importância do Samba que anualmente é celebrado o “Dia Nacional do Samba”, no dia 2 de dezembro.

Tendo em vista essa perspectiva, surge o intuito de observar o universo da educação a partir da percepção de que as letras do gênero Samba podem servir de aparato pedagógico complementar a docentes do ensino fundamental.

O estudo se deu a partir das representações identitárias no ambiente escolar, já que uma das decisões foi estender a pesquisa também para o ensino fundamental de uma escola pública paulistana.

No entrelaçamento de ideias e preceitos que transitam entre representações sociais, cultura juvenil, Samba e música, apresentaremos parte da descrição densa da

pesquisa de campo realizada em uma escola pública na zona sul da cidade de São Paulo, na qual observamos durante dez semanas três grupos focais, sendo duas salas do 9º ano na disciplina de Projeto de Vida e uma sala do 7º ano da matéria de Geografia.

Um adendo: dada a importância do Samba enquanto gênero e manifestação da cultura brasileira, o termo será grafado em toda o artigo com letra maiúscula.

Objetivos

O estudo se deu a partir das representações identitárias no ambiente escolar com a aplicação de um questionário, que teve por objetivo coletar informações sobre o perfil dos alunos que estudam nos 7º e 9º ano do ensino fundamental da referida escola, além da observação direta com inspiração etnográfica durante dez semanas de aula numa escola pública da cidade de São Paulo. Com base na análise dos questionários e da observação das aulas, a dissertação de mestrado que inspirou este artigo pretende compreender se o Samba e suas composições podem ser utilizados como aparato complementar pedagógico por parte dos docentes. Parte do estudo já realizado e ainda em fase de apuração consta no artigo, que pretende explicitar majoritariamente partes

importantes do capítulo sobre a prática etnográfica no ambiente escolar.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

Importante explicitar que as reflexões serão feitas a partir do entendimento de que a realidade é socialmente construída, segundo a leitura feita por Serge Moscovici a partir de ideias de Durkheim.

As temáticas do Samba e da formação cultural brasileira serão expostas através de obras de referências como José Ramos Tinhorão, Nei Lopes, Muniz Sodré e Luiz Antonio Simas.

Maria Immacolata Vassallo de Lopes será uma expoente da importância da metodologia para as pesquisas em comunicação. Para ela, toda pesquisa deve responder a dois tipos de validações – a interna (de onde vem o capital epistemológico de um campo científico) e a externa (uso de seu conhecimento pela sociedade).

Nomes como Norbert Elias, Marli Eliza de André e Clifford Geertz devem ser citados como referenciais teóricos da pesquisa, já que consideramos de grande importância para o desenvolvimento da pesquisa a prática etnográfica, seja ela aplicada a uma vivência em uma comunidade específica - como nos

trabalhos de Norbert Elias e Clifford Geertz - ou aplicada na sala de aula, que é a experiência que Marli Eliza de André nos passa.

As ideias do antropólogo norte-americano Clifford Geertz apresentadas em seu estudo etnográfico feito em Bali, na Indonésia, em “A Interpretação das Culturas”, ajudam a desenvolver o estudo de caso em questão.

A prática etnográfica aplicada pelos pesquisadores Norbert Elias e John Scotson a uma vivência em uma comunidade específica - que resultou o livro “Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade” - também é inspiração para o estudo de caso desenvolvido.

Samba

Importante que se diga que o artigo não pretende compreender o Samba a fundo e tampouco rememorar suas origens; a proposta é, a partir do entendimento do gênero Samba como importante manifestação com um espaço social privilegiado para as leituras e interpretações do Brasil, apontar para os seus efeitos em um projeto de comunicação que o coloca em evidência.

Além de pesquisador-referência na área da comunicação, Muniz Sodré também trata do Samba em sua produção acadêmica. Em “Samba: o dono do corpo”, coloca as composições como gênero como crônicas do cotidiano: “As mudanças no modo de vida urbano, acentuadas a partir dos anos 20, encontrariam na letra do samba um modo de expressão adequado” (Sodré; 2007: pág. 43). O autor também trata da inserção do Samba no modo de produção capitalista e do gênero enquanto expressão popular da cultura negra brasileira, conforme veremos a seguir no capítulo sobre o gênero Samba.

A pesquisa em questão entende o Samba como um gênero urbano resultado de influências sonoras e culturais brasileiras e estrangeiras do início do século 20, com origens atreladas à população negra de origem africana.

Samba, para Nei Lopes e Luiz Antonio Simas, é “vocábulo de origem certamente banto-africana” (Lopes, Simas. 2015: pág. 247). Já o pesquisador Muniz Sodré coloca o gênero não como “mera expressão musical de um grupo social marginalizado, mas um instrumento efetivo de luta para a afirmação da etnia negra no quadro da via urbana brasileira” (Sodré. 2007: pág. 16). Ainda segundo ele:

“Nos quilombos, nos engenhos, nas plantações, nas cidades, havia samba onde estava o negro, como uma inequívoca demonstração de resistência ao imperativo social (escravagista) de redução do corpo negro a uma máquina produtiva e como uma afirmação de continuidade do universo cultural africano” (Sodré. 2007: pág. 12)

Antes de falarmos do Samba contemporâneo, vamos retomar um pouco sobre o seu surgimento, consolidação e desdobramentos do gênero.

“Os gêneros de música urbana reconhecidas como tipicamente cariocas - o samba e a marcha - surgiram e ficaram-se no período de sessenta anos que vai de 1870 (quando a decadência do café no Vale do Paraíba começa a liberar a mão de obra escrava destinada a engrossar camadas populares do Rio de Janeiro) até 1930 (quando uma classe média urbana gerada pelo processo de industrialização anuncia a sua presença com o Estado Novo)” (Tinhorão. 2012: pág. 17)

Também segundo Tinhorão, o Samba e a marcha eram as respostas necessárias para o ritmo desordeiro do carnaval.

O primeiro Samba registrado foi “Pelo Telefone”, autoria de Donga [Ernesto dos

Santos, 1890-1974] e Mauro de Almeida [1882-1956].

“Foi quando na Rua Visconde de Itaúna, 117, na casa de Tia Ciata, uma das baianas pioneiras dos velhos ranchos da Saúde (e fundadora, ela mesma, do rancho Rosa Branca), um grupo de compositores semi-alfabetizados elaborou um arranjo musical com temas urbanos e sertanejos que, ao ser lançado para o carnaval de 1917, acabou se constituindo no grande achado musical do samba carioca” (Tinhorão. 1991: pág. 123).

De acordo com o pesquisador paulistano, a partir de 1918, o Samba passa a figurar como o gênero de maior sucesso no carnaval e, a seguir, passa a dominar os meios de divulgação da época.

A consequência da onipresença do gênero na cultura nacional é sua incorporação à indústria cultural. “Nesse momento, através do disco e do rádio, o samba fez seu ingresso no sistema de produção capitalista” (Sodré, 2007: pág. 39). Posição também reverberada por Lopes e Simas, que cunham o termo samba industrial:

“Nesses ambientes, foi absorvido e transformado pela indústria, para se tornar objeto de exploração e chegar às casas de espetáculos e às residências, por intermédio

da rádio e do disco. (Simas, Lopes. 2015: pág. 254).

Ainda segundo a dupla de pesquisadores no livro “Dicionário da História Social do Samba”, o consumo é o objetivo final da indústria cultural, e nunca a promoção do conhecimento. O resultado deste processo acaba sendo a diluição da “essência do samba em produtos para consumo de massa” (Simas, Lopes. 2015: pág. 148).

Outra debate mais alongado é a respeito das variações a que o Samba foi submetido; Tinhorão é bastante crítico à elitização do Samba que, segundo ele, possibilitou o surgimento da Bossa Nova, evidenciando uma apropriação cultural por parte da classe média. A Bossa Nova também é vista como consequência para um processo de “internacionalização” do Samba.

Quando citamos Samba contemporâneo, tratamos de todo o movimento após o surgimento do gênero musical urbano, ou seja, a partir dos anos 30, há diversos desdobramentos no gênero, o que ressalta o hibridismo do gênero e sua possibilidade de fazer outras expressões musicais coexistirem. Para se ter uma ideia, no “Dicionário da História Social do Samba” são mais de 40 vocábulos de desdobramentos do chamado

Samba urbano e a partir de onde a história do gênero é contando.

Fato é que o gênero é efetivamente reconhecido como manifestação nacional, tendo sido reconhecido e “consagrado” pelos meios de comunicação. Soma-se a isso a capacidade das letras de contar histórias e retratar realidades, o que justifica a escolha por letras do gênero para serem executadas na aplicação da pesquisa.

Enfoque y/o metodología de abordaje

As interações humanas pressupõem representações que, segundo o autor Serge Moscovici em “Representações sociais: investigações em psicologia social”, são capazes de influenciar o comportamento do indivíduo participante de uma coletividade. O processo coletivo penetra no processo individual, fator de estudo relevante para o estudo.

Nosso foco na análise das representações sociais nada mais é do que o estudo do ser humano através de um estudo de caso em uma escola pública de São Paulo. Em uma sociedade complexa, é necessário analisar as circunstâncias em que os grupos se comunicam e tomam decisões.

Segundo a pesquisadora Marli Eliza de André, autora do livro “Etnografia da prática escolar”, a etnografia busca encontrar o significado que têm as ações e os eventos para pessoas e grupos estudados. Já cultura corresponde ao conhecimento adquirido que as pessoas usam para interpretar experiências e gerar comportamentos. Por fim, etnografia é a descrição da cultura. A ideia do projeto é aproximar-se ao máximo de um estudo etnográfico através do estudo de caso. O trabalho do professor André Chaves de Melo Silva também foi inspiração para a pesquisa em tela.

Maria Immacolata Vassallo de Lopes alerta que a reflexividade (conceito abordado do ponto de vista histórico) deve ser um metadiscurso científico que cria a atitude consciente e crítica por parte do investigador durante todo o percurso, que foi o que tentamos fazer nas análises. Para ela, refletir epistemologicamente sobre o processo de observação é ser capaz de entender e comunicar a diferença cultural entre o sujeito e o objeto investigado, exercitando o papel crítico da ciência rompendo com o senso comum.

Até o momento, já fizemos a observação direta e a análise e tabulação das pesquisas quantitativas e qualitativas aplicadas como

parte do estudo de caso. As reflexões da dissertação de mestrado em desenvolvimento - e do artigo em tela - são feitas a partir do conceito da fenomenologia, que costuma ser melhor compreendido com a analogia entre a mente humana e uma folha de papel em branco: a mente humana nasce em branco e vai sendo preenchida conforme as experiências da pessoa; o mesmo acontece com uma folha em branco, que vai sendo preenchida com o tempo. A realidade é, portanto, socialmente construída.

A pesquisa foi realizada no ambiente escolar através de um conjunto de técnicas para coletar dados sobre valores, hábitos, crenças, práticas e comportamentos de um grupo social como forma de estudo da cultura e sociedade.

A escolha pela referida escola se deu por já haver um contato prévio com a instituição, que facilitou a abordagem e a aceitação por receber a pesquisa. Optamos por acompanhar duas turmas do 9º ano na disciplina Projeto de Vida por haver um plano de aula mais flexível e que pudesse, inclusive, ser adaptado para observarmos situações específicas das letras de Samba como apoio pedagógico. Além desses dois grupos focais, também acompanhamos as aulas de Geografia de uma das turmas do 7º ano como forma de

comparar resultados entre alunos de diferentes idades. O acompanhamento se deu entre abril e junho de 2019, com aproximadamente dez aulas observadas por turma, além de entrevistas com as professoras e com o coordenador geral da instituição.

O trabalho aplicado na ambiência educacional busca a observação participante, através da qual há alto grau de interação com a situação estudada (pesquisador afeta e é afetado), sendo que o pesquisador é o instrumento principal na coleta e análise de dados, fazendo uma pesquisa dinâmica.

O entendimento de que as relações de dinâmica social (institucional-organizacional, instrucional-pedagógica e sociopolítico-cultural) devem ser consideradas é o principal desafio para compreensão do dinamismo na prática escolar.

Os fatores sociopolíticos e culturais são, portanto, determinantes macroestruturais (momento histórico, forças políticas e sociais e valores sociais vigentes) da prática educativa. Não se pode querer fazer pesquisa no ambiente escolar e ignorar todas as variáveis (aluno, escola e professor) envolvidas.

A seguir, trataremos de parte do capítulo da dissertação de mestrado que aborda a

experiência de observação direta com inspiração etnográfica na referida escola.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

A seguir, trataremos do capítulo da dissertação no qual trazemos a descrição densa feita. Por conta dos limites do artigo, optamos por editar a descrição densa e expor a primeira parte das impressões a partir da observação direta, além de algumas conclusões.

A entrada em campo: cotidiano e etnografia

Ao acompanhar as aulas de Geografia e Projeto de Vida ministradas na escola, procuramos estudar as representações do Samba na prática escolar para entender se o Samba e suas composições poderiam servir de aparato complementar pedagógico para os(as) professores(as). Buscamos, por meio da produção de uma descrição densa, compreender os significados e as representações que os estudantes atribuem ao Samba no entrelaçamento de ideias e preceitos que transitam entre representações sociais, cultura juvenil, música e Samba.

As descrições densas são “produzidas por meio da descrição detalhada e interpretação dos fatos observados juntos aos grupos analisados, buscando compreender os motivos ou causas de tais fatos, bem como as intenções dos indivíduos que os produzem” (SILVA. 2010: pág. 65).

A tentativa foi de entender se a receptividade pelos sujeitos (estudantes) reflete suas características, valores e trajetórias pessoais. Buscamos explorar também como estudantes do ensino fundamental podem se relacionar com letras de Samba a partir da inserção das mesmas ao universo da sala de aula.

Nosso objeto de análise foram as representações sociais dos alunos e o modo como elas se refletem a partir da execução de letras de Samba gerando reflexão e conhecimento.

Longe de serem agentes passivos, os alunos apresentam constante processo de elaboração no universo escolar, a partir da interação entre os próprios estudantes e com docentes, estabelecendo determinados padrões de comportamento e conhecimentos.

Trata-se, também, de uma tentativa de dar voz aos que normalmente não têm, algo proporcionado pela etnografia quando da sua utilização no campo da pesquisa educacional,

notadamente da pesquisa participante, por meio da qual se “vivencia” o cotidiano da escola.

A utilização dos métodos de observação etnográfica, em conjunto com instrumentos de pesquisas qualitativa – questionários sociais e sobre as representações dos alunos – e quantitativa, nos permitiram compor uma descrição densa onde, além do aparente, conseguimos compreender, refletir e expor alguns dos elementos latentes que compõem as teias de significados dos grupos, também chamadas de microculturas, como forma de compreender o coletivo, mas também os indivíduos.

A fim de preservar a identidade dos alunos e dos docentes, todos os relatos abaixo referem-se aos envolvidos com nomes fantasia, além de não haver a citação nominal à instituição de ensino para preservar também sua anonimidade.

A escola e a autorização para aplicação da pesquisa

O interesse pela escola surgiu a partir de um contato prévio com um membro do corpo docente da escola, a professora Maria, da disciplina de Artes. Situada na Vila Mariana, na cidade de São Paulo, a escola chama a

atenção por fazer parte da rede estadual e oferecer ensino fundamental.

Entramos em contato com a professora Maria, que nos conectou com o coordenador geral, o professor Antonio, em março de 2019. Foi-nos solicitado uma explicação da proposta, métodos e objetivos em uma reunião presencial, na qual levamos uma carta de apresentação e explicamos a ideia de observação direta das aulas e aplicação dos questionários. Outra preocupação por parte da direção da escola era de que os alunos e professores, além da própria instituição, teriam seus anonimatos assegurados por meio da troca de nomes, o que foi prontamente garantido em reunião.

A permissão para a realização da pesquisa não foi imediata: tivemos que ir a duas reuniões com professores das disciplinas de Humanas para esmiuçar a proposta; nos encontros, levamos alguns exemplos de músicas que poderiam ilustrar os temas abordados em classe e reforçamos que minha atuação seria em parceria e não impositiva: havia receio de quiséssemos intervir nas aulas e propor o conteúdo. A partir disso e já mais tranquilizados(as), recebemos a sinalização por parte dos(as) docentes de que tinham interesse em receber a pesquisa.

A ideia era sugerir letras - sambas-enredo naquele primeiro momento - que poderiam ser aplicadas em sala de aula para ajudar a retomar conceitos estudados anteriormente em classe. Entre as opções de letras que expusemos, destacam-se:

"História pra ninar gente grande", samba-enredo da Estação Primeira de Mangueira, escola de samba vencedora do Carnaval 2019 e em evidência na época por conta da temática sócio-política e por enfatizar heróis nacionais invisibilizados, como Luiz Gama, Leci Brandão e Marielle Franco.

"Uma Noite Real no Museu Nacional", da Imperatriz Leopoldinense do ano 2018, que tratava da importância dos museus brasileiros e de sua preservação, em especial do Museu Nacional, que havia virado notícia por ter sido consumido por um incêndio no final daquele mesmo ano.

"Brasil, Ciência e Arte", também da Mangueira, cuja letra foi composta por Carlos Cachça e Cartola e que elencava grandes nomes da ciência brasileira. E por fim, o samba-enredo "Do verde do Coari, vem meu gás, Sapucaí!", da Acadêmicos do Grande Rio, que falava sobre a história do gás natural.

Ainda na reunião, ficamos sabendo que poderíamos observar as aulas das professoras Andrea e Luana.

A acolhida das professoras foi calorosa e sensível, sempre preocupadas em tentar conciliar as disciplinas à execução das letras. Inicialmente, acompanhamos as aulas de Projeto de Vida de duas turmas do 9º ano do Ensino Fundamental (classes C e D) e uma turma de Geografia do 7º ano do Ensino Fundamental (classe B). Os objetivos eram entrar em contato com os alunos, começando no segundo trimestre de 2019 já com as turmas escolhidas e me adaptar à teia de significados dos grupos, além de, ao mesmo tempo, deixar os alunos se acostumarem com minha presença.

Fundada em 1964, a escola está situada na Vila Mariana, bairro de classes média e média alta, além de estar cercada por outros bairros com perfis semelhantes, como Chácara Klabin, Vila Clementino, Chácara Inglesa, Saúde e Jabaquara.

Pouco organizada, a unidade de ensino não possui um site próprio, apenas uma página no Facebook onde é possível ver alguns trabalhos feitos pelos alunos, indicações de boas práticas e fontes para estudos e roteiros culturais pela cidade de São Paulo. Além das informações fornecidas pela coordenação, conseguimos obter alguns dados institucionais complementares na plataforma online QEdU, mantida pela Fundação Lemann,

onde é possível encontrar informações sobre matrículas, acessibilidade, alimentação, infraestrutura, equipamentos eletrônicos, saneamento básico e acesso à internet.

Segundo o coordenador geral, a maioria dos seus estudantes não mora em bairro vizinhos, mas sim em alguns distantes da zona sul como Vila Santa Catarina, Grajaú, Santo Amaro e, até mesmo, das zonas leste (Artur Alvim e Jardim Pantanal) e norte (Vila Guilherme), além de outros municípios como São Bernardo do Campo e Embu das Artes, informação verificada pela análise dos questionários dos três grupos focais.

