

DO CIDADÃO AO CIBERCIDADÃO: ESTUDO DE CASO SOBRE O ENGAJAMENTO DOS CIDADÃOS NO FACEBOOK DURANTE O PROCESSO DE IMPEACHMENT DA PRESIDENTE DILMA ROUSSEF - PRIMEIROS APONTAMENTOS

EVANDRO LÉO KOBERSTEIN¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo desenvolver os conceitos de “lógica relacional e comunicacional”, “identidade” e “artifícios culturais” no ambiente dos sites de redes sociais. Os conceitos apresentados constituem categorias de análise a serem exploradas na discussão dos resultados empíricos da pesquisa final, o estudo de caso sobre o engajamento dos cidadãos no Facebook durante o processo de *impeachment* da presidente Dilma Roussef.

Palavras-chave: Redes Sociais; Lógica Relacional e Comunicacional; Identidade; Artifícios Culturais.

Introdução

Os sites de redes sociais na internet tornaram-se importantes ferramentas políticas de organização social, pois motivam e facilitam a participação dos cidadãos no acompanhamento das decisões e no engajamento em movimentos políticos. Essas redes digitais interligam não somente as instituições de poder (Estado, igreja, exércitos, empresas etc.) em uma dinâmica vertical, como criam amplas redes de comunicação horizontais que amplificam a capacidade de conexão e de interação, empoderando os cidadãos, “quebrando as barreiras da experiência individual para se tornarem mobilização social e projetos alternativos de organização social” (CASTELLS, 2015 p. 31).

Nas primeiras duas décadas do século XXI, movimentos sociais espalharam-se pelo mundo, apoiados e interligados pela internet, com difusão rápida, “viral”, de imagens e ideias. No Brasil, esses movimentos têm sido frequentes e mobilizado milhões de pessoas. Em 2016, manifestantes posicionaram-se a favor do *impeachment* da presidente Dilma Roussef utilizando a tag #fora dilma e contra, sob a tag #não vai ter golpe.

Nossa pesquisa final será realizada a partir do estudo de caso sobre a participação de formadores de opinião (cinco perfis favoráveis e cinco contrários ao *impeachment*) que utilizaram o Facebook para gerar engajamento e mobilização de atores sociais no processo de *impeachment* da presidente Dilma Roussef. O objetivo é compreender como as pessoas agiram, se expressaram, organizaram as

¹ Evandro Léio Koberstein, Mestrando do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília. Bolsista FAP-DF. Orientador: Prof^ª. Dra. Cosette Espindola de Castro. E-mail: evandro.publi@gmail.com

ações e como se relacionaram no ciberespaço.

Neste ensaio, desenvolvemos os conceitos de lógica relacional e comunicacional, identidade e artifícios culturais, os quais serão categorias de análise a serem exploradas na discussão dos resultados empíricos da pesquisa. Devido às limitações de espaço, apresentamos os temas de forma sintetizada.

Lógica relacional e comunicacional

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. (RECUERO, 2009, p. 24)

Analisar a lógica comunicacional e relacional nos sites de redes sociais (SRS) é procurar entender aspectos do ambiente, da linguagem, da dinâmica das conexões e do fluxo de informações entre os atores nestes sistemas.

A internet é o *locus* que abriga esses dispositivos (SRS), um mundo de comunicação porosa, híbrida, em que o analógico se liga ao digital e vice-versa, onde a comunicação atravessa os meios e rompe com as hierarquias da mídia tradicional (CASTELLS, 2015). Na hibridização dos meios, denominada de convergência midiática por Henry Jenkins (2008), as mídias sociais digitais e as mídias tradicionais de massa passam a transitar e a se complementar em diversas plataformas eletrônicas. Esse conceito é importante para entender as novas formas de relacionamento no ambiente digital, pois o receptor passa a ser também produtor de conteúdo, o que promove uma nova experiência individual e cultural, na qual a comunicação linear (modelo emissor-receptor) deixa de ser funcional com a comunicação em redes (não-linear), composta por hipertexto².

A interação mediada por computador (IMC) é um processo coletivo, colaborativo e subversivo ao tradicional fluxo da comunicação da mídia de massa (“um-todos”). As tecnologias informáticas permitem o que se chama de “um-um” ou “todos-todos” (PRIMO, 2003), no qual o poder de comunicar é desconcentrado, constituindo um sistema autoalimentável de inteligência, um dos pilares da cibercultura.

Lévy (2000) define o ciberespaço como o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores, que inclui a infraestrutura material da comunicação digital, o imenso volume de informações e também as pessoas que navegam e alimentam esse espaço. O sociólogo francês entende a cibercultura como o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

2 **Hipertexto** é o termo que remete a um texto ao qual se agregam outros conjuntos de informação na forma de blocos de textos, palavras, imagens ou sons, cujo acesso se dá através de referências específicas, no meio digital denominadas hiperlinks, ou simplesmente links. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hipertexto> - acesso em 10 set. 2016.