A unidade escolar possui duas entradas na mesma rua: uma para os alunos e outra para os professores e funcionários, que permite o acesso à secretaria, às salas de aulas térreas e às salas da coordenação, vice-coordenação, coordenação pedagógica (sala dos professores), de informática (com 11 computadores) e de reuniões.

Ao passarmos pela secretaria chegamos a um corredor que dá acesso a quatro salas de aulas no piso térreo, aos cômodos citados acima e às escadas para os pavimentos superior e inferior. No pavimento superior, além de sete salas de aula, há uma sala multimídia com um retroprojeto. No pavimento inferior, há uma cantina, o

refeitório, uma sala de leitura, um laboratório, um salão (espécie de anfiteatro adaptado), dois pátios (um coberto e outro descoberto), uma quadra e o estacionamento para os professores e equipe da escola.

Todas as 11 salas de aula têm armários ao fundo, dois ventiladores, uma lousa e capacidade para 37 alunos; são salas-ambientes fixas para cada uma das turmas – isto é, cada turma tem uma sala para receber as aulas, o que faz com que os professores tenham que se deslocar de uma sala a outra ao término de cada aula.

Tal infra-estrutura abrigava em 2019 cerca de 360 alunos estudando em tempo integral (manhã e tarde), 26 funcionários – 12 professores designados, três gestores (diretor, vice-diretor e coordenador), seis funcionários concursados e cinco terceirizados.

De acordo com o coordenador geral da escola, sua equipe trabalha com uma linha pedagógica diversificada e que cumpre Currículo Paulista estabelecido pelo Estado de São Paulo em 2018. No ano em que estivemos em observação na escola, havia uma movimentação e preocupação constantes com a unificação do currículo na esfera nacional por conta da aprovação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

A instituição de ensino atende as turmas nos períodos da manhã e da tarde, portanto é integral, e trabalha com três pilares para o(a) aluno(a): solidário(a), acadêmico(a) e protagonista.

O coordenador geral

Formado em Estudos Sociais com habilitação para História, Antonio parecia bastante requisitado durante o período em que frequentamos a escola: sua sala estava sempre ocupada para a resolução de questões dos(as) alunos(as) (desde problemas de disciplina até os de aprendizagem) e sempre o encontrávamos na sala de coordenação pedagógica trocando informações com os outros professores nos intervalos das aulas.

Exercendo o magistério há 26 anos, sendo 12 como coordenador geral e cinco à frente da escola, o próprio Antonio nos recebeu em sua sala duas vezes durante o período da aplicação da pesquisa, quando conversamos sobre o andamento do projeto e impressões sobre a escola.

Tivemos uma conversa informal e não exatamente uma entrevista, já que o objetivo era deixar o ambiente favorável para a livre expressão do interlocutor e evitar que o mesmo emitisse opiniões que o entrevistador

"gostaria" ouvir, evitando assim uma interação social sem conflitos.

A busca pela criação de um "ambiente informal", ainda que provisório, em entrevistas, colabora para uma entrada mais profunda no universo dos significados ou representações individuais.

Começamos a conversar sobre sua visão da unidade escolar. Para ele, a unidade tem bom desempenho por conta do regime integral ter sido implementado em 2015. Segundo ele, o resultado pode ser comprovado pelo IDESP 5.84 (2019), o maior entre as escolas do setor centro-sul de São Paulo (este último dado foi fornecido pelo professor, mas não pôde ser comprovado pelas informações oficiais divulgadas pelo Estado).

Outros fatores a que ele atribui o sucesso da instituição são o trabalho da equipe, o exercício de uma gestão coesa, democrática e bem alinhada, e a busca da escola por parte dos(as) responsáveis pelos(as) estudantes por conta da excelência do ensino oferecido, ou seja, há uma demanda pela unidade por conta da imagem construída e resultados obtidos nos últimos anos. Esses pontos fizeram com que, ainda segundo o coordenador, as metas dos últimos anos fossem superadas.

O coordenador atribui os bons resultados aos alunos e às suas formações prévias, já que alguns são oriundos de escolas de bom nível de ensino (muitas vezes particulares), além do processo de avaliação contínua do trabalho desenvolvido pela escola, que pede o preenchimento de questionários avaliativos por parte de alunos e docentes, além de também ser submetida a avaliações periódicas por parte do Estado.

Ao que parece, o Estado é rigoroso nas avaliações periódicas e o desempenho da escola é proporcional ao investimento que será feito na instituição, por isso há uma preocupação constante do coordenador com tais avaliações. Ainda assim, a falta de investimento público tem prejudicado a manutenção da escola e sua infraestrutura.

Como relatado pelos professores, pelo coordenador e por alguns funcionários com os quais conversamos, a maioria dos alunos das turmas observadas e, portanto, de toda a escola se consideramos a proporcionalidade, morava em outros bairros: 91,89% (34) no caso do 9º C, 90% (27) do 9º D e 52,78% (19 alunos) do 7º B.

O fato da maioria dos alunos morar em outros bairros foi citado por Antonio como consequência para a baixa participação dos responsáveis nas iniciativas da unidade de

ensino, portanto uma das dificuldades pensando numa evolução de desempenho por parte da escola. Segundo o coordenador, quando a comunidade do entorno é próxima da escola, pode-se constatar maior engajamento e soluções conjuntas, o que ele já vivenciou em experiências anteriores enquanto coordenador de outras unidades.

A situação é atribuída ao perfil da população local por conta da elevada renda das famílias residentes no bairro da escola. A maioria dos jovens da região está matriculada em escolas particulares, enquanto estudantes de outros bairros vêm estudar na escola atraídos por sua qualidade. A proporção de moradores(as) da Vila Mariana matriculados no Ensino Básico em escolas públicas é de 20,74%, de acordo com o Mapa da Desigualdade de 2019.

Unificação curricular

Em 2008, o programa São Paulo Faz Escola foi estabelecido pela Secretaria de Estado da Educação de São Paulo para unificar o currículo escolar para a rede estadual. Houve, então, a implantação do Currículo Oficial do Estado de São Paulo a fim de estabelecer a base comum de conhecimento e competências para professores e alunos.

Pensando nessa unificação, foram criados cadernos - para estudantes e docentes - para padronizar o ensino das disciplinas. Segundo nossa observação, os cadernos norteavam quase que completamente os conteúdos que eram passados em sala. Até por conta deste engessamento, a ideia de incluir a execução de músicas para complementar os assuntos propostos pelas apostilas foi bem recebida pelas professoras.

Ouvimos, em mais de uma oportunidade por parte das docentes, que os conteúdos dos cadernos já não eram tão atuais e por vezes apresentavam proposições muito básicas de ensino, especialmente para os alunos do 9º ano.

No final das contas, os conteúdos acabam sendo aplicados aos estudantes por conta das avaliações periódicas por parte da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo. Para o coordenador geral, o ensino a partir das cartilhas já é uma realidade, portanto não há muito espaço para questionamento - desde a direção até os professores; a preocupação dos gestores da escola é manter o bom desempenho nas avaliações do órgão regulatório para seguirem recebendo investimentos.

Sobre o uso da música como aparato pedagógico complementar, o coordenador

acha interessante, pois pode despertar o interesse dos alunos. Há, inclusive, professores que tentam mesclar as atividades padronizadas das cartilhas com conteúdos “externos”. Mas aponta que o problema é a falta de investimento no corpo docente para conseguir propor conteúdos - seja oriundos do Samba ou de outros gêneros - que façam sentido com os conteúdos expostos em sala. Realmente, notamos que as maiores dificuldades para o corpo docente eram a curadoria e a falta de tempo para preparação das aulas.

Elencamos abaixo alguns dados extraídos dos questionários aplicados e já tabulados, além de parte das conclusões a partir da tabulação:

Atividades na internet

Para medirmos as preferências das atividades na internet das turmas, solicitamos que as turmas atribuíssem notas de 0 a 10 para diferentes usabilidades. A média foi feita a partir da soma das notas e a divisão do valor total pelo número de alunos.

Entre todas as atividades assinaladas pelos alunos, há ampla preferência por consumo de música na internet, mostrando a relevância da música no cotidiano desses estudantes. Abaixo a média das três

	9º C	9º D	7º B
Atividade mais citada	Consumir música (9,63 de média)	Consumir música (9,20 de média)	Consumir música (9,32 de média)
2ª atividade mais citada	Assistir série (8,33 de média)	Redes sociais (7,90 de média)	Assistir série (9,06 de média)
3ª atividade mais citada	Redes sociais (8,19 de média)	Assistir filme (7,40 de média)	Jogar online (8,44 de média)

atividades mais apontadas pelos(as) discentes:

Nota-se predomínio de música na preferência com alternâncias nas posições seguintes, sendo que assistir séries foi apontada duas vezes como a segunda prática mais comum. A conclusão que se tira é que a música pode ser, portanto, um agente facilitador de aprendizado dado o gosto dos(as) estudantes por consumir música.

Música

Para medirmos as preferências musicais dos estudantes, fizemos a média a partir da soma das notas e a divisão do valor total pelo número de alunos, como na questão acima.

Nas três turmas, o rap predominou como primeira ou segunda opções dos alunos, fato que chama atenção.

Abaixo os três gêneros musicais mais citados por sala:

	9º C	9º D	7º B
Gênero mais citado e média	rap (7,26 de média)	eletrônico (6,97 de média)	pop (8,12 de média)
2º gênero mais citado e média	funk (5,74 de média)	rap (6,67 de média)	rap (6,27 de média)
3º gênero mais citado e média	eletrônico (5,68 de média)	pagode (5,73 de média)	eletrônico (5,68 de média)

Você gosta de Samba?

Você gosta de samba?	9º C	9º D	7º B
Sim	72,97% (27 alunos)	60,00% (18 alunos)	55,56% (20 alunos)
Não	27,03% (10 alunos)	36,67% (11 alunos)	44,44% (16 alunos)
Não responderam		3,33% (1 aluno)	

Há clara inclinação positiva dos jovens para com o Samba, mesmo não tendo sido o gênero apontado como preferido em nenhuma das classes. O fato parece demonstrar abertura

por parte dos estudantes para a inclusão de conteúdos musicais, o que possibilitaria boa aceitação na inclusão de músicas do gênero Samba nas aulas.

Você acha que o uso da música em aula pode contribuir para o seu aprendizado?

Uso da música em sala de aula	9º C	9º D	7º B
Sim	78,38% (29 alunos)	70,00% (21 alunos)	86,11% (31 alunos)
Não	21,62% (8 alunos)	23,33% (7 alunos)	16,67% (6 alunos)
Não respondeu		6,67% (2 alunos)	

Em todas as turmas, houve consenso sobre o interesse da música como item de contribuição para o aprendizado em sala de aula. Entre as justificativas apresentadas pelos alunos, ressalta-se os trechos abaixo:

“Têm algumas músicas que falam do passado”

“Porque muitas delas (músicas) trazem conhecimento”

“Letras com críticas sociais”

Samba é resistência? Pode ser uma ferramenta de denúncia social?

	9º C	9º D	7º B
Sim	72,97% (27 alunos)	46,67% (14 alunos)	58,33% (21 alunos)
Não	10,81% (4 alunos)	33,33% (10 alunos)	38,89% (14 alunos)
Não respondeu	16,22% (6 alunos)	20% (6 alunos)	2,78% (1 aluno)

Sobre o Samba enquanto ferramenta de denúncia social, houve respostas falando sobre o preconceito e outros assuntos mais

Além do resumo dos dados acima, na dissertação há estudos mais aprofundados sobre a região onde a escola está localizada, há um comparativo entre os dados dos bairros mais distantes onde moram os alunos de cada classe. Ainda, tratamos das experiências prévias escolares dos alunos, da ocupação profissional deles e de seus responsáveis, dos sonhos para o futuro, condições de moradia, lazer, níveis de escolaridade dos responsáveis, relação com a mídia, com a internet, renda, religião, entre outras informações. O artigo é uma prévia daquilo que está em processo de análise na dissertação, prevista para ser depositada até dezembro de 2020.

Referencias

DE ANDRÉ, Marli. Etnografia da prática escolar. Campinas: Papirus, 2015.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Pesquisa em comunicação. São Paulo: Loyola, 2005.

em voga nos debates atuais. Parece, portanto, haver mais clareza sobre o papel do Samba enquanto gênero "cronista".

LOPES, Nei; SIMAS, Luiz Antonio. Dicionário da história social do samba. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social. Rio de Janeiro, Vozes, 2003.

SILVA, André Chaves de Melo. Imagens televisivas e ensino de história: representações sociais e conhecimento histórico, 2010.

SODRÉ, Muniz. Samba, o dono do corpo. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

TINHORÃO, José Ramos. Música popular: um tema em debate. São Paulo: Editora 34, 2012.

IDEM. Pequena história da música popular: da modinha à lambada. São Paulo: ART EDITORA LTDA, 1991.

Sites

REDE NOSSA SÃO PAULO. Mapa da desigualdade 2019. Disponível em: https://www.nossasaopaulo.org.br/wp-content/uploads/2019/11/Mapa_Desigualdad_e_2019_tabelas.pdf

SECRETARIA DA EDUCAÇÃO. São Paulo
Faz Escola. Disponível em:
<https://www.educacao.sp.gov.br/sao-paulo-faz-escola>

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Base
Nacional Comum Curricular. Disponível em:
<http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>

La cultura participativa en la producción de nuevos sentidos en el juego: la mirada del fanático de Counter Strike

A cultura participativa na produção de novos sentidos no game: o olhar do fã de *Counter Strike*

Participatory culture in the production of new meanings in the game: Counter Strike fan look

Angelica Caniello ⁵⁸

Luciana Coutinho Pagliarini de Souza

59

Resumo: O artigo relaciona cultura participativa e comunidade de fãs de games. Estudamos semioticamente um wallpaper,

feito por um fã do Counter-Strike, que é um game de conteúdo violento, e o potencial de significados que está apto a produzir.

Palavras-chave: Cultura participativa. Game Counter-Strike. Violência.

Abstract: The paper links participatory culture and the gaming community fanbase. We studied semiotically a wallpaper, made by a fan of Counter-Strike, which is a game of violent content, and the potential of meanings that is able to produce

Keywords: Participatory culture. Game Counter-strike. Violence.

⁵⁸ Docente da Universidade de Sorocaba. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação da Uniso, Brasil, angelica.caniello@prof.uniso.br.

⁵⁹ Docente do Programa de Pós-Graduação da Uniso, Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, pós-doutora com estágio na Universidade de Kassel/Kassel(Alemanha), Brasil, luciana.souza@prof.uniso.br.

Consumos streaming juveniles de música: los jóvenes consumidores de la Zona Metropolitana de Querétaro.

Youth streaming music consumption. The young consumers in the Metropolitan Area of Querétaro.

Sergio Rivera Magos⁶⁰

Resumen: El presente estudio tiene como objetivo describir los consumos streaming de música de los jóvenes de la Zona Metropolitana de Querétaro. Para esto presenta una discusión teórica entorno a las prácticas de consumo de música digital de los jóvenes y datos cuantitativos recabados a través de una encuesta. El estudio muestra la presencia hegemónica del consumo de música vía streaming, siendo Spotify la plataforma más usada y el referente respecto a este servicio. También da cuenta de la

centralidad del teléfono móvil en el consumo de música convirtiéndolo en un dispositivo que promueve la personalización de los consumos y su ágil gestión en cualquier momento y lugar. Los datos obtenidos también permiten concluir que el playlist es la opción preferida por los jóvenes en cuanto a consumos musicales pues permite practicidad y personalización. El estudio muestra cómo la tecnología deja su papel de canal y soporte para convertirse en facilitadora de una experiencia dinamizada al máximo por las capacidades de la gestión digital streaming de la música.

Palabras Clave: Consumo streaming de música; Jóvenes; Música digital, Plataformas streaming; Playlist.

Abstract: The mixed study aims to describe the streaming consumption of music of young people in the Querétaro Metropolitan Area. For this presents a theoretical discussion around the practices of consumption of digital music of young people and their appropriation. The research includes quantitative data collected through a survey. It shows the hegemonic presence of music consumption via streaming, Spotify being the most used

⁶⁰ Sergio Rivera Magos. Universidad Autónoma de Querétaro. Doctor en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos. México. sergio.rivera@uaq.mx

platform and the reference regarding this service. It also realizes the centrality of the mobile phone in music consumption by turning it into a device that promotes the customization of consumption and its agile management anytime, anywhere. The data obtained also allow to conclude that the playlist is the preferred choice by young people in terms of music consumption because it allows practicality and

customization. The study shows how technology leaves its role as a channel and support to become a facilitator of an experience energized to the fullest by the capabilities of digital music streaming management.

Key words: Music streaming consumption; Young people; Digital music, Streaming platforms; Playlist.

Las interacciones en Twitter que integran componentes paradójico-humorísticos sobre asuntos públicos relacionados con la gestión de López Obrador.

As interações no Twitter com componentes paradoxal-humorísticos em assuntos públicos durante o governo López Obrador.

Interactions on Twitter that incorporate paradoxical-humorous components on public affairs related to the López Obrador administration.

Luis Ignacio Tellez Sainz ⁶¹

Resumen: Esta investigación en progreso busca comprender el comportamiento del proceso comunicacional en interacciones de Twitter sobre asuntos públicos con el humor como componente durante la gestión de AMLO.

Palabras Clave: Interacciones, Twitter, Humor.

Abstract: This work in progress aims to understand the communicational behavior on Twitter interactions about public affairs while using humor as component during the AMLO administration.

Key words: Interactions, Twitter, Humor.

⁶¹ Luis Ignacio Tellez Sainz. Universidad de Guadalajara, maestría, México, ignacio.sainz.90@gmail.com.

Analizando Rede e Comentários Sobre a Controvérsia “Nova MPB” no Twitter

Analyzing Network and Comments About “New MPB” Controversy on Twitter

Laís Barros Falcão de Almeida⁶²

Resumo: Análise da rede e dos comentários sobre a controvérsia Nova MPB no Twitter, com fundamentação teórica e metodológica na Teoria do Ator-Rede e Análise de Redes Sociais. A maioria dos comentários foram negativos e com críticas a Nova MPB.

Palabras Clave: Controvérsia, Nova MPB, Twitter.

Abstract: Analysis of the network and comments on the controversy Nova MPB on Twitter, with theoretical and methodological basis in the Actor–Network Theory and Social Network Analysis. Most of the comments were negative and critical of Nova MPB.

Key words: Controversy, New MPB, Twitter.

Introdução

A sigla MPB (Música Popular Brasileira) se popularizou no Brasil na década de 1960 e 1970 graças aos festivais de música, e aos programas da TV Excelsior e TV Record, aos shows e espetáculos em teatros, aos

lançamentos de vinis e à imprensa, em meio aos debates políticos e estéticos da época (Napolitano, 2001). Os artistas envolvidos foram chamados de “nova MPB”, “Moderna MPB”, e a “novidade” desde então passou a

⁶² Laís Barros Falcão de Almeida é doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Brasil, e-mail: lais_falcao@yahoo.com.br.

ser um assunto importante nas discussões sobre MPB. Após esses artistas, principalmente os tropicalistas terem ficados conhecidos e atrelados à MPB, os artistas que foram surgindo nos próximos festivais eram chamados de “nova geração da MPB”, assim sucessivamente.

Essa prática também era adotada pela imprensa, que passou a indicar também quem seriam os “novos” artistas da MPB ao longo dos anos. Mas foi só nos anos 1990, na revista Bizz que essa prática pela imprensa brasileira ficou mais coesa e propositiva, com matérias de capa dedicadas à apostar nos novos nomes da MPB. Nos anos 2000, surgiram matérias de outras revistas como Bravo!⁶³, Serafina⁶⁴ e Trip⁶⁵ com os artistas que seriam as indicações dessas revistas e jornalistas para MPB, uma geração, na época, na casa dos 30 anos, que utilizam as mídias digitais, que em sua maioria, fazem parte da cena musical de São Paulo⁶⁶, e começaram sua carreira sem o apoio de grandes gravadoras⁶⁷. Desde 1990, começaram a aparecer críticas sobre a Nova MPB, mas o debate ficou mais intenso após essas matérias dos anos 2000, com ensaios

fotográficos que faziam releituras de capas de revistas e álbuns antigos da música brasileira, e também por conta do surgimento de sites e blogs dedicados à música brasileira na web, locais onde a maioria das críticas à Nova MPB hoje se encontra.

A Nova MPB pode ser pensada, então, a partir da noção de controvérsia. Ideia que perpassa várias áreas e disciplinas, mas foi definida pela Teoria do Ator-Rede (TAR)⁶⁸, e uma de suas principais característica é que elas são debatidas: “As controvérsias são discussões (mesmo que nem sempre verbais) onde mais e mais objetos são discutidos por mais e mais atores” (Venturini, 2010, p. 5, tradução nossa). Também foi instrumentalizada pela TAR com o conjunto de técnicas chamado Cartografia das Controvérsias (CC). A própria MPB é formada por controvérsias, tendo em vista que desde seu surgimento até hoje ela vem se modificando com o passar dos anos em meios aos debates e às articulações com atores diversos, modificando seus próprios fluxos e conexões, construindo redes, sendo a Nova

⁶³Recuperado em 15 de setembro, 2020 de <https://bit.ly/2YBmhrL>.

⁶⁴Recuperado em 15 de setembro, 2020 de <https://bit.ly/2LIhhwh>.

⁶⁵Recuperado em 15 de setembro, 2020, de <https://bit.ly/35avIRF>.

⁶⁶Recuperado em 15 de setembro, 2020, de <https://glo.bo/2t0lOnf>.

⁶⁷Recuperado em 15 de setembro, 2020, de <https://bit.ly/2RBkC49>.

⁶⁸ Também conhecida como sociologia da tradução ou sociologia das associações, a TAR vem sendo desenvolvida desde os anos 1980 e tem como principais pesquisadores Michel Callon, John Law e Bruno Latour.

MPB uma de suas controvérsias (Almeida, 2017).

O objetivo é analisar essa controvérsia no Twitter, e avaliar empiricamente as possibilidades e limites da aplicação de métodos de pesquisa para internet (Amaral, Fragoso & Recuero, 2013) nos estudos da MPB. Discutindo teoricamente TAR, a análise de redes para mídias sociais, além da análise de discurso mediado por computador e redes sociais (Bastos, Recuero & Zago, 2018), que vem sendo desenvolvidas pelos estudos de cibercultura no Brasil, em suas articulações possíveis (Bastos, Recuero & Zago, 2014), e nos diferentes significados que apresentam para a noção de rede (Jacomy, Munk & Venturini, 2018).

As Redes Sociais da Internet (RSIs) são redes de relacionamentos baseados em troca de informações (Lemos & Santaella, 2010), e os sites de redes sociais são os sistemas que dão suporte as interações entre seus atores (Recuero, 2009). O enfoque será na rede de comentários de usuarios sobre a Nova MPB no Twitter, seguindo a abordagem de cunho estruturalista da Análise de Redes Sociais (ARS), para refletir sobre as relações entre

esses atores nesta rede social. E nos comentários sobre nova MPB feitos por usuários, através de uma análise do discurso mediado por computador e redes sociais, para compreender os microdiscursos ligados à Nova MPB. A coleta e análise de dados foi feita de maneira manual e mediada por software de análise de rede (NodeXL⁶⁹), e por ferramenta digital de contagem e visualização de palavras em nuvem (WordArt⁷⁰), utilizada para facilitar a interpretação dos dados.

Esse estudo fez parte de uma pesquisa mais ampla de doutorado que propôs uma abordagem teórica e utilizou metodologias para dar conta da pesquisa sobre MPB nas ambientações digitais do século XXI. A abordagem teórica foi a inclusão das noções de controvérsias e redes nos estudos da MPB, sendo as controvérsias uma forma de exploração da sigla como debate público e coletivo. Nesta direção, a metodologia ampla chamada de “cartografia digital de controvérsias musicais” reuniu métodos cartográficos com métodos digitais de pesquisa para internet e redes sociais, usando ferramentas digitais online e softwares,

⁶⁹ NodeXL é uma template (modelo) para Microsoft Excel, compatível com as versões 2007/2010/2013/2016 desse editor de planilhas, que tanto rastreia dados digitais, como exibe eles em gráficos de rede. Recuperado em 15 de setembro, 2020 de <https://bit.ly/2KVAudk>.

⁷⁰ WordArt é um site para criar nuvens de palavras online. Recuperado em 15 de setembro, 2020 de <https://bit.ly/343VIP2>.

principalmente as abordagens metodológicas CC e ARS (Almeida, 2020).

Controvérsias e Redes em Mídias Digitais

O entendimento comum é de controvérsia como discussão pública e argumento sobre algo que muitas pessoas discordam. Mas com os teóricos da TAR, essa noção adquiriu carga política, técnica, científica e social. Barthe, Callon & Lascoumes (2009) a definiram como modo de exploração de informações e discursos, aprendizagem e conhecimento sobre o mundo sensível, e aparelho democrático.

Inicialmente a noção de controvérsia foi utilizada por Bruno Latour (2000) para investigar discursos de cientistas. Na publicação que faz uma introdução da TAR, Latour (2012) não apresenta uma definição para controvérsia, mas fica clara sua proposição de ampliar sua investigação, por não se tratar mais apenas de controvérsias ligadas aos discursos e debates científicos, mas controvérsias sobre o mundo social. Controvérsia passa a ser incertezas sobre a constituição do social e da sociedade, ao mesmo tempo em que são “aquilo que permite ao social estabelecer-se e às várias

ciências sociais contribuem para sua construção” (LATOUR, 2012, p. 46).

Essa perspectiva da controvérsia é ilustrada e elucidada na metáfora utilizada por Tommaso Venturini: “controvérsias são complexas porque (...) são o social no seu estado magmático. Como a rocha em magma, o social das controvérsias é tanto líquido e sólido, ao mesmo tempo” (2010, p.7, tradução nossa). Venturini (2010) também deixa de lado a referência à ciência e tecnologia, e apresenta uma definição ampla: “controvérsias são situações em que os atores discordam (ou melhor, concordam com seu desacordo)” (p. 4, tradução nossa). As principais características das controversias, segundo o pesquisador, são que as controvérsias envolvem todo tipo de atores, humanos e não-humanos, mostram o social na sua forma mais dinâmica, são formas de resistência, são debatidas e conflituosas. E também passa a chamar controvérsia de debate público (Venturini, 2011).

Na CC, a controvérsia é a situação ideal para analisar os atores agindo, o “Momento em que a complexidade das relações sociais se revela na infinidade dos mediadores, nas relações de forças desiguais, nos embates e finalmente na sua estabilização, quando a controvérsia se transforma numa ‘caixa-

preta” (Sá, 2014, p. 547). Outras interpretações possíveis da controvérsia, também com base na TAR, é de polêmica (Stangl, 2016) e treta (Alberto; Janotti; Pilz, 2019). Noortje Marres (2016) compreende a controvérsia como “uma ‘ocasião empírica’ para uma investigação social mais ampla” (Marres, 2016, p. 8, tradução nossa) de contestações e disputas entre os atores para estabelecerem seus pontos de vistas no debate social.

O principal problema que Noortje Marres (2016) alerta é sobre o viés digital, sobre as mídias digitais não serem imparciais, mas participativas enquanto métodos digitais. Deve-se assumir, então, que na análise digital das controvérsias existem a dinâmica do debate social e da própria mídia digital, e que ao mapear uma controvérsia também estamos mapeando os efeitos da tecnologia das mídias digitais. Porém, essa abordagem só tem viabilidade quando não se perde o foco em analisar a controvérsia em questão para se dedicar mais em analisar as próprias plataformas (Marres, 2016). Em outras palavras, os analistas de controvérsias não analisam internet, web e redes sociais, mas debates públicos nesses ambientes.

As controvérsias são encontradas em lugares e eventos públicos, em declarações

de indivíduos e grupos, textos científicos, em veículos de comunicação e nas mídias digitais. Stangl (2016) instrumentaliza a CC em um roteiro com etapas a serem seguidas, e um dos passos chama-se microdiscurso, voltado para as controversias nas redes sociais, que é o que será feito aqui: “uma curadoria de (...) comentários, debates (...) tendo como base as redes sociais, como Twitter (...) para investigar o que as pessoas estão dizendo sobre a controvérsia” (p. 185).

A noção de controvérsia e rede da TAR estão interligadas, pois “a própria noção de Ator-Rede foi desenvolvida por Michel Callon (1989) como um esforço para descrever a implacável associação e dissociação de atores e redes em controvérsias” (Venturini, 2010, p. 13, tradução nossa). Lemos e Santaella (2010) explicam que na TAR “redes são fluxos, circulações, movimentos, alianças que nada têm a ver com entidades fixas” (p. 32). Em outras palavras, redes não são pontos e linhas, mas fluxos em movimentos contínuos. Michel Callon (1991), por sua vez, prefere chamar em seus trabalhos a rede da TAR de rede sociotécnica, dando ênfase aos artefatos técnicos que circulam na rede, por exemplo máquinas e bens de consumo, entre outros.

Anders Munk, Mathieu Jacomy e Tommaso Venturini (2018) explicam que

Teoria Ator-Rede e Análise de Redes Sociais (ARS) dizem respeito a redes diferentes, mas que tem afinidades que possibilitam sua articulação. Segundo os autores, ambas refutam premissas da sociologia clássica, do social e da sociedade como dados, mas como uma construção que deve ser exposta e observada. Além de ambas serem consideradas perspectivas relacionais, por reconhecerem a importância das associações e conexões para o social e a sociedade. Ou seja, as duas auxiliam na compreensão de fenômenos coletivos, cada uma a sua maneira.

Por outro lado, a Análise de Redes Sociais (ARS) é uma abordagem estruturalista do social, por conseguinte, investiga a estrutura de agrupamentos para identificar as relações entre atores sociais. E para isso, utiliza-se de técnicas e métricas de pesquisa para descrever e analisar essas associações, entre elas está a representação da estrutura social em uma rede de nós ou vértices (atores) e arestas (conexões).

Para os estudiosos da ARS, as mídias sociais também são espaços pensados como esperas públicas, pois “proporcionam um espaço onde, além da socialização, os atores podem expressar e reproduzir opiniões políticas e ideias que contribuem para o

debate público” (Bastos; Recuero; Zago, 2018, p. 35). Dessa forma, contribuem também para a análise das controvérsias. E é por isso que articulando a ARS na CC pode-se investigar como os usuários das redes sociais estão envolvidos em controvérsias.

Como o conceito de rede da TAR é diferente da rede da ARS, isso irá implicar na cartografia, principalmente na construção dos mapas.

O fundo teórico da TAR, com isso, apresenta uma concepção de rede e de mapa (ou grafo) que não tem permanência nem localização no espaço e no tempo, mas constitui-se na associação, no movimento e na mediação (LATOUR, 2007; LEMOS, 2013). (...) A ausência de qualquer delimitação conceitual implica em um entendimento de rede potencialmente infinita e de actantes permanentemente virtuais. Os métodos para análise de redes, por outro lado, se aplicam a redes delimitadas no espaço e no tempo. (Bastos; Recuero; Zago, 2014, p. 586).

Precisa-se pontuar, então, que cartografar e analisar controvérsias nas redes sociais com a ARS deve ser a partir de suas definições de rede (grafo). Vale ainda ressaltar que os pesquisadores da TAR e da ARS não são avessos às iniciativas de articular essas duas vertentes teórico-metodológicas, desde que

suas diferenças sejam apontadas e respeitadas, pois pesquisas em Comunicação tem empregado elas juntas, principalmente para criar redes discursivas de controvérsias. Para evitar as incompatibilidades entre TAR e ARS, também decidi separá-las na cartografia, deixando a ARS com a camada apenas relacionada as controvérsias nas redes sociais, e o restante com a TAR.

A mídia social também é um espaço de produção, circulação e legitimação de discursos quando os atores determinam quais informações serão reproduzidas, quais serão reverberadas, eles também produzem e reproduzem diferentes discursos (Bastos; Recuero; Zago, 2018, p. 132). Assim, as afirmações publicadas pelos usuários como comentários nas mídias sociais são estudadas como discursos, e a partir da frequência de conceitos e palavras, também são feitas análises de conteúdo. Tendo em vista que as controvérsias sobre música também surgem em comentários nas mídias sociais, e são mediadas por essas mídias, permite investigar não apenas discursos envolvidos nessas controvérsias, mas também os vínculos dos usuários com a música, a performances de gosto (Hennion, 1999; 2001; 2011) deles, como são usadas as categorias musicais, ou até mesmo como valores sociais, históricos,

culturais e estéticos de uma categoria musical específica são encenados continuamente nesses ambientes.

A Controvérsia Nova MPB no Twitter

Podemos considerar a Nova MPB uma controvérsia quente e atual, pois é fácil encontrá-la nas principais revistas e jornais brasileiros, e em publicações nas mídias sociais. Basta pesquisar nos motores de busca na web ou em aplicativos agregadores de notícias para encontrar matérias jornalísticas anunciando o(a) artista revelação da Nova MPB da vez, lançamento de discos, próximos shows, e declarações desses artistas. Também rapidamente se encontram os textos criticando a Nova MPB em sites e blogs brasileiros. Ou buscar pela palavra-chave “nova MPB” nos sites de redes sociais para encontrar comentários dos usuários sobre ela.

Uma busca avançada no Twitter contendo a frase exata “nova mpb” revela que apenas em 2008 podem ser encontrados os primeiros comentários públicos sobre a temática. Nenhum resultado foi encontrado para “nova mpb” em 2006 e 2007 no Twitter e em 2008 os resultados são escassos. Só a partir de 2009 é que os resultados começam a ser superiores a 50 comentários. Atualmente são

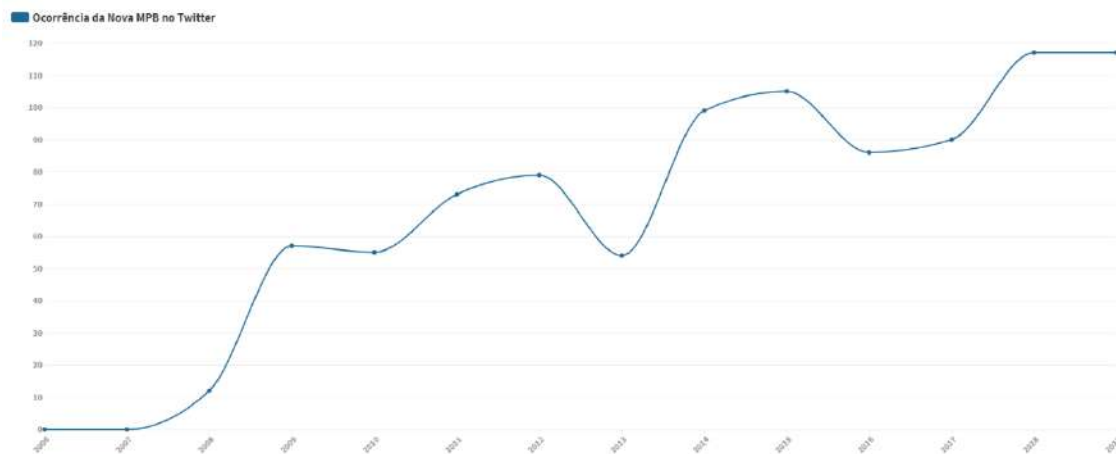


Gráfico 1. Citações de “nova mpb” nos comentários do Twitter. Fonte: Twitter.

dezenas de comentários na rede social que mencionam “nova mpb” diariamente. O que demonstra como o termo foi se popularizando ao longo dos anos no Brasil.

Pesquisar dentro das redes sociais demonstra como é difícil precisar quando seus usuários passaram a utilizar esse termo. É preciso então levar em consideração a dinâmica das redes sociais, de como contas e perfis de usuários são criadas e canceladas todos os dias, assim como as publicações, por isso a dificuldade de coletar dados mais antigos nessas plataformas. Além da opção de configuração em privacidade e segurança de “proteger seus posts” que alguns usuários adotam para mostrar as publicações deles apenas para as pessoas que seguem eles. Mas

essa dinâmica não inviabiliza que se possa coletar e analisar seus dados.

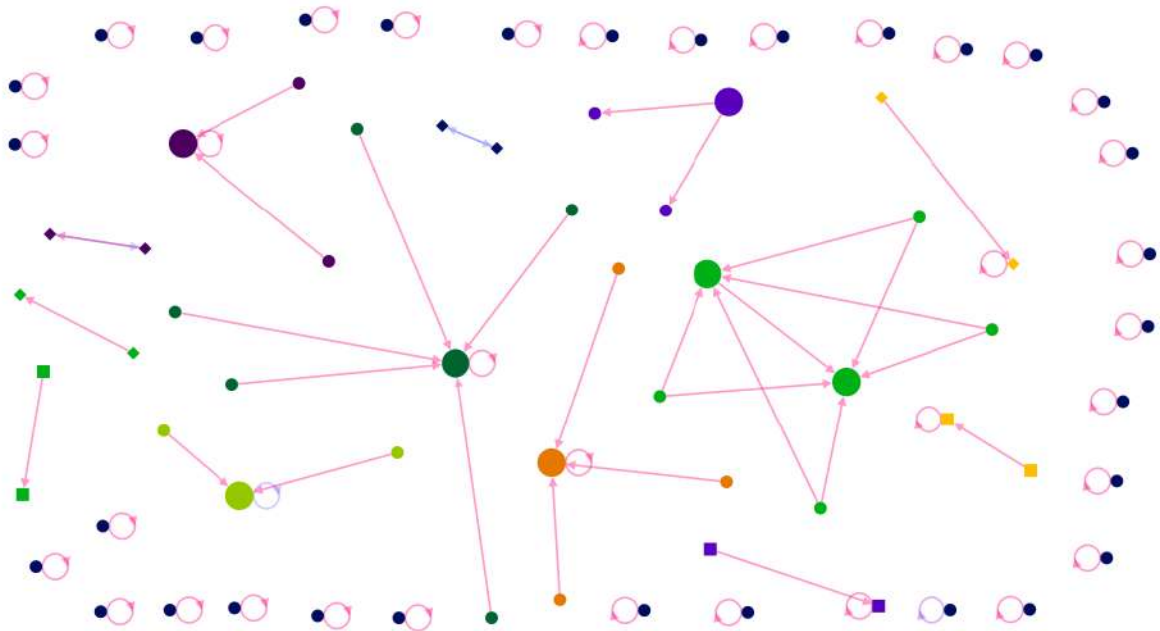
Rede Nova MPB no Twitter

A coleta de tweets sobre “nova mpb” no Twitter foi feita em 12 de novembro de 2019, às 14h29, com o software NodeXL. Uma ferramenta que permite a coleta e análise de quantidades pequenas de dados, e com uma API (interface de programação de aplicativo) que coleta publicações de forma limitada para o passado, ou seja, mais voltada para tweets que já foram arquivados do que os que estão sendo publicados no momento. Foi importada uma rede básica, que mostra quem foi respondido ou mencionado em tweets recentes sobre a Nova MPB. Essa rede tem o limite de 18.000 tweets, mas os

desenvolvedores informam que o software pode não coletar o número de tweets solicitados, já que o acesso aos dados é controlado pela API do Twitter.

Foram coletados 277 tweets. Como os resultados não foram muito acurados, foi preciso excluir comentários que não estavam relacionados à Nova MPB, o que resultou em

70 tweets. A maioria dos comentários trazem avaliações positivas ou negativas da Nova MPB, e não receberam resposta ou foram retweetados na rede social. Eles estão representados na rede com nós em azul escuro e autorrotações (self-loops) rosas, que indicam vértice e arestas autoconectados, e se espalham pelas bordas da rede em círculo.



Grafo 1. Com citações e retweets sobre "nova mpb" no Twitter. Fonte: criação da autora no NodeXL.

Comentários sobre Nova MPB no Twitter

Poucas são as conversações que foram coletadas. E não foi coletado nenhum debate sobre a Nova MPB na amostragem rastreada pelo NodeXL, tendo em vista que para que exista uma discussão precisa existir desacordo entre os usuários. Devido às limitações do software, foi feita também uma coleta manualmente de mais comentários

sobre Nova MPB no Twitter. Foram coletados 2.382 principais comentários com menções "nova mpb" ou #novampb, de 1 de janeiro de 2008 até 16 de novembro de 2019, um total de 48.204 palavras. E depois esses comentários foram colocados em ferramenta de nuvem de palavras para facilitar a visualização de seus microdiscursos. Foi utilizado o limite máximo de palavras na ferramenta, a saber: 999.



Figura 1. Microdiscurso dos comentários sobre Nova MPB no Twitter. Fonte: criação da autora no wordart.com.

As palavras mais citadas e que representam os conceitos principais mencionados nos comentários são: mpb, nova, música e geração, nesta ordem de importância. 40 artistas e bandas foram indicadas como Nova MPB pelos usuários, entre eles o mais citado foi o duo Anavitória. Por outro lado, a artista já consagrada da MPB mais mencionada foi a Marisa Monte. E os principais estilos e gêneros musicais mencionados foram canções de protesto, sertanejo, funk, indie, reggae, rock e neofolk.

Também classifiquei os comentários de acordo com o sentimento no comentário: positivo, negativo ou neutro⁷¹. A maioria pode ser classificada como negativo (49%), pois apresenta crítica ou desvalorização da Nova MPB. Também foram esses os tweets mais curtidos e retweetados. Em segundo lugar está o neutro (28%), com muitos comentários anunciando novos artistas da Nova MPB, principalmente por veículos jornalísticos. E por último, os comentários positivos (23%) elogiando, identificando-se e valorizando a Nova MPB.

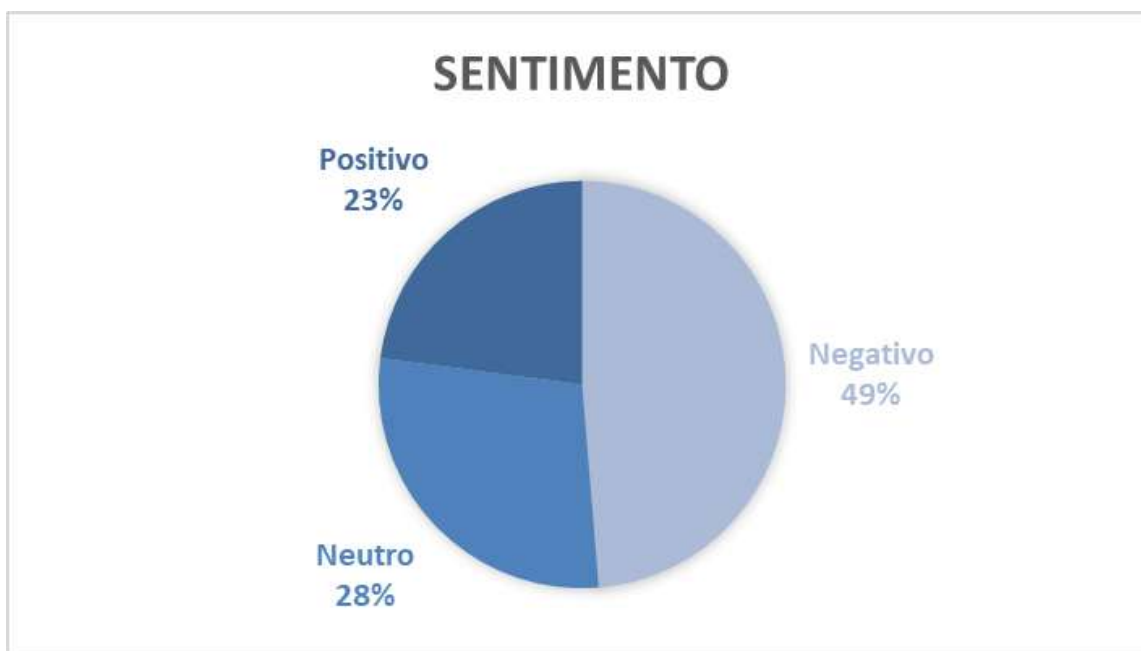


Gráfico 2. Sentimento dos comentários sobre Nova MPB no Twitter. Fonte: criação da autora.

⁷¹ O termo "neutro" foi utilizado por não ter encontrado outro melhor, mas compreendo essas publicações, principalmente as de veículos jornalísticos não como neutros, mas como construtivos da própria Nova MPB, pois seguem linha editorial e a visão de cultura e música brasileiras desses veículos.

Esse resultado se deve em parte por conta do uso geral das redes sociais, mais para criticar do que elogiar, para expressar ódio (Amaral & Coimbra, 2015) por meio de haters⁷², mas também demonstra uma não aceitação ou insatisfações com relação a Nova MPB que é apresentada pela imprensa brasileira e pelos próprios artistas vinculados a ela. Nos comentários, muitos usuáři@s consideram os artistas da Nova MPB chatos, desagradáveis e insuportáveis, com claras rejeições a esses artistas, mas também as suas músicas e aos seus fãs. O que revela também a disputa entre os entusiastas de diferentes expressões musicais no Brasil nessa plataforma.

Esses comentários também são formas de identificação dos usuários com os artistas, bandas, e as músicas da Nova MPB, criação de vínculos com eles, como uma performance de gosto deles no Twitter, muitas vezes também buscando visibilidade e reputação entre seus seguidores (Amaral & Moschetta, 2014). Por isso, quando usuáři@s comentam: “Eu amo

tanto a nova geração da MPB. 😊❤️”, “eu fico tão feliz em ver essa nova MPB tendo o reconhecimento que merece, sério”, “Uau eu amo a nova mpb”, “pq eu odeio a ‘nova mpb’ começa pelos nomes das bandas”. Além de reconhecerem a Nova MPB como uma categoria de classificação musical, como na conversa:

Usuáři@ 1 4:15 PM · 10 de nov de 2019:
Vocês classificam Melim como Surf Music? (6 respostas e 9 curtidas)

Usuáři@ 2 11:47 PM · 10 de nov de 2019:
Eu classifico como Nova MPB.

O comentário mais curtido que critica a Nova MPB é do músico Rogério Skylab, conhecido no cenário de rock e música independente no Brasil⁷³. Ele critica o que reconhece como a necessidade de se ter “qualidade moral que traga respeito” para fazer parte da MPB e da Nova MPB, além de apontar os artistas da Nova MPB como corporativistas e deslumbrados por uma política de direita.

⁷² Em português, odiadores. Se originou de uma expressão do Hip Hop “Haters gonna hate” (em português: “odiadores vão odiar”). Nos últimos anos, os haters se apropriaram dos sites de redes sociais para disseminar discursos de ódio e violência simbólica. Para compreender mais as ações dos haters, ler Adriana Amaral e Michele Coimbra (2015).

⁷³ Rogério Skylab é um dos principais atores na discussão sobre Nova MPB, tendo escrito sobre seus artistas, como Romulo Fróes, na Folha de São Paulo. Recuperado em 15 de setembro, 2020 de <https://bit.ly/33goMDU>. E também escreveu textos críticos sobre a Nova MPB em seu blog GODARD CITY. Recuperado em 15 de setembro, 2020 de <https://bit.ly/2EOFbGm>.



Figura 2. Comentários críticos de Rogério Skylab sobre Nova MPB no Twitter. Fonte: Twitter.com.

Entre os comentários negativos sobre a Nova MPB também estão críticas questionando a capacidade de seus artistas de fazer músicas de protesto ou canções de exílio, caso volte a ditadura militar no Brasil. Entre eles estão o comentário do jornalista e cartunista Arnaldo Branco: "Pior que se vier a ditadura é essa nova MPB que vai fazer as músicas de protesto". E um do jornalista André Forastieri reiterando e concordando com o comentário de Branco: "deu razão definitiva para lutar pela democracia: 'se vier a ditadura é essa nova MPB que vai fazer as músicas de protesto'".

Se resgatarmos as categorias históricas-sociais de avaliação da MPB (ULHÔA, 2000;2002), essa crítica estaria ligada à valorização de artistas da MPB com a ideologia de esquerda, por sua rebeldia ou protesto. Mas na Nova MPB, a cobrança não é sobre o posicionamento dos artistas, até por

quê @s usuáři@s reconhecem que existe esse posicionamento. Trata-se mais do não reconhecimento da capacidade desses artistas de fazer canções de protesto, da cobrança por essas canções e da crítica de que esses artistas são conhecidos mais por se posicionam politicamente na imprensa e nas redes sociais do que pelas suas músicas.

É válido pontuar como essa desvalorização da Nova MPB por não reconhecer que nela existem artistas que fazem canção de protesto é atravessada por uma cobrança de virilidade da MPB, que vem dos posicionamentos polêmicos e machistas de Lobão sobre a MPB e a Nova MPB, as quais acusa de frouxas, sem potência e com inveja do falo americano, comparando-as com o rock'n'roll. Desta forma, podemos dizer que Lobão continua a ser o principal protagonista das tensões entre o rock e MPB, e entre o rock e a música sertaneja no Brasil. Por isso

existem muitos comentários que chamam a Nova MPB de “pau mole”, “pau pequeno”, “bilauzinho”. É relevante ainda dizer que a imprensa brasileira dá visibilidade para

declarações polêmicas, que acirram disputas, no caso aqui MPB vs. Rock.



Figura 3. Críticas falocêntricas da Nova MPB e a do Lobão. Fonte: Twitter.com

Existem também muitos comentários que desvalorizam a Nova MPB por ela ser comercial, pelo fato dela fazer parte da indústria da música. Mas menos por ela estar nas grandes gravadoras e não ser “independente”, e sim por ter músicas que viraram jingles em muitos comerciais brasileiros, e por ela estar vinculada com marcas, cujo público alvo é a classe média, e classe média alta. Por exemplo: Natura, Oi e Pão de Açúcar. Assim, comentam negativamente que suas músicas se parecerem com jingles.

Quanto às categorias de avaliação estética da MPB “emoção”, “romantismo”, “energia” e

“alegre”, a Nova MPB é rejeitada em comentários no Twitter por ser *good vibes*, feliz (otimista), florida, emotiva e “fofinha” sobre relacionamentos. Principalmente com músicas da Nova MPB que são reconhecidas também como pop. Porém, segundo o ex-baixista da Fresno, Estevan Tavares, que se lançou em projeto solo, a Nova MPB pode ser emotiva, mas não emo ou emocore, gênero musical influenciado pelo hardcore, mas mais melódico e com letras emotivas. É sobre essa questão que podemos ver a ação de um *hater*, com um comentário ameaçador e violento.



Esteban Tavares  
@estebantavares

O pessoal tenta me encaixar na “nova mpb”, mas eles não me aceitam. Aí, eu sou o emão, mas os emão dizem que eu não sou mais emo. Eu sou ROCK PLATINO, então? Ganhei.

10:52 PM · 4 de fev de 2019 de [São Paulo, Brasil](#) · [Twitter for iPhone](#)

21 Retweets **477** Curtidas

Se tu vier para minha casa e comer o cu de toda minha família, ok. Mas se tu ousar de escutar Nova MPB dentro da minha casa eu infelizmente terei que te moer na porrada seu felizinho de merda

7:55 AM · 12 de nov de 2019 · [Twitter for Android](#)

1 Curtida

Figura 4. Comentários sobre a Nova MPB ser feliz e emotiva. Fonte: Twitter.com.

Considerações Finais

Essas críticas não podem ser pensadas fora da conjuntura sociopolítica e cultural do país. Por exemplo, a cobrança por canções de protesto desde quando voltou a ressurgir o discurso a favor da ditadura militar pelas ruas do Brasil, do golpe contra a ex-presidente Dilma Rousseff em 2016, das eleições presidenciais de 2018 e agora no governo militar de Jair Bolsonaro. Assim como, fruto das discussões de movimento negros, feministas e LGBTQI+ no país, alguns tweets sobre MPB e Nova MPB trazem essas questões, com humor cobrando por mais cantoras lésbicas, ou enaltecendo o trabalho

de artistas negras como superiores se comparadas com as brancas.

As respostas dos tweets coletados normalmente são dos próprios usuários que fizeram o comentário acrescentando pontos para o comentário que tinham acabado de fazer, ponderando algumas colocações mais generalizantes. Ou de outros usuários concordando, discordando do comentário anterior, mas sem apresentar argumentos ou tentar iniciar um debate com o usuário que publicou o comentário. E normalmente o usuário que publicou o comentário curte as respostas, mas não responde elas. Mesmo assim são conversações coletivas (Recuero, 2014) sobre música em site de rede social que difundem ideias e informações sobre a Nova

MPB e que acabam por influenciar as próprias redes de Nova MPB.

Avaliando os efeitos e impactos da conversação em rede sobre Nova MPB no Twitter, segundo Raquel Recuero (2014), podemos indicar que existe muita reciprocidade, pois demonstram “solidariedade em relação ao fato relatado” (p. 209), apoiam e reiteram o comentário feito, mas sem persistência nas interações, pois o usuário que publica o comentário na maioria das vezes não responde as respostas de seus comentários. E o fato de não ter encontrado debates entre usuáři@s nos comentários coletados no Twitter não significa que a controvérsia da Nova MPB não existe nesta rede social. Apenas que ela foi representada de outra forma. Expondo como questões que já estavam presentes na discussão em sites e blogs, como as críticas de Rogério Skylab e Lobão, também aparecem nas redes sociais e como outros pontos da controvérsia emergiram com os usuarios do Twitter, sobre a música da Nova MPB parecer jingle, entre outros.

De forma geral, foi possível aplicar empiricamente a Análise de Redes Sociais para o estudo da controvérsia Nova MPB no Twitter. O que só reforça a viabilidade, nos estudos da MPB, de utilizar métodos digitais

de pesquisa na e pela internet, isto é, tendo a internet como lugar para pesquisa e também como instrumento de investigação através de softwares e sites de redes sociais hoje disponíveis.

Referências

Alberto, T. P., Janotti JR, J., Pilz, J. (2019). “F**K YOU ROGER, PLAY THE SONGS”: rock, política e rasuras na turnê de Roger Waters no Brasil em 2018. XXVIII Encontro Anual da Compós.

Almeida, L. B. F. (2017). A MPB em Mudança: Cartografando a Controvérsia da Nova MPB. Porto Alegre: Simplíssimo.

_____. (2020). Controvérsias da Mpb na Rede: Propostas Teóricas e Métodos Digitais na Internet Para Pesquisar a Sigla no Século XXI (Tese de Doutorado).Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife.

Amaral, A., Moschetta, P. H. (2014). Visibilidade e Reputação nos Sites de Redes Sociais. A Influência dos Dados Quantitativos na Construção da Popularidade a Partir da Percepção dos Usuários. ABCiber Online. Recuperado em 15 de setembro, 2020, de <https://bit.ly/2LHOfgq>.

_____, Coimbra, M. (2015). Expressões de Ódio nos Sites de Redes Sociais: O Universo dos Haters no Caso

#Eunãomereçoserestuprada. Contemporanea (UFBA, online), v. 13, N. 2, p. 294-310.

_____.; Fragoso, S.; Recuero, R. (2013). Métodos de Pesquisa Para Internet. Porto Alegre: Editora Sulina.

Barthe, Y; Callon, M.; Lascoumes, P. (2009). Acting in an Uncertain World: na Essay on Technical Democracy. Cambridge, Mass: MIT Press.

Bastos, M. T.; Recuero, R.; Zago, G. S. (2018). Análise de Redes Para Mídia Social. Porto Alegre: Editora Sulina.

_____. (2014). Encontros e Desencontros Entre TAR e ARS: o Laço Fraco Entre Teoria e Método. Contemporanea (UFBA, online), v. 12, p. 1-15.

Callon, M. (1991). Techno-Economic Networks and Irreversibility. In: LAW, J. A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination. Londres: Routledge.

_____. (2008) Entrevista Com Michel Callon: Dos Estudos de Laboratório Aos Estudos de Coletivos Heterogêneos, Passando Pelos Gerenciamentos Econômicos. Porto Alegre: Sociologias, n.19, p. 4-9.

Ghosn, R.; Jarairy, E. H.; Ramos, S. (2008) The Space of Controversies: an Interview With Bruno Latour. New Geografies, p. 128-129.

Hennion, A.; Gomart, E. A Sociology of Attachement: music amateurs, drug users. In: Law, J.; Hassard, J. (Eds) (1999). The Sociological Review: Actor Network Theory and After. Oxford: Blackweel Publishers.

_____. Music Lovers. Taste as Performance. (2001). Theory, Culture, Society, 18 (5), p. 1-22.

_____. (2011). Pragmática do Gosto. Rio de Janeiro: Desigualdade & Diversidade, nº 8, jan/jul, p. 253-277.

Jacomy, M.; Munk, A.; Venturini, T. (2018). Ator-rede Versus Análise de Redes Versus Redes Digitais: Falamos das Mesmas Redes? Galaxia (São Paulo, online), n. 38, p. 5-27.

Latour. B. (1994). On Technical Mediation. In: Common Knowledge, v. 3, nº 2, p. 29-64.

_____. (1998). On Actor-Network Theory. A Few Clarifications. CSTT, Keely University.

_____. (2000). Ciência em Ação: Como Seguir Cientistas e Engenheiros Sociedade Afora. São Paulo: Unesp.

_____. (2009). Spheres And Networks. Two Ways to Reinterpret Globalization. Havard University School of Design.

_____. (2012). Reagregando o Social: Uma Introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba.

Lemos, R.; Santaella, L. (2010). *Redes Sociais Digitais: a Congnição Conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.

Marres, N. (2016). Why Map Issues: On Controversy Analysis as a Digital Method. *Science, Technology & Human Values*, p.1-32.

Napolitano, M. (2001). "Seguindo a Canção": engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969). São Paulo: Annablume.

Recuero, R. (2014). *Conversação em Rede: Comunicação Mediada Pelo Computador e Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.

_____. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.

Sá, S. M. A. P. (2014). Contribuições da Teoria Ator-Rede Para a Ecologia Midiática da Música. *Salvador: Contemporânea*, p. 537-555.

Stangl, A. F. (2016). Estratégias para uma Cartografia de Controvérsias "Culturais": o

Caso dos Rolezinhos nos Jornais e Redes Digitais. *Revista Fronteiras*, v. 18, p. 180-193.

Ulhôa, M. T. (2000). *Pertinência e Música Popular: em Busca de Categorias Para Análise da Música Brasileira Popular*. Bogotá: III Congreso de la Rama Latinoamericano, IASPM. Recuperado em 10 de dezembro, 2019, de <https://bit.ly/35a3uGG>.

_____. (2002). *Categorias de Avaliação Estética da MPB: Lidando com a Recepção da Música Brasileira Popular*. Cidade do México: IV Congreso de la Rama Latinoamericano, IASPM. Recuperado em 10 de dezembro, 2019, de <https://bit.ly/2RFx1nM>.

Venturini, T. (2010). *Diving in Magma: How to Explore Controversies With Actor-Network Theory*. *Public Understanding of Science*.

_____. (2011). *Building on Faults: How to Present Controversies With Digital Methods*. *Public Understanding of Science*.

O *status quo* do livro digital e o leitor por ele constituído

El status quo del libro digital y su lector

The digital book status quo and its the reader constituted by it

Carina Luisa Ochi Flexor ⁷⁴

Resumo: Discute a natureza material do livro digital e seus protocolos de leitura. Indica estágios de evolução livresca e seus respectivos graus de abertura à participação, apontando para os leitores-modelo previstos em suas conformações.

Palavras-chave: livro-aplicativo, protocolos de leitura, leitor-modelo.

Abstract: Discusses the material nature of the digital book and its reading protocols. Indicates stages of bookish evolution and their respective degrees of openness to participation, pointing to the model readers foreseen in their conformations.

Keywords: app book, reading protocols, model reader.

Introdução

Ao longo do tempo, o livro impresso fez consolidar protocolos de leitura (CHARTIER,

2011) e práticas consonantes com suas estruturas materiais, históricas e culturais. Uma base material que firmou protocolos condutores da leitura demarcados por

⁷⁴ Carina Luisa Ochi Flexor. Universidade de Brasília (UnB), doutora, Brasil, carina.flexor@unb.br.

autores e editores e que fez estruturar não só a relação livro-leitor, como colaborou para a consolidação de um leitor por este objeto constituído. Um leitor que foi sendo tecido ao longo de uma longa história e que, ademais as particularidades dos objetos e dos leitores constituídos por/em cada obra, fez gestar um leitor-modelo (ECO, 1988) próprio do livro impresso que, disposto a se entregar a uma experiência solitária e silenciosa, acostumou-se a deslizar os olhos sobre a linearidade do verbo, implicando-se em uma atividade concentrada, do espaço privado e da participação, preponderantemente, dirigida às lacunas interpretativas.

O livro digital, por sua vez, sinaliza para novos protocolos de leitura⁷⁵ e, conseqüentemente, para uma atualização do leitor-modelo que, aos poucos, vai se distanciando daquele anteriormente associado ao livro impresso.

Se diante do livro impresso Chartier (2011) fez reconhecer que o leitor-ideal/leitor-modelo (Chartier, 2011, ECO, 1988) previsto por uma obra é antes tecido em sua concepção através dos protocolos do autor e do editor, a presente pesquisa, ao atualizar – a partir do reconhecimento da materialidade

livresca digital –, os protocolos de leitura do livro-aplicativo, faz ver que este objeto passa a inscrever procedimentos em sua base computacional que passam a reivindicar, potencialmente, a colaboração do leitor na sua contextura, ampliando a ideia de lacunas que, somadas às interpretativas, abrem-se progressivamente à possibilidade de aportes de conteúdo multimodal e dados.

Tomando como base os graus de abertura da obra de arte propostas por Plaza (2000), o trabalho reconhece que é plausível reconhecer distintos graus de abertura da obra livresca que, à medida que amplia as possibilidades participativas do leitor, faz viabilizar a incidência de vestígios – protocolos na leitura/no espaço – que se endereçam à experiência leitora.

Observa-se a abertura da obra livresca a partir das fases de desenvolvimento livresco – e seus respectivos lastros estabelecidos pela visualidade –, o que faz notar o estágio de transposição e suas relações de iconicidade, a transfiguração e suas relações de indexicalidade e a transdução e suas relações de arbitrariedade para com a ideia de livro consolidado historicamente.

⁷⁵ Flexor (2018) aponta para uma ampliação dos atores que, participando da tessitura do objeto, imprimem vestígios que impactam sobre a leitura (protocolos do sistema e na leitura/no espaço).

A abertura de primeiro grau remeteria à polissemia, à pluralidade de leituras e riqueza de sentido, reconhecidas nos livros em transposição – estágio em que se observa fortes relações de iconicidade para com o impresso – que se abrem para uma participação, predominantemente, no âmbito interpretativo. A abertura de segundo grau indicaria alterações estruturais e informacionais que vinculam o leitor à obra e que passam a ser reconhecidas em livros em transfiguração, estágio em que se faz notar relações indexicais e que se abrem à participação, preponderantemente, aqui denominada de interativa. A abertura de terceiro grau associada ao estágio da transdução – estágio em que as relações para com o livro impresso se dão por lastros da arbitrariedade simbólica –, caracteriza-se pela participação que é afetada pela coparticipação e intervenção maquínica como agente decisivo para a agência e presença de protocolos que são demarcados antes na experiência mesma da leitura.

Destaca-se as relações de incorporação, quando faz notar que o terceiro grau pressupõe os anteriores, bem como o segundo pressupõe o de primeiro grau, fazendo perceber que tais classificações não são absolutas, do contrário, vislumbra-se apenas

reconhecer indicadores de predominância quando, por exemplo, faz ver que quando o livro resguarda em si características qualitativas próximas do seu análogo impresso, observa-se uma participação, predominantemente, dada pelas lacunas interpretativas, embora já se reconheça a presença de simples recursos interativos nos mesmos.

O livro impresso estruturou-se a partir de um encadeamento lógico predefinido e apoiado em estratégias compositivas e estruturais de sua concepção alicerçadas na lógica do signo verbal, fazendo com que a escrita moldasse não só a forma do livro, como também colaborasse para a conformação de um leitor-modelo particular. O livro digital, por sua vez, enquanto novidade que se presta a experimentações e, ainda, frente às distintas características das espécies de mídia (MANOVICH, 2002) e modos diversos de apresentação, faz ver, de mesmo modo, uma miríade de leitores-modelos previstos por tais variações e que encontram, a partir dos estágios aqui evidenciados, um clareamento no sentido de se observar quais leitores-modelo estão sendo, deliberadamente, constituídos por esses objetos frente às suas especificidades. Reconhecidos os estágios livrescos, cujos

vínculos com seu antecessor histórico, vão variando gradativamente e, ainda, identificando que estes resguardam em si graus de abertura que indicam participações dos seus leitores de distintos graus, é legítimo, então, afirmar que cada estágio livresco identificado acaba por prever leitores-modelos que lhe são particulares.

A partir de Chartier (2011), Manovich (2002) e Eco (1988, 1991) e partindo de uma perspectiva qualitativa-exploratória, o texto foi tecido aproximando as abordagens teóricas discutidas dos objetos empíricos observados, tendo como objetivo identificar os leitores-modelo previstos pelos livros-aplicativos nos citados estágios/abertura. Destaca-se que assim como os livros podem apresentar maior tendência a um estágio ou a outro, os leitores-modelo aqui delineados basculam de mesmo modo. Registra-se que a pesquisa não obsejta criar termos arbitrários e/ou novos nomes para velhas discussões, pretende apenas nominar o leitor-modelo a partir daquilo que desponta como sobressalente na sua relação com o objeto, referenciando a abertura/participação dos mesmos.

Semelhança imagética e o leitor participativo-interpretativo

É legítimo registrar que, embora se façam inúmeras as possibilidades advindas da interação orientada entre hardware e software, as propostas editoriais que elegem a modalidade livro-aplicativo nem sempre fazem uso dos recursos disponíveis, assim como nem sempre se fazem consonantes com as demandas e expectativas dos sujeitos.

Tal questão faz notar que muitos appbooks mantêm vínculos preponderantemente icônicos com as versões originais impressas, o que faz perceber que as representações digitais, respaldadas na semelhança qualitativa, sustentam a manutenção de layouts de capa similares ao impresso, simulações de materiais, inclusive textura de papel, alusões gráficas aos acabamentos, até da manutenção de estruturas como marcadores de página, que, a priori, perdem a sua função original quando da passagem para o digital.

Se na camada cultural das interfaces gráficas, a partir dos protocolos de edição, vê-se obras que antes se ancoram na mimese, no âmbito da camada computacional, em especial no que se refere aos protocolos do sistema, observa-se que as instruções inscritas reverberam em procedimentos que igualmente emulam o impresso, autorizando o leitor a interagir com estes de uma maneira

muito próxima ao impresso e, nesse sentido, o leitor é convocado a repetir o movimento de passar de páginas, de acompanhar marcações que reforçam a cadência da leitura etc. Figuram enquanto estratégias de mimese, recursos como pop-ups e harlequinades que, embora estejam aquém das possibilidades de simulação disponíveis no digital, outrora se apresentaram enquanto técnicas recorrentes no meio editorial para incorporar efeitos de movimento e tridimensionalidade e que já sinalizavam, à época, para uma participação que extrapolava, em alguma medida, a interpretativa.

Diante desse primeiro estágio, os modos de apresentação do livro podem ser tidos enquanto incipientes, visto seu forte vínculo para com as referências anteriores, caracterizando, desse modo, enquanto primeira fase de conversão livresca digital a transposição que, como diz o termo empregado, transpõe as lógicas estruturais e organizacionais do impresso para a base digital, salvaguardando aspectos do objeto histórico tanto na camada cultural, via

semelhança imagética, quanto na camada computacional, gestando práticas que retêm certa similitude. O livro transposto estabelece vínculo sustentado pela semelhança, fazendo manter certos elementos que, mesmo ocasionalmente abstidos de sua função nativa, se estabelecem enquanto via de acesso ao referente.

Essas questões podem ser observadas em *The Tale of Peter Rabbit* (Figura 1) que, em sua versão digital, mesmo com a incorporação de funções inexistentes no impresso – como a narração e animações sensíveis ao toque –, evidencia uma pronunciada ancoragem nos modos de apresentação da matéria impressa. Os vínculos vão desde a manutenção do layout de capa, folha de rosto, páginas espelhadas, estilo das ilustrações e mesmo a simulação dos harlequinades em detrimento dos recursos de interação próprio dos dispositivos digitais, assim como o reforço da linearidade que é conferido por marcadores que vão destacando as palavras sincronicamente à sequência da leitura.

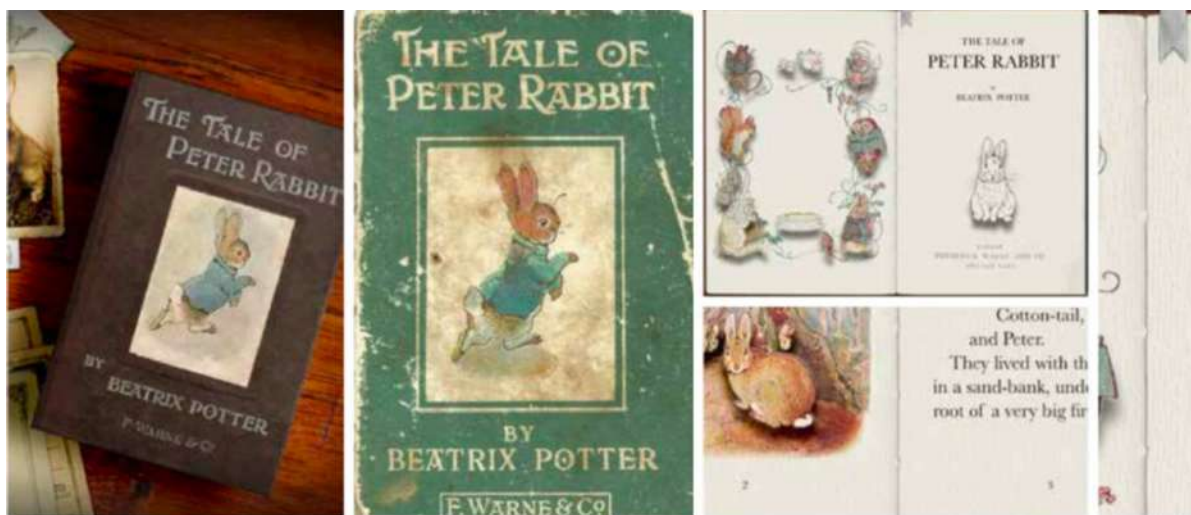


Figura 1 - O livro-aplicativo que mantém página dupla, folha de rosto, fólhos, simulações visuais de costura e acabamento. Fonte: acervo pessoal.

Observa-se que o livro em estágio de transposição, ao ser tecido através de protocolos de leitura – do autor, do editor e do sistema – que sustentam a referida mimese, acabam por tecer um leitor-modelo que aceitaria um pacto de leitura (ECO, 1988) que estaria vinculado a lógicas próximas do impresso e, portanto, aquém dos recursos que o meio propicia.

Duplamente ancorado na transcrição do livro impresso – através dos vestígios demarcados na camada cultural e computacional –, o estágio da transposição prevê, a partir da abertura de primeiro grau da obra, um leitor-modelo que é nele e por ele constituído que, a priori, estaria disposto a ter sua participação mediada, prioritariamente, pelas lacunas interpretativas dadas pelos

protocolos de autoria e brechas interativas dadas pelos protocolos de edição e do sistema.

Um leitor-modelo participativo-interpretativo que aponta para um nível de atuação que, respaldada pelos procedimentos inscritos no sistema, estaria a cooperar interpretativamente a partir das brechas dadas pelos protocolos de leitura e que estaria inclinado a implicar o corpo no passar de páginas e no percorrer das linhas com os olhos e ainda propenso a interagir com um sistema em que suas ações não implicam em mudanças da/na estrutura do objeto. Um leitor gestado por um objeto que mantém signos duráveis (SANTAELLA, 2013) e que não se alteram apesar da interatividade própria do meio, permitindo, apesar da

passagem para o meio digital, que o mesmo possa ser lido contínua e repetidamente, assim como sua versão análoga.

Um leitor previsto pela tessitura do objeto que, além de observar a cadeência das palavras, própria da leitura linear do impresso, ainda dialoga com imagens que apesar de já se prestarem como ponto de acesso às tímidas interações, resguardam modos de apresentação – estilística e de articulação com o verbo – bem próximas dos objetos predecessores.

À luz da experiência da leitura, se, por um lado a adoção do termo livro, pela via da arbitrariedade simbólica se dá pela dimensão qualitativa-icônica na tentativa de capturar a atenção dos leitores iniciantes para o novo meio, por outro, aponta para dissonâncias para com as expectativas dos leitores já em estágio de letramento digital mais avançado. Se por um lado tal atitude incorre na possibilidade da criação de simulacros livrescos, réplicas incoerentes à lógica da cultura digital, de outro, criam uma zona de conforto inicial para aqueles sujeitos recém-chegados a plataforma digital, permitindo que o know-how já adquirido na leitura do impresso sirva de ponte para o desbravar de novas experiências.

Multirreferencialidade e o leitor participativo-interativo

Assentadas as primeiras manifestações livrescas em contexto digital com os referidos livros transpostos, em processo constante de mutação em direção à incorporação das novas estratégias, os appbooks vieram assumindo distintas facetas, ilustrando o estágio experimental dos modos de produção e acesso a este objeto. Se em um primeiro momento a similitude se mostrou sustentáculo em relação ao modelo historicista do livro, em um segundo estágio, observa-se uma dada tendência à desconfiguração das estruturas tradicionais e um deslocamento da referencialidade imagética para outros objetos não livrescos. Caracterizando o estágio de transfiguração, sobre a camada cultural das interfaces gráficas, passou-se a notar não só uma organização sintática respaldada pela analogia qualitativa a sites e jogos, por exemplo, como a observância de lógicas de acessos particulares ao hipertexto.

Ao abdicar do lastro icônico para com o impresso, os livros digitais parecem começar a fazer jus a sua transmutação material e passam a experimentar outras modalidades de acomodação do conteúdo e a propiciar outras formas de experienciar o objeto. Para

além da camada cultural e dos modos de apresentação nas interfaces gráficas multicontaminadas por distintos produtos e linguagens, o livro em estágio de transfiguração inscreve em sua camada computacional, a partir dos protocolos do sistema, uma multiplicidade de instruções que orientam procedimentos que observam o hibridismo próprio da rede.

Se, por um lado, a camada cultural fez mesclar sintaxes e gramáticas de múltiplos produtos da cultura, inclusive, do objeto livresco, por outro, na instância da camada computacional, faz ver procedimentos que ora se aproximam de tarefas antes vinculadas ao impresso, outrora orientados por instruções particulares dos seus distintos referentes. Ao atentar para tal questão, observa-se uma multiplicidade de atividades que se somam à experiência do ler – como jogar, por exemplo –, bem como a alternância entre os modos de leitura linear e multilinear, assim como a predominância de imagens em movimento, próximas das cinematográficas, ou que se fazem movimentar através do acionamento interativo do sistema. Livros que absorvem referências visuais que incorporam funções e estilos dos produtos para os quais apontam, tornando o terreno livresco complexo ainda mais por permitir aportes de conteúdo

multimodal, como anotações, narrações e inserção de imagens por parte do leitor, autorizando que cada legente personalize, pelo menos para si, o conteúdo informacional e seus modos de apresentação.

Tais tentativas mais se aproximam de replicações indiscriminadas de modelos midiáticos diversificados, somadas às bases editoriais que legitimaram o livro histórico, assumindo estruturas polimorfos. É legítimo, entretanto, reconhecer que os elos para com o impresso, ainda que pela via da manutenção parcial de um ordenamento do conteúdo ou da replicação de estruturas diagramáticas do impresso, permitem que estes objetos sejam reconhecidos como livros.

Assim, viabilizado pela base comum digital de distintos produtos culturais, os livros transfigurados parecem prescindir da ancoragem quase que exclusiva do qualitativo-icônico com seus análogos impressos, em detrimento de uma vinculação mais diluída para com estes e demais mídias conviventes. Estas relações se mostram estruturadas a partir da manutenção de elementos outrora particulares à cultura livresca e que, embora posteriormente aplicados em objetos midiáticos de outras naturezas, retornam ao livro digital como

marcadores diluídos entre o livro e as demais mídias.

A exemplo, pode-se citar o appbook *The Waste Land* do T. S. Eliot (Figura 2) que, diferente da versão impressa original de 1922, possibilita que o usuário possa ter acesso ao mesmo texto de diferentes maneiras, seja através de narrações de artistas reconhecidos pelos leitores, interpretado teatralmente por

dramaturgos, comentado por críticos literários ou lido nos próprios manuscritos do autor. Toda informação está conectada de modo que o leitor pode alternar entre as diferentes modalidades de apresentação do conteúdo a partir de um mesmo ponto, ampliando a experiência de leitura.

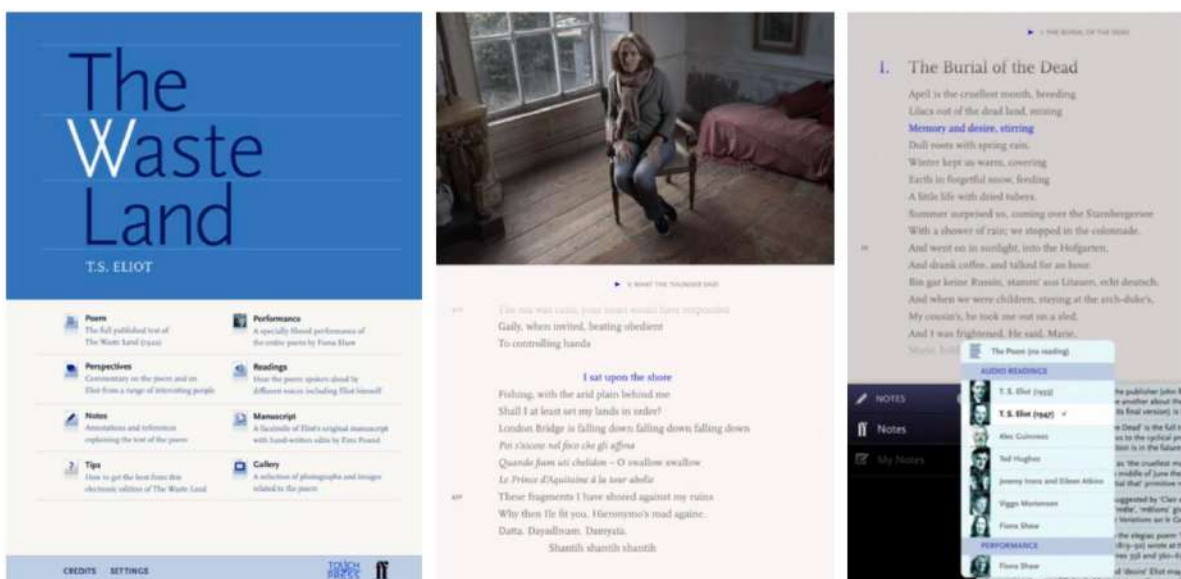


Figura 2 - Observam-se distintas maneiras de ler o livro, dentre elas uma performance da atriz britânica Fiona Shaw. Fonte: acervo pessoal.

Sobressai-se o fato de que, apesar da interface inicial manter um nível de iconicidade mais próximo a uma homepage e dos modos de acesso remeterem indexicalmente a um CD-ROM, o lastreamento para com o objeto livro permanece na organização do conteúdo em páginas numeradas, hiperlinks ordenados em notas de rodapé e menu com uma lógica emprestada do sumário. Nesse caso, a articulação com o objeto histórico se estabelece de modo mais diluído do que nos livros transpostos e sua estrutura expandida, ao implementar outras lógicas e recursos que permitem a escrita dos legentes – frente a abertura de segundo grau –, passa a possibilitar transformações no próprio objeto.

O livro-aplicativo em estágio de transfiguração faz notar um leitor-modelo tecido pela e na obra que estaria disposto a ter experiências que vão além da zona confortável e assentada pelo livro impresso, um leitor propenso a descobrir intuitivamente os modos de navegação e acionamento do sistema – que são antes contaminados por referências e linguagens advindas dos jogos, web, cinema etc –, e, ainda, inclinado a compactuar com interações que permitem maior participação em termos de aporte de conteúdo, vendo suas ações obterem resposta

do sistema, transformando o livro em pequena medida. Esse estágio de conformação livresca estaria a delinear um leitor-modelo aqui denominado de participativo-interativo, um leitor do livro em transição e que se permite contaminar por múltiplas linguagens advindas de outros produtos culturais, desvinculando-se, aos poucos, dos lastros seguros das referências qualitativas do impresso. Um leitor que, encontrando obras de segundo grau de abertura, estaria disposto a extrapolar as lacunas interpretativas e interações que emulam o impresso, passando a lidar com a resposta do sistema às interações realizadas, pressupondo a ideia de que as ações do sujeito promovem mudanças na estrutura livresca e, sobretudo, liberdade em navegar pelo conteúdo de formas diversas.

Arbitrariedade e o leitor participativo-colaborativo

Os caminhos de análise até aqui estão longe de serem observados enquanto fenômenos isolados, de forma inversa, verifica-se que o livro digital é, desde sempre, um híbrido. Diferente dos impressos que mantêm uma pronunciada tradição normativa, os appbooks podem se apresentar em diferentes graus de referencialidade ao

análogo histórico e mesmo em relação a outros produtos da cultura, incorporando, diversificadamente, estratégias de acesso ao conteúdo que podem se assemelhar a distintos objetos, salvaguardando para com estes e mesmo o livro, um espectro de variações em iconicidade e indexicalidade.

Essa questão sinaliza para o fato de que, embora possa se reconhecer, nos dispositivos de leitura e em suas interfaces gráficas, potências para a conectividade e colaboração, é possível observar que os livros-aplicativos, quando não se mostram réplicas transpostas, apresentam-se referendados na fisicalidade do livro histórico, caminhos contraditórios à ideia de obra nativa da cibercultura.

Reconhecendo, diante do exposto, que o estágio inicial do fenômeno livro-aplicativo é marcado por um espectro variante nos modos como este se reporta aos seus análogos impressos, o lastro desse fenômeno para com a cultura livresca está, em boa medida, assegurado pelo caráter legislativo do símbolo livro (FLEXOR, 2012). A arbitrariedade do termo em relação ao seu referente, ao ser culturalmente legitimada, viabiliza, por hora, uma dada liberdade de transformação dos objetos dinâmicos do signo livro, permitindo que a miríade de experimentações editoriais no cenário digital

se movimente dinâmica em detrimento da manutenção do termo.

O livro digital inaugura uma nova fase da cultura editorial – o estágio de transdução –, que apesar de serem poucos os experimentos, fazem avançar o cenário livresco. Destaca-se The Pickle Index que, na tentativa de se apresentar aberto, conforme registra Lévy (1999), à interpenetração de outras obras na rede, bem como para a exploração ativa e colaboração dos sujeitos iteradores, prevê protocolos do sistema que permitem a participação colaborativa dos leitores que incidem vestígios sobre a experiência da leitura. Contemplando uma narrativa videográfica, o livro, no que se refere aos protocolos demarcados nas camadas cultural e computacional, faz ver referências distantes do livro histórico, embora intercale modos de acesso que basculam entre uma narrativa linear e multilinear e, sobretudo, a lógica importada de capítulos e sequencialidade de leitura, por vezes, imposta por recursos visuais. Observa-se um pronunciado distanciamento das referências visuais do impresso, fazendo plasmar estruturas visuais e organizacionais que desconfiguram a ideia do livro impresso e instauram uma linguagem que, embora contaminado por múltiplos produtos culturais, ao desconstruir em

definitivo grande parte da lógica anterior, fazem ver sintaxes mais consonantes com a cultura digital.

Para além, o que separa o estágio de transdução dos demais, sobretudo dos livros transfigurados, é o fato de que a obra – cuja abertura se categoriza como de terceiro grau – estaria prevendo procedimentos que apontariam para lógicas participativas que vão além das tradicionais interações ilustradas no estágio anterior, bem como a participação interpretativa prevista pelo primeiro estágio. Os livros transduzidos seriam aqueles que estariam a permitir a incidência de protocolos na leitura e, mais além, protocolos no espaço.

Diante do exposto, é possível, aferir que os appbooks em estágio de transdução parecem gestar um leitor-modelo participativo-colaborativo que – dada a abertura de terceiro grau – participa a ponto de demandar vestígios endereçados a outros leitores, construindo a partir da tessitura da obra, de certa forma, os seus próprios leitores-modelo. Tal questão se dá pela possibilidade dada pelos protocolos do sistema que inscrevem procedimentos que permitem a colaboração dos leitores que passam a cooperar com aportes de conteúdo

multimodal e dados rastreados pelos softwares e hardwares de leitura, configurando o que foi denominado de protocolos na leitura. Estes livros, por vezes, preveem uma abertura que, dada a ubiquidade dos dispositivos de leitura, permitem que incidam sobre a experiência da leitura, índices denominados de protocolos no espaço.

No que se refere ao destacado *The Pickle Index* (Figura 3), embora cada um – livros impressos e livro-aplicativo – tenha sido projetado para promover uma experiência autônoma, o efeito combinado pode se dar de maneira sinérgica. Os leitores são convidados a relacionar as ilustrações de cada volume que conta, a partir dos pontos de vistas de dois personagens, a mesma situação, retratando os modos de ver particular de cada um sobre o mesmo contexto.

Os leitores são autorizados a colaborar com a narrativa, em pontos que se mostram georreferenciados e a colaboração dos muitos leitores se mistura aos distintos modos de acessar a narrativa, que se dão através da leitura de perguntas e respostas, alertas de notícias diárias e um sistema de pontos de cidadania que classifica cada leitor, ilustrando seu grau de participação com a narrativa.

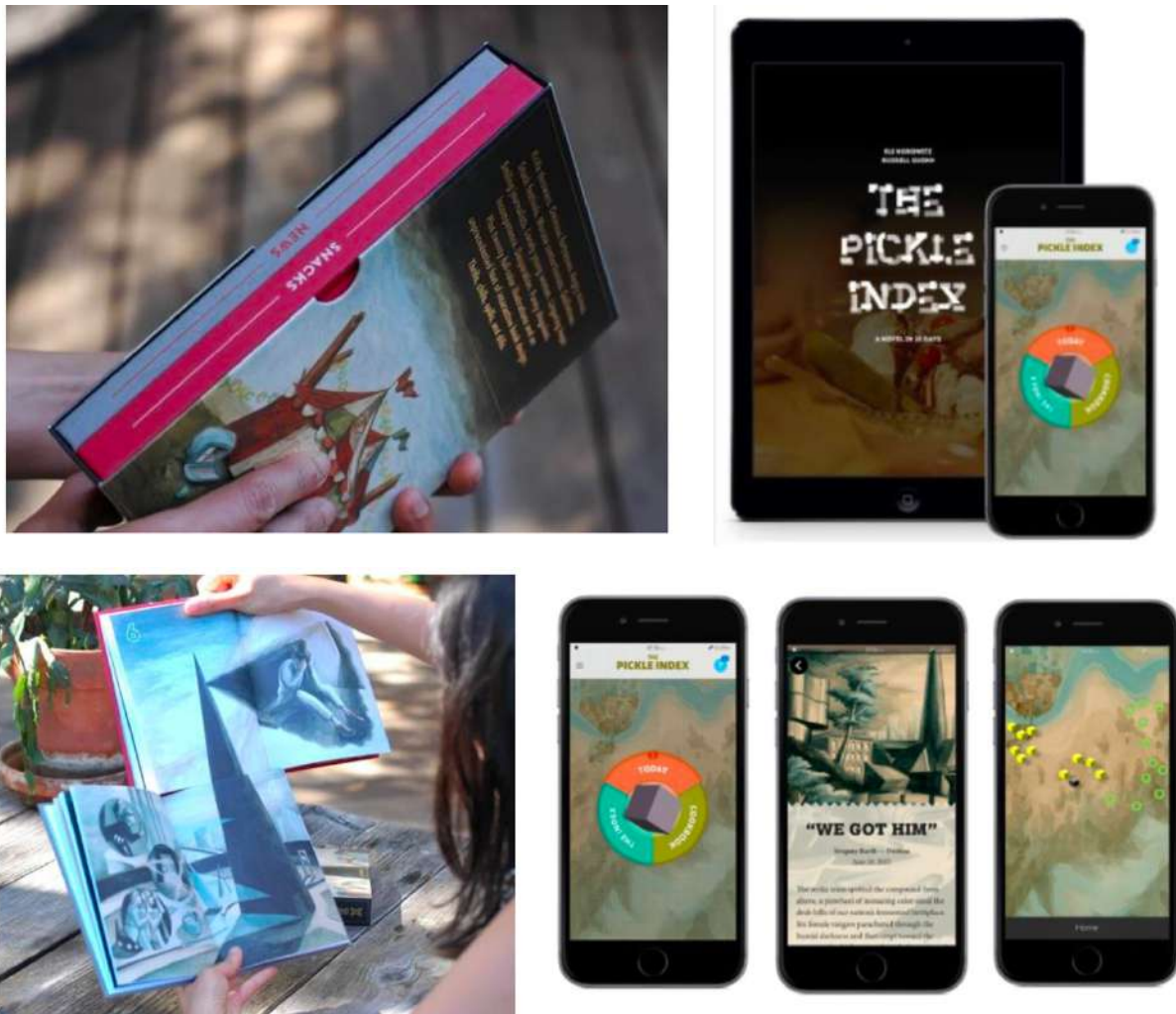


Figura 3 - Relações de complementariedade dada pelas ilustrações que, na narrativa, evidenciam pontos de vista dos distintos personagens. Fonte: acervo pessoal.

Resultando em uma experiência exploratória, o aplicativo joga com serialização, apresenta minijogos, permite a participação do leitor e gera um sistema de upvoting que mede o grau de cidadania de cada interator que, desse modo, parece pertencer ao mundo narrativo.

Destaca-se, que embora seriada e controlada do ponto de vista da liberação de um capítulo por dia, o sistema ainda permite que o leitor, a depender da sua atuação na narrativa, possa conquistar um meio de avançar na história mais rapidamente, o que ilustra mais uma

forma da narrativa se apresentar de modo particular a cada legente.

Destaca-se que experimentos, como o ilustrado, sinalizam para os protocolos na leitura e no espaço, prevendo um leitor-modelo disposto não só a promover mudanças significativas e constantes em um objeto que não se totaliza – do contrário, configura-se obra em movimento (Eco, 1991) –, como, sobretudo, propenso a compactuar com aspectos que se dirigem a sua privacidade. Constituído em sua própria tessitura, os livros transduzidos corroboram com a constituição de um leitor-modelo participativo-colaborativo disposto a interpretar, interagir e a colaborar com aportes de conteúdo multimodal e dados, transformando por certo o objeto livresco e as relações ali implicadas. Um leitor tecido pela e na obra e que estaria propenso a ultrapassar as lacunas interpretativas, estando inclinado a colaborar com aportes efetivos de conteúdo e dados capturados pelos softwares e hardwares de leitura. Um leitor que se implicaria em ler, escrever e compartilhar suas produções com outros legentes, assim como compactuar com as mudanças sofridas pelo livro diante das intervenções de outros legentes e espaços de leitura, vendo na interação com outros sujeitos – leitores e

mesmo autores e editores – um espaço-tempo do ler. Um leitor que mesmo acessando uma estrutura interfacial que muito se descola das referências anteriores, consegue manter o lastro simbólico do livro e, nesse sentido, estaria disposto a usufruir de tarefas que extrapolam a leitura, avançando para uma escrita multimodal, participando de jogos, mídias sociais, dentre outras estratégias incorporadas a esse tipo de livro.

Considerações finais

Diferentemente do livro impresso que marcou o tecido social com um modelo livresco hegemônico e um leitor-modelo por este constituído, é possível inferir que os distintos estágios de desenvolvimento livresco em ambiência digital e seus respectivos graus de abertura apontam para a conformação de leitores-modelo particulares, indicando o fato de que a natureza da mídia livro antes de fixar padrões normativos do livro digital, amplia suas modalidades de conformação e, conseqüentemente, os leitores-modelo por estes constituídos. Esse aspecto, aponta os distintos atores implicados na tessitura livresca e os distintos protocolos imputados na matéria que estaria, assim, a guiar as condutas leitoras.

Por fim, ressalta-se que as mudanças na estrutura do objeto livro passam a demandar do leitor movimentos de cooperação específicos que, muitas vezes, requer ultrapassar o nível da interpretação, convocando-o a participar da sua feitura, borrando fronteiras entre as instâncias autoral e leitora, transformando a experiência da leitura em uma experiência ativa de co-criação. Nestes objetos, os “espaços em branco”, os “interstícios a serem preenchidos” (ECO, 1988, p.37) que caracterizam qualquer texto abandonam seu sentido metafórico e tornam-se, concretamente, elementos da sua estrutura. Nestas obras, os “indícios de uma intenção” (ECO, 1991, p. 25), os “protocolos do autor” (CHARTIER, 2011) possíveis de serem observados são as lacunas (literais) nas quais os leitores-inscritores devem depositar (indefinidamente?) seus próprios indícios.

Referências

- CHARTIER, Roger (2011). Práticas de leitura. Tradução de Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade.
- ECO, Umberto (1988). Lector in fabula. São Paulo: Perspectiva.
- ECO, Umberto (1991). Obra aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas. Tradução de Giovanni Cutolo. 8. ed. São Paulo: Perspectiva.
- FLEXOR, Carina (2012). Appbook Raízes: bibliogênese e devir livro. 2012. 179 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia.
- FLEXOR, Carina (2018). Da ontologia livresca à experiência da leitura em contexto digital: entre a consonância e o conflito. 216 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia.
- MANOVICH, Lev (2002). The language of the new media. Massachusetts: MIT Press,.
- PLAZA, Julio (2000). Arte e interatividade: autor-obra-recepção. Disponível em: <<http://www.plural.com.br/jplaza/texto01.m>[18nov2003]>. Acesso em: abr. 2018.
- SANTAELLA, Lúcia (2013). Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus.

Instagram e a comunicação do sensível: notas sobre o ato fotográfico em tempos contemporâneos

Instagram y la comunicación de lo sensible: notas sobre el acto fotográfico en los tiempos contemporâneos

Instagram and the communication of the sensible: notes on the photographic act in contemporary times

Bruna Alves Queiroga ⁷⁶

Resumo: Utilizando os conceitos sobre novos media dos autores Lev Manovich e Vilém Flusser, e do conceito de tempo, de Henri Bergson, propomos refletir sobre as atuais produções de imagens fotográficas.

Palavras-chave: Comunicação, Novos media, Fotografia.

Resumen: Utilizando los conceptos de nuevos medios de los autores Lev Manovich y Vilém Flusser, y el concepto de tiempo de Henri Bergson, proponemos reflexionar sobre la producción actual de imágenes fotográficas.

Palabras Clave: Comunicacion, Nuevos media, Fotografía.

Abstract: Using the concepts of new media from the authors Lev Manovich and Vilém Flusser, and Henri Bergson's concept of time, we propose to reflect on the current production of photographic images.

Key words: Communication, New media, Photography.

⁷⁶ Bruna Queiroga. Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, doutoranda, Brasil, brunaqueiroga@usp.br.

Um dos grandes desafios de se fazer uma pesquisa em comunicação é entender conceitos que não deveriam estar enrijecidos com antigas teorias, já que a mobilidade é uma característica intrínseca ao mundo contemporâneo. Além disso, encontrar teorias que acompanhe este pensamento também não é tarefa simples.

Este artigo é parte integrante de uma pesquisa de doutorado que desenvolvemos no Programa de Pós-Graduação em Processos e Meios Audiovisuais da ECA - USP, cujo objetivo é observar os efeitos comunicacionais partindo da fotografia contemporânea, que é digital e majoritariamente instantânea.

Estamos inseridos na Era da Informação ou Era Digital, um período que desde o final do século XX acompanhou o mecânico a transicionar para a tecnologia digital. Muitas transformações ocorreram desde então como, por exemplo, formas de operações do trabalho, as relações sociais e, claro, a comunicação que foi posta em patamar mais elevado, pois a valorização do conhecimento e o dinamismo, este proporcionado pelos dispositivos eletrônicos, tem gerado uma sociedade baseada no acúmulo de informação. Portanto, podemos dizer que comunicação foi instrumentalizada pelo

receptor que, agora, também é produtor de informação.

Pouco antes do início do século XX a câmera portátil prometia o acesso a qualquer um que quisesse fotografar. Na virada para o século XXI, os smartphones ofereciam serviços de produção, edição, envio e recebimento de imagem fotográfica. Em 2010, o Instagram mudou a forma como se produz e se vê fotografia. Lev Manovich (2017) afirma que o Instagram veio como oposição à fotografia anterior da Internet baseadas na área de trabalho do computador, em plataformas como o Flickr.

Nesse ambiente do Instagram não importa o quanto se vê, mas o quanto se produz e, ainda, de que forma se produz, ação essa que está muito mais ligada ao espaço off line do que online. Acreditamos que a funcionalidade desse novo medium não está ligada ao acúmulo de conhecimento, mas sim a produção de ações criadoras quando ao fotografar constantemente podemos reconhecer mais atentamente nossos instantes percebidos, e a partir daí produzir comunicação.

Em nossa pesquisa, acreditamos que a comunicação é uma força proporcionada pelo sensível. Comunicar não é simplesmente transmitir informações, mas um ato que cria

efeitos irreversíveis no receptor e, então, tentamos entendê-los e retransmití-los, devolvê-los ao mundo através de gestos. No caso de nossa pesquisa, através do gesto fotográfico.

Diante disso, partimos de uma premissa: comunicação como troca de informação não é uma comunicação efetiva. A comunicação, como a entendemos, seria um efeito que acontece na recepção, tanto mais um acúmulo qualitativo aquém da quantificação da informação. Um efeito singular e irrepetível, porque em tempos únicos que nunca se repetem.

O objetivo deste artigo é discutir a utilização de novos meios eletrônicos como produtora de imagem, ainda que nosso objeto de pesquisa seja a comunicação e não o meio em si. Partimos do questionamento: a troca de informações é intensa, mas quem vê tanta imagem? A discussão teórica proposta se configura com conceitos trazidos pelos autores Lev Manovich, Vilém Flusser e Henri Bergson, na tentativa de nos aproximarmos, primeiramente, de uma reflexão sobre o novos media.

Atualmente, a câmera móvel com acesso à rede de dados com excelente resolução de imagem entrou em popularidade. Aplicativos para fotografias são frequentemente

disponibilizados para melhorar as fotos no Instagram, primeiro aplicativo de fotos popular. Apesar de existirem perfis profissionais de fotógrafos ou de empresas nesse aplicativo com utilização de outros tipos equipamento fotográfico, 90% das imagens apresentadas no Instagram são de origem de smartphones. O que quer dizer que existe uma alta acessibilidade na produção de fotos.

Conforme Lev Manovich (2005), este o Instagram possui a principal característica de um novo medium: a ideia de tempo real. A experiência do tempo presente veio com a ideia do instantâneo produzido pelas tecnologias tais como a fotografia capturando a luz no espaço em um determinado instante; a eletricidade movimentando dispositivos em tempos cada vez menores. Foi nesse ambiente de mudanças causadas pelas tecnologia, sendo as artes, as ciências e o pensamento filosófico também afetados, que surgiram as ideias de Henri Bergson sobre o tempo.

Para Bergson (2006) existem dois tipos de tempo: o concreto e a duração. O primeiro ordena os eventos, no segundo não há ordenação exata e nem divisões, tudo acontece de uma vez, em movimento. Portanto, de que maneira podemos pensar o tempo real nesse novo medium?

Tanto Manovich quanto Vilém Flusser (1985) afirmam que o software, a “parte imaterial” ou a “parte mole” do hardware, seria um controlador de valores estéticos, políticos e econômicos. Apesar de possuir automação ele ainda depende da interação e do comportamento humano. Do mesmo modo, ambos estendem seus conceitos considerando as ideias além da tecnologia. Reconhecendo as articulações com a cultura, ou seja, com a interação do humano e seu entorno, pois o espaço real é recriado virtualmente.

A comunicação, a qual entendemos como sensível, poderia, portanto, surgir da relação do produtor-receptor com o espaço real e virtual fruto da experiência da duração, que de certa forma alterou uma ação habitual por uma ação criadora, nos termos bergsonianos, gerando por fim, uma imagem fotográfica.

Referências

BERGSON, Henri. _____. Memória e vida. Textos escolhidos por Gilles Deleuze. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta. São Paulo: Hucitec, 1985.

KATO, Shuichi. Tempo e espaço na cultura japonesa. São Paulo: Estação Liberdade, 2012.

MANOVICH, Lev. Instagram and contemporary image. 2017. Disponível: http://manovich.net/content/04-projects/147-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich.pdf (acesso 07/01/2018)

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições. In: O Chip e o Caleidoscópio – Reflexões sobre as Novas Mídias. Org.: Lúcia Leão. Editora Senac, 2005. Disponível: http://www.hrenatoh.net/curso/textos/novas_10def.pdf (acesso 07/01/2018)

MARCONDES FILHO, Ciro. Nova Teoria da Comunicação. Volume 1. O rosto e a máquina: O fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico. São Paulo: Paulus, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. (org.) Dicionário da Comunicação. 2ª edição. São Paulo: Paulus, 2009.

Camuflaje pixelado: un reconocimiento del factor militar en el desarrollo de las tecnologías de comunicación

Camuflagem pixelizada: um reconhecimento do fator militar no desenvolvimento de tecnologias de comunicação

Pixelated camouflage: a recognition of the military factor in the development of communication technologies

Mariángela Abbruzzese Abaján ⁷⁷

Resumen: El camuflaje pixelado es una técnica habilitada con la asistencia por ordenador, que ha sustituido a las clásicas formas de la naturaleza en la indumentaria de guerra. La presente ponencia busca reflexionar sobre el rol del factor militar en el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación, a través del análisis de dos fotografías tomadas en un desfile en la plaza Tiananmen de China; para conmemorar el fin de la Segunda Guerra Mundial haciendo gala de la estética pixelada de los tanques, que sorprendió al público y a los medios de comunicación. Como telón de fondo, se propone una reflexión de mayor alcance sobre el modo en que el progreso técnico ha buscado, sistemáticamente, estrategias para manipular la percepción en beneficio de los poderes políticos o económicos. En este escenario al cual accedemos a través de lo visual, se implican lugares de enunciación de poder que definen regímenes estéticos de visibilidad (Rancière, 2002); pero uno de esos lugares está en nuestra mirada (Mitchell, 2005), y en ese sentido conviene

⁷⁷ Mariángela Abbruzzese Abaján. Universidad Iberoamericana, Mtra. en Comunicación, México, angyabbruzzese@gmail.com

preguntarnos si esa mirada es resistente, cómplice o indiferente (Abril, 2012) ante las alianzas entre las fuerzas mencionadas y la manipulación de la percepción.

Palabras Clave: Camuflaje pixelado, Estética militar, Tecnología

Abstract: Pixelated camouflage is a computer-assisted technique that has replaced the classic forms of nature in war gear. This presentation seeks to reflect on the role of the military factor in the development of new communication technologies, through the analysis of two photographs taken in a parade in Tiananmen Square in China; to commemorate the end of World War II by displaying tanks with pixelated aesthetics that surprised the public and the media. In this scenario, we propose a deeper reflection about technical progress and the way it has systematically sought strategies to manipulate perception, for the benefit of political or economic forces. Through a visual field we access the hegemonic places of enunciation of power that define aesthetic regimes of visibility (Rancière, 2002); but we should also notice our gaze is also implied on that field (Mitchell, 2005), and in that sense it is convenient to ask ourselves if that gaze is resistant, complicit or indifferent (April, 2012) with those alliances between the aforementioned forces and the manipulation of perception.

Key words: Pixelated Camouflage, Military Aesthetics, Technology

Tema central

En 2015 se celebró en China el 70 Aniversario del Fin de la Segunda Guerra Mundial. En la ceremonia los protagonistas fueron los tanques de guerra (Figuras 1 y 2), destacados por su estética de cuadros pixelados; algunos en tonos verde y caqui, otros con una mezcla de diseños azules,

blancos y negros. Llama la atención que el diseño no simula elementos naturales, sino digitales. Esto responde a un fenómeno llamado "camuflaje pixelado", inventado por un soldado norteamericano en los años 70, especialista en la técnica del camuflaje digital o multiescala. Se trata de un recurso habilitado con la asistencia por ordenador,



Figuras 1 y 2. Tanques de guerra en el desfile de septiembre de 2015 en la plaza Tiananmén. Recuperadas en: <https://n9.cl/athnt>

usado para el perfeccionamiento del clásico camuflaje militar a través de escalas o patrones que adoptan un aspecto pixelado (Stewart, 2016).

El camuflaje tradicional usa dibujos grandes que funcionan en distancias largas, y dibujos pequeños que funcionan en distancias cortas; mientras que el camuflaje pixelado funciona indistintamente en ambos casos por el efecto óptico que posibilita (Stewart, 2016). Se trata de una tecnología en la que se sigue trabajando actualmente para perfeccionar la estrategia del camuflaje que, según Jack Stewart (2016), en el futuro será aún más sofisticada. La presente ponencia busca realizar un análisis visual de las Figuras 1 y 2, en cuyo diálogo se pretende articular una reflexión de mayor alcance sobre la aparición o lugar del rol militar en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Es importante tener claro desde el principio que, al abordar imágenes digitales recuperadas de un artículo que relata la conmemoración del fin de la Segunda Guerra Mundial, y al ser estas ejemplares en su modo de mostrar cómo los píxeles han pasado a ser parte fundamental de la estética de los tanques; no buscamos ahondar en estas temáticas desde la antropología, la ciencia social, ni tampoco desde el ámbito artístico, sino centrarnos en otro tipo de propuestas como aquellas de W.J.T. Mitchell (2005) y Gonzalo Abril (2012), para analizar las fotografías (Figuras 1 y 2) tomando la disciplina de la teoría de la imagen como eje que articula una perspectiva multidisciplinaria.

El supuesto de partida general es que las imágenes analizadas pueden habilitar no sólo una apuesta estética sino una experiencia

donde distintos elementos –visuales y textuales–, entran en un diálogo en el que nuestra mirada está profundamente implicada. En ese diálogo se alojan múltiples temporalidades, codificadas por aparatos estéticos (Déotte, 2012) de distintos momentos históricos. Según lo anterior, consideramos posible articular una reflexión crítica sobre el rol del factor militar en el desarrollo de las tecnologías de comunicación; así como ver qué nos dice esa mutua implicación sobre nuestro tiempo, que Mitchell (2005) ha llamado la “época de la reproducción biocibernética” haciendo un guiño al multicitado texto de Walter Benjamin (2015) (La obra de arte en la época de la reproducibilidad técnica); para referirse a la avalancha de avances en ingeniería, biología e informática, que ha arrastrado la discusión sobre el impacto de la imagen en movimiento para convertirlo en un lugar común. Ahora, tecnologías como la inteligencia artificial y la clonación han tomado su lugar, y con ellas se ha transformado el régimen estético de visibilidad (Rancière, 2002)

Lo que Mitchell (2005) y Benjamin (2015) tienen en común es que ambos han puesto su atención en el impacto transformador de las nuevas tecnologías, y en cómo estas habilitan la representación a través de soportes y

prácticas implicadas en la cultura humana. Tal como Gilles Deleuze (1999) supo ver en la década de los noventa, la transición hacia nuevas formas permite establecer paralelismos entre “tipos de sociedad y tipos de máquinas, no porque las máquinas sean determinantes, sino porque expresan las formaciones sociales que las han originado y que las utilizan” (p. 7). Esto implica, por supuesto, que las formas de control también se transforman, haciéndose más invisibles y etéreas.

Si las Figuras 1 y 2 han sido usadas para conmemorar el fin de un hecho histórico que ha dejado una marca en el mundo tan honda, también es cierto que la estética nazi puede entenderse como “paradigma moderno de la iconografía de guerra, de lo militar y de la asunción del ejercicio de la violencia como hecho estético” (Fernández, 2010, p. 14). En ese sentido, también convendría preguntarnos si realmente esa marca de la historia llegó a su fin o sigue apareciendo en el presente, pues se conmemora su culminación haciendo gala del perfeccionamiento de esa iconografía de guerra encontrada en el corazón del nazismo. Se buscará en estas fotografías aquello que para Mitchell (2005) poseen todas las imágenes: un cierto salvajismo, una

resistencia a la domesticación que permite descubrir ciertas paradojas visuales (Mitchell, 2009); así como también pueden revelar el modo en que el pasado aparece en el presente de forma fragmentaria, cuando buscamos rastros que han sido desechados por una perspectiva hegemónica de progreso lineal de la historia (Buck-Morss, 2001).

Objetivos

El objetivo central de la presente ponencia es plantear una reflexión sobre el rol del factor militar en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, a través del análisis visual de dos imágenes (Figuras 1 y 2) emblemáticas de la celebración del “fin” de la Segunda Guerra Mundial, llevada a cabo en la plaza Tiananmén de China en 2015. Las mismas hacen parte de un reportaje de Stewart (2016) acerca de la técnica del camuflaje pixelado que ha sido explicada en el apartado del tema central.

Lo que se busca es una reflexión de mayor alcance sobre el modo en que el progreso técnico ha buscado, desde los inicios de la red informática, estrategias para manipular la percepción en beneficio de los poderes políticos y económicos. Dicha reflexión se encontrará en el diálogo que estas imágenes habilitan, y para el cual se tomarán como

referentes teórico-metodológicos principales las ideas de Mitchell (20015) y Abril (2012) sobre el entendimiento de los cambios sociales a través de lo visual.

Discusión teórica

La gran disciplina que se toma como punto de partida en esta ponencia son los estudios y teorías de la imagen, pues concordamos con la premisa de Abril (2012): los hechos o cambios sociales pueden entenderse a través de la transformación de las imágenes; y para indagar en ello es indispensable asumir una perspectiva multidisciplinaria, que tome en cuenta el ecosistema comunicativo y discursivo en el que éstas circulan. En el campo visual que se analiza hay un cambio fundamental: las figuras de la naturaleza en la estética del camuflaje militar, son reemplazadas por aquella de aspecto pixelado para la cual las técnicas digitales y su irrupción en todos los ámbitos de nuestra vida se hace aún más visibles.

Las lógicas de la red informática han hecho parte integral en las transformaciones de la cultura visual contemporánea, y Alexander Galloway (2005) explora ampliamente esto a partir de una propuesta tan concreta como compleja: antes de interrogar a la sociedad de la información, hay que preguntarnos por las

máquinas de información y el modo en que el control biopolítico (Foucault, 1998) también se transforma con los cambios técnicos (Deleuze, 1999).

Estas propuestas teóricas entran en diálogo para proponer una reflexión no sólo sobre las perversiones de vigilancia y control de nuestra época; pues apuntamos hacia una serie de ideas que buscan encontrar condiciones de posibilidad que nazcan de las bases materiales de las imágenes digitales, en cuyos contextos de circulación la técnica hoy también permite la apropiación o la resignificación. Sin embargo, para llegar allí hay que desmenuzar lugares de enunciación de poder, y estrategias usadas por esas mismas fuerzas para describir aquello que se instala por encima de los centros disciplinarios clásicos (Deleuze, 1999).

Propuesta metodológica

Se implementará una metodología mixta que toma como base la propuesta del análisis crítico de textos visuales de Abril (2012), cuya perspectiva multidisciplinaria permite leer las huellas, índices, prácticas, autoridades discursivas y universos de significación que están implicados en los objetos. El autor atiende a la sensibilidad y al adiestramiento técnico de nuestros ojos para proponer que

nuestra visión está socializada. Asimismo, para ver mejor cómo se articula todo esto, propone considerar tres dimensiones de la cultura visual.

a) Visualidad: Se toman en cuenta aquellos significantes visuales habilitados por elementos como el color y la textura; así como aquellos procedimientos estéticos en el código de composición. Esta dimensión se integra con propuestas complejas como aquella de Manovich (2001), quien habla de una dimensión informatizada –refiriéndose específicamente a la imagen digital– y una que se anuda con formas y figuras de la representación. También se integra con aquello que Mitchell (2005) define como “dialéctica formal interna” de la imagen, donde se toma en cuenta el soporte material, la representación y aquellas prácticas implicadas en la aparición, circulación o apropiaciones de las fotografías. En esta dimensión se toma en cuenta aquello invisible en el campo pictorial; las marcas de lo reprimido: relacionamos estos elementos con lo que se desea ver, con lo que se sabe y se cree (sistemas simbólicos), y con lo que se hace.

b) La mirada: En esta fase encontramos lugares de enunciación, sujetos y tiempos del discurso. Estos pueden construirse según

ciertas posiciones sociales como la mirada patriarcal o aquella de la clase dominante; así como aquella de los sujetos resistentes, cómplices o indiferentes.

c) La imagen: En esta dimensión relacionamos lo anterior con los imaginarios que se conforman en la cultura visual contemporánea, se activan las fases previas y entran en diálogo para constituir una reflexión más sólida sobre el poder, los regímenes de visibilidad y los dispositivos que crean sentidos de realidad para producir aquello sensible y compatible (el autor retoma a Rancière, 2010).

Análisis

Visualidad: intersecciones entre la técnica, la naturaleza y el píxel

En las fotografías que ocupan nuestro análisis encontramos, respectivamente, un tanque de guerra con diseño pixelado en tonos azules, en una plaza rodeado de una multitud (Figura 1); y otro en tonalidades caquis y verdes que sirve de modelo en la imagen donde se asoman más tanques idénticos organizados en el espacio público (Figura 2). Sabemos que se trata de formas emblemáticas del combate bélico; así como entendemos que sus colores responden a una necesidad estratégica de ocultamiento

conocida como camuflaje. Esta última, también es común reconocerla en uniformes u otros elementos que conforman la indumentaria de guerra.

Asimismo, vemos un código de composición fotográfica que apuesta al protagonismo de los tanques, cuyo ángulo le abona al carácter imponente que podemos suponer fue buscado intencionalmente por el fotógrafo. También la organización de la multitud en torno a los tanques subraya su rol protagónico dentro del cuadro, así como en el evento conmemorativo del cual hicieron parte. Otro elemento distintivo son los píxeles con los que están diseñados, quizás son aquello que en la mirada produce extrañeza y nos atrapa; al tiempo que todo esto se integra con lo que no vemos: las formas tradicionales del camuflaje que imitan a la naturaleza.

Según lo anterior, podemos considerar a los tanques de guerra como figuras centrales de las imágenes, y también podemos considerar el camuflaje como temática principal de las mismas. Fernández (2010) analiza el papel de la estética militar en la cultura visual, empezando por definir el camuflaje como la acción de “disimular la presencia de armas, tropas o material de guerra, barcos, carros de combate (...) dándoles una apariencia que pueda engañar al

enemigo por diversos medios" (p. 113). Además, el autor explica que esta estética no queda confinada al hecho bélico, pues su popularización lo ha extendido a otros ámbitos que pueden variar entre manifestaciones culturales, artísticas, estilísticas o arquitectónicas. Lo que resulta indiscutible son sus orígenes: la naturaleza. Esta facultad proviene del reino animal, y el humano después de observarlo ha intentado imitar y perfeccionar la estrategia a través de la técnica.

El camuflaje, además, siempre ha estado relacionado con las técnicas de representación; pues la imitación de la naturaleza o apariencias visuales implican ejercicios de síntesis cuyos procedimientos se asemejan a aquellos del arte (Fernández, 2010). Actualmente se incorporan técnicas digitales para esta estrategia, y eso ha permitido que se extienda aún más en la cultura popular. En la guerra los avances del camuflaje han permitido pensar que "un objeto es invisible cuando no puede ser detectado por los medios tecnológicos al alcance de la defensa" (Fernández, 2010, p. 134) Este juego entre aquello visible y aquello invisible, aunado al papel de las técnicas que configuran el aparecer de las imágenes u objetos; encuentran un punto de contacto con

la estética pixelada si tomamos las siguientes consideraciones: el píxel es la unidad mínima en la imagen digital, pero su aspecto no debe ser evidente en el entendimiento convencional pues, de ser así, dicha imagen es considerada pobre o de muy mala calidad.

Hito Steyerl (2009) en su ensayo *In Defense of the Poor Image* propone la existencia de una jerarquía de imágenes en Internet, donde la nitidez y la resolución conforman la estética de la clase alta; mientras que lo borroso o pixelado posee un aspecto fantasmal que le confiere a la imagen una doble posibilidad: (1) burlarse de las promesas de la informática y oponer resistencia al capitalismo de la información a través de su potencial de ser copiada en diversos canales de distribución; o (2) quedar al servicio de ese sistema que fomenta "la capacidad de atención comprimida, la impresión en lugar de la inmersión, la intensidad en lugar de la contemplación, el preview en lugar de la proyección" (p. 20). Es decir, que el aspecto fantasmático de la imagen pobre la hace casi invisible, de circulación rápida, escurridiza, y en un sentido puede ser propicia a camuflarse entre aquellas que ocupan las primeras posiciones dentro de la jerarquía que plantea la autora.

Sin embargo, las Figuras 1 y 2 son fotografías en calidad aceptable, y no entran en el rango de imagen pobre; pero sí revelan el uso de un elemento convencionalmente entendido como señal de pobreza de calidad (lo pixelado), por parte de la técnica en beneficio del perfeccionamiento de estrategias militares como el camuflaje. En ese sentido, hay un aprovechamiento táctico de la condición escurridiza, borrosa y fantasmática de lo pixelado, que hace parte del discurso de progreso en las estrategias militares. Eso quiere decir que esa apuesta tanto estética como estratégica, se incorpora en un sistema que entiende al progreso como algo deseable: la constante aparición de una técnica nueva que supera a la anterior.

Susan Buck-Morss (2001) retoma la perspectiva de época que asume Benjamin en el siglo XIX, para rechazar escrupulosamente esa noción de progreso y poner su atención en los orígenes del presente que aparecen en lo visual. La autora plantea la idea del pensamiento como “constelación saturada de tensiones” (p. 244), donde aquellos fragmentos desechados por miradas de poder hegemónicas sirven para articular procedimientos reflexivos que permitan a la humanidad recuperar aquello que le ha sido arrebatado con la producción tecnológica;

encontrando así en ello una especie de contrapoder o condición de posibilidad.

Mitchell (2005) problematiza sobre la forma en que se nos ha dicho que el imperialismo acabó y fue reemplazado por la globalización: “una matriz de flujo y circulación de información sin centro, ubicación determinada, o fachada”. En ese nuevo orden mundial, la “libertad significa libertad de mercancía (no de cuerpos humanos) para circular sin problema entre las fronteras, y la democracia significa una infinita proliferación de opciones para el consumidor acompañadas de un cada vez más estrecho rango de opciones políticas” (p. 150). Mitchell (2005) y Buck-Morss (2001) están lejos de la época en la que Benjamin escribió su crítica a la modernidad, pero retoman su operación de pensamiento para proponer que el modo de producción sigue siendo el mismo, y ver posibilidades alternativas dentro del orden mundial establecido.

Ciencia, guerra y poder: el pasado aparece en el presente

En el apartado anterior hemos asumido una perspectiva crítica hacia la noción de progreso en el modo de producción capitalista que se instala con la modernidad, y también se ha subrayado la importancia de encontrar

un contrapoder en la producción tecnológica a través de las imágenes. Asimismo, tomamos como operación de gran importancia ver cómo el pasado aparece de forma fragmentaria, y en ese sentido conviene preguntarnos: ¿el camuflaje pixelado es un fenómeno nuevo? El píxel en la estética del camuflaje es relativamente nuevo, pero muchas cosas en esa estrategia revelan cómo la investigación científica ha estado siempre relacionada e interesada en las estrategias bélicas (Migliore, 2008).

En la Segunda Guerra Mundial –cuyo fin se celebra en la plaza Tiananmén haciendo gala de los tanques pixelados– cada uno de los bandos se sirvió del conocimiento de especialistas en camuflaje animal para que sus uniformes e indumentaria pasaran desapercibidos ante el enemigo (Migliore, 2008). Esto, siguiendo las ideas de Paolo Fabbri en una entrevista realizada por Migliore (2008), se relaciona directamente con “el encuentro/desencuentro de la depredación, paralelo al juego de la seducción, se basa en estrategias recíprocas de repulsión o atracción que sufren con frecuencia una escalada, un torbellino de reversibilidad” (p. 98). Esta idea se relaciona con lo que hemos mencionado desde el principio sobre los procedimientos de la mirada, aquello que ante

nosotros es visible y el papel del adiestramiento técnico de nuestros ojos (Abril, 2012) en el orden de visibilidad.

La idea anterior nos recuerda que la visualidad no nace con la modernidad del siglo XX, pero sí es conferida por la modernidad la identificación entre espacio público y visibilidad, así como determinadas formas de gestión de esas identificaciones donde se construye “simultáneamente la política como visibilidad y la visibilidad como política” (Abril, 2007, p 33). En las fotografías (Figuras 1 y 2) se ejemplifican esas ideas: el espacio público es la plaza de Tiananmén, donde se conmemora el fin de la Segunda Guerra Mundial haciendo gala de la nueva estética pixelada de los tanques, que sirven de ejes, alrededor de los cuales la población se organiza: así como la mirada del fotógrafo les confiere un lugar central al utilizar un código de composición que acentúa, a través de estrategias como el contrapicado, su lugar imponente, impecable, nítido y emblemático. En ese sentido, vemos cómo aquello visible está en gran medida determinado por la distribución de los elementos en el espacio: los tanques en el centro, las personas alrededor, el píxel como diseño novedoso y admirable, etc. Tal distribución se relaciona,

por supuesto, con los lugares de enunciación de poder.

Se acabó un hecho histórico que ha marcado al mundo, pero permanece la fuerza militar, y con ella el camuflaje en tanto estrategia perfeccionada por la ciencia en cada uno de los bandos que formó parte de ese hecho histórico: así el pasado (el nazismo, la Segunda Guerra Mundial) aparece pixelado, casi invisible, en el presente; poniendo en duda, con esa forma de aparecer, si realmente ese hecho histórico ha llegado a su fin. Si seguimos rastreando el rol de la fuerza militar en el progreso técnico, encontramos propuestas como aquella de Galloway (2005) quien le confiere un lugar fundacional: este autor comenta que los orígenes de la red informática no están en las universidades norteamericanas de élite, sino en el desarrollo de estrategias militares durante la Guerra Fría. Ese tipo de tecnología se empezó a usar de forma táctica, para poner a circular mensajes muy difíciles de interceptar, gracias a su fragmentación en pequeñas partículas que se vuelven a armar cuando llegan a su destino: técnica cuyo principio de ocultamiento y operación aparecer-desaparecer podemos relacionar directamente con la estrategia del camuflaje. Entonces, encontramos un rastro de lo militar

en la red distribuida globalmente que trae al mundo tantas promesas de democratización y libertad: Internet.

La *World Wide Web* es antes que nada un consorcio que funciona a través de protocolos, tal como ocurre con Google, Facebook, y otras compañías similares. La propuesta de Galloway (2005) queda clara si nos servimos de la analogía que hace con el espacio físico: si queremos ir de un punto A a un punto B en automóvil o a pie, hay diversas opciones pero están reguladas; pues nos detenemos en la luz roja, nos quedamos tras las rayas blancas del suelo o pasamos sobre ellas, el trayecto está trazado por ciertas señales, etc. Se trata de normas que rigen un comportamiento voluntario; es el modo de actuar en un "sistema de administración distribuido que permite que el control exista dentro de un medio material heterogéneo" (Galloway, 2005, p. 22).

Los protocolos son controlados por una elite con conocimientos especializados para producir la experiencia (Galloway, 2005) en las sociedades de control (Deleuze, 1999). La estandarización técnica homogeneiza a la red informática, por eso los virus de computadora proliferan con mayor rapidez cuando el sistema tiene niveles bajos de diversidad; así como un virus biológico se propagaría más

fácilmente si todosuviésemos el mismo ADN. Sobre ese tipo de estrategias también Lev Manovich (2001), en su exploración sobre *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, amplía la perspectiva al explicar cómo la pantalla de la computadora fue desarrollada, en principio, con objetivos de uso militar. Históricamente, las pantallas de las nuevas tecnologías no son desarrolladas para el entretenimiento, pues se inscriben en las técnicas modernas de vigilancia.

En la Primera Guerra Mundial se combinó la tecnología fotográfica con aquella de los aviones para sacar al campo de batalla la novedad de la vigilancia aérea. Asimismo, proliferan las técnicas de rastreo gracias a la efectividad del radar en alianza con los nuevos medios de visualización de imágenes. Este tipo de tecnologías pasaron, gradualmente, a dominar la cultura visual moderna (Manovich, 2001). En las ideas de estos autores encontramos entonces que las tecnologías de comunicación que codifican lo textual y lo visual en la cultura se han originado, no en las universidades de élite o en la industria del entretenimiento; sino en conflictos bélicos.

El imaginario y sus posibles fracturas

En el análisis hemos encontrado al discurso científico en alianza con la estrategia

bélica como lugares de enunciación de poder; que además no han nacido con el camuflaje pixelado pues muy por el contrario, no sólo se relacionan con dicha estrategia sino que son parte de su carácter fundacional. Con la estética del pixel se ha rastreado aquello que, en estas posiciones de poder, toma lugar con la aparición de la red informática: protocolos estandarizados que permiten que el control exista y se transforme en una fuerza cada vez más invisible y descentralizada (Galloway, 2005).

En las imágenes que se han problematizado hay, además, un claro registro de dos potencias mundiales: Norteamérica como país cuya contribución científica ha avanzado con la tecnología hasta perfeccionar técnicas como aquella del camuflaje pixelado; y China como escenario de celebración del fin de la Segunda Guerra Mundial, haciendo gala del perfeccionamiento de una indumentaria de guerra cuyos orígenes se encuentra, paradójicamente, en ese hecho bélico. Las imágenes han permitido rastrear estas huellas que, desde la perspectiva de Abril (2012), develan sujetos intencionales pero también nos interpelan para poner en problemas nuestro lugar como espectadores.

Para responder a la pregunta de investigación que nos hemos planteado

inicialmente, es importante precisar que el rol del factor militar en el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación no sólo es importante, protagónico o central; sino que es fundacional, pues la aparición de la red informática que ha dado lugar a los llamados nuevos medios de comunicación inicia con una necesidad estratégica en un contexto bélico (Galloway, 2005). Sin embargo, reflexionar sobre esto a partir de los planteamientos que orientan teóricamente esta propuesta, no puede quedarse en esa identificación pues, si existen regímenes estéticos de visibilidad (Rancière, 2002) que conforman los imaginarios, estos son siempre susceptibles a tener fracturas. Para articular esta ponencia se ha decidido ver imágenes pues al estar relacionadas con nuestra mirada, lo están también con la imaginación; y en ella siempre hay una posibilidad asociada al ejercicio de la libertad (Abril, 2012).

La estética de lo pixelado, como vimos, también ha sido problematizada por Steyerl (2009) para confrontar la jerarquía de las imágenes en Internet y proponer que esto se organiza siguiendo las lógicas de un mundo globalizado, un nuevo orden mundial lleno de contradicciones y promesas utópicas de libertad. Sin embargo, la autora potencia una defensa de las imágenes pobres pues su

carácter casi invisible y escurridizo las hace susceptibles de apropiación, de circulación sin restricciones en las conexiones más lentas del mundo. Esto puede parecer casi una utopía, pero el aprovechamiento de esa condición es justo lo que ha hecho la experimentación científica en beneficio de las técnicas de guerra y la estandarización de protocolos en la red informática. La imagen pobre, donde la estética pixelada también puede tener lugar, abre una posibilidad de pensar en un imaginario de lo excluido (Steyerl, 2009).

En los nuevos medios de comunicación digital que habilitan nuevas redes y nuevos procesos, ese imaginario de lo excluido hace parte desde su condición borrosa y periférica. En ese sentido, si lo pixelado abre un espacio para pensar en aquello no-visible y en la estrategia de su ocultamiento, nuestra mirada también puede ver en las Figuras 1 y 2 un potencial de resistencia porque dicho potencial está, justamente (valga la redundancia), en nuestra mirada.

Conclusiones

Hemos visto que las alianzas entre ciencia, tecnología, y poder, usan el potencial estético de lo digital como estrategia de camuflaje en la indumentaria de guerra; pero también

hemos encontrado una propuesta donde ese potencial estético de lo pixelado, permite infiltrar imágenes en las conexiones más lentas del mundo para propiciar, gracias a la fácil distribución y reproducción, una suerte de ética de la remezcla y la apropiación de contenidos. Asimismo, la estética pixelada permite pensar en el imaginario de lo borroso, fragmentario, excluido o invisibilizado por dichas fuerzas aliadas. Lo importante es ver su estatuto ambivalente: sus condiciones de existencia resaltan posibilidades de apropiación y remezcla; tanto como de conformismo, explotación, o reproducción de esas fuerzas aliadas. Según Steyerl (2009), esa ambivalencia se fundamenta en el hecho de que las imágenes pueden revelarnos algo sobre la realidad.

Eso es justo lo que se ha intentado ver en las fotografías de los tanques de guerra: cómo dialogan con los conceptos planteados para decirnos algo sobre nosotros, sobre la tecnología de nuestra época y los rastros que en sus usos actuales, nos dirigen hacia algo que no es tan nuevo como los *nuevos* medios: la técnica operada en beneficio del control, de la fuerza militar como aparato del Estado, y de las potencias económicas y/o políticas que prefiguran nuestras experiencias. Asimismo, estas fuerzas dominantes no pueden cooptar

la potencialidad crítica de estrategias estéticas como el camuflaje digital, o la pixelación de la imagen como operación de ocultamiento; que pueden también ser usadas en beneficio de esa ética de la remezcla y la apropiación que propone Steyerl (2009), siendo necesario que estas últimas tomen como base el reconocimiento de esas fuerzas de dominación.

Las propuestas teórico-metodológicas que se han conjugado en este análisis abren una reflexión que nos interpela. Si en las fotografías de los tanques usados para celebrar el fin de la Segunda Guerra Mundial está implicada nuestra mirada (Mitchell, 2005); entonces nosotros como sujetos, con nuestros respectivos lugares de enunciación, debemos preguntarnos: ¿Somos resistentes, cómplices, o indiferentes? Según los autores que han guiado la reflexión, una forma de resistir a través de lo visual es rescatar los fragmentos que han sido desechados por esas fuerzas dominantes, problematizando aquello que en las imágenes no aparece.

En las fotografías analizadas hemos puesto en práctica una operación de rastreo a través de la mirada, para encontrar el rol del factor militar en el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación. Hemos encontrado que celebrar el fin de la Segunda

Guerra Mundial con la estética pixelada de los tanques de guerra supone una paradoja; al tiempo que nos permite pensar que la fuerza militar, como aparato de Estado, ha tomado nuevas formas o ha asumido un carácter más invisible con las tecnologías informáticas. Pero sus trampas siempre podrán ser rastreadas y mientras lo intentemos, no seremos cómplices.

Referencias

Abril, G. (2012). Tres dimensiones del texto y de la cultura visual. IC Revista Científica de Información y Comunicación, (9).

Deleuze, G. (1999). *Conversaciones*. Valencia: Pre-Textos.

Dèotte, J.L. (2012). *¿Qué es un aparato estético? Benjamin, Lyotard, Rancière*. Traducción: Francisca Salas Aguayo. Santiago de Chile: Metales Pesados.

Fernández Lerma, F. J. (2010). La estética militar en la cultura visual (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones).

Foucault, M. (1998). *Historia de la sexualidad I. La voluntad del saber*. México: Siglo XXI.

Galloway, A. (2005). Global Networks and the Effects on Culture. The Annals of the

American Academy of Political and Social Science, 597, 19-31. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/25046059>

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Londres: The MIT Press.

Migliore, T. (2008). Paolo Fabbri: estrategias del camuflaje. Revista de Occidente, 330, 89-110.

Mitchell, W.J.T. (2005). *What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: The University of Chicago Press.

Rancière, J. (2002). *La división de lo sensible: estética y política* (A. Fernández Lera, Trans.). Salamanca: Consorcio Salamanca.

Rancière, J. (2006). Diez tesis sobre la política. En *Política, Policía, Democracia*, 59-79. Santiago de Chile: Lom Ediciones.

Steyerl, H. (2009). In Defense of the Poor Image. e-flux, 10. Recuperado de <https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image/>

Stewart, J. (2016). La historia detrás del camuflaje digital chino que está revolucionando los tanques de guerra. BBC News. *BBC Autos*. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/especial/vert_a_ut/2016/04/160330_vert_camuflaje_militar_digital_china_yv

La comunicación digital como campo en construcción en la era de las transiciones sociales y tecnológicas

Digital communication as a field under construction in the era of social and technological transitions

Jhon Jairo Rodríguez Pérez⁷⁸

Resumen: En revisión de los postulados que definen la Comunicación digital se realiza un ejercicio analítico para lograr la caracterización de un nuevo campo en desarrollo. Es así como se plantea un análisis que permite articular conceptos clave para la interpretación de las relaciones internas del campo, así mismo se revisan los desarrollos por medio de propuestas curriculares en la formación de comunicadores con una perspectiva en que lo digital enmarque la producción de los mensajes y finalmente se proponen unos perfiles del profesional que desarrolle sus actividades de producción de mensajes sobre la base de los nuevos flujos de información.

El análisis tiene como fundamento una revisión documental, y la comparación de los postulados en relación con la formación de comunicadores sociales con habilidades para comprender las particularidades de la comunicación digital.

Palabras Clave: Comunicación, Convergencia, transmedia, Educación superior

Abstract: The review of the postulates that define digital communication involves an analytical exercise to achieve the characterization of a new field in development. In this sense, an analysis is

⁷⁸ Jhon Jairo Rodríguez Pérez. Corporación Universitaria Minuto De Dios. Candidato Doctor en Estudios Sociales. Colombia, jhrodriguez@uniminuto.edu

proposed in order to articulate key concepts for the interpretation of the internal relations of the field, likewise, the developments are reviewed through curricular proposals in the training of communicators with a perspective in which the digital frame the production of the messages, and finally some profiles of the professional are proposed so that they develop their message production activities based on the new information flows.

The analysis is based on a documentary review and comparison of the postulates in relation to the training of social communicators with skills to understand the particularities of digital communication.

Key words: communication, Convergence, transmedia, higher education.

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN – ALAIC
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA – UPB
2020