A rede aproxima as pessoas, rompe os obstáculos do espaço-tempo, sendo capaz de alterar os relacionamentos interpessoais, estreitar laços físicos ou mesmo, romper os laços sociais. Desta forma, o ciberespaço é construído tanto pela circulação de informações quanto pela participação (conversação) dos atores (RECUERO, 2012).

No ambiente digital, os atores não são imediatamente discerníveis, são representações, construções identitárias. Podem ser *weblogs*, twitter ou um perfil no Facebook, por exemplo. Portanto, criar *nicknames* (apelidos), avatares³, incluir fotos pessoais e outras informações que gerem individualidade e empatia são requisitos essenciais para que a comunicação seja estruturada. Característica marcante do ciberespaço é o “imperativo de visibilidade”, a necessidade de exposição pessoal (SIBILLIA, 2003). Nessa lógica, os atores sociais são julgados e percebidos por suas palavras.

As conexões entre os atores geram rastros sociais, fundamentais para o estudo das redes. As interações são matéria-prima das relações. Podem ser síncronas (interação em tempo real, com expectativa de resposta imediata ou quase imediata - ex.: chat) ou assíncronas (a expectativa de resposta não é imediata, ex.: e-mail, fórum). Primo (2003) inclui duas outras formas: as interações reativas (limitadas por relações determinísticas de estímulo e resposta – ex.: aceitar o pedido de amizade no Facebook) e as interações mútuas (construções cooperadas da relação, afetando-se mutuamente – ex.: a conversação no Facebook).

No ciberespaço as interações têm capacidade para espalhar-se por diferentes plataformas, o que pode gerar uma multiplexidade de relações. A interação e a conversação mediadas por computador podem alterar a forma de relacionamento devido ao distanciamento e anonimato dos atores sociais. Por exemplo, é mais fácil iniciar e terminar relações quando não envolvem o “eu” físico, essa condição leva maior liberdade para os atores, ao mesmo tempo que, barreiras mentais como sexualidade, cor ou limitações físicas não são imediatamente reconhecidas.

Os SRS, como o Facebook, são canais utilizados para a comunicação interpessoal, um espaço conversacional e relacional negociado e organizado pelos atores. A conversação é um processo complicado que abrange vários elementos do meio social, cultural e organizacional. Em uma conversação presencial (com interlocutores próximos fisicamente) esses elementos são facilmente identificáveis, mas no ciberespaço os interlocutores não estão face a face, não é possível a identificação de deixas gestuais e auditivas, o que atrapalha o processo interativo, pois limita a compreensão dos diálogos.

Neste ambiente, a conversação acontece na rede e em rede, afinal é possível interagir com várias pessoas ao mesmo tempo, constituindo assim, uma cadeia de vínculos sociais (RECUERO, 2012). Os SRS também podem reunir indivíduos movidos por interesses ou objetivos comuns que se

3 Em informática, **avatar** é um cibercorpo inteiramente digital, uma figura gráfica de complexidade variada que empresta sua vida simulada para o transporte identificatório de cibercorpos para dentro dos mundos paralelos do ciberespaço. O cibercorpo pode incorporar uma ou mais dessas máscaras digitais para representá-lo em ambientes bi ou tridimensionais, encontrar outros avatares e comunicar-se com eles, além de teleportá-lo de sala a sala, controlar sua posição no quadro, fazê-lo dizer coisas e mesmo produzir efeitos de som e gestos animados pré-programados. Neste nível de imersão, o usuário produz uma multiplicação na sua identidade, uma hesitação entre presença e ausência, estar e não estar, ser e não ser, certeza e fingimento.
[https://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(realidade_virtual\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar_(realidade_virtual)) - acesso em 10 set. 2016

agrupam formando comunidades, onde os atores sociais interagem entre si, compartilham experiências, conhecimentos e valores.

O Facebook disponibiliza muitos recursos interativos, entre eles, a publicação de imagens, de vídeos, de *links*, de matérias, a criação de eventos e um *chat* para a comunicação instantânea. Neste SRS o ator social constrói sua identidade ao compartilhar conteúdos e interagir com os outros atores que, por sua vez, podem comentar, curtir (compartilhar), expressar sentimentos através de caracteres simbólicos ou ícones como os *emoticons*⁴. Também são disponibilizados recursos como as “cutuca-das”, usadas para iniciar uma interação com outro ator; as “notificações”, pelas quais o ator é notificado quando suas publicações são marcadas ou quando recebem comentários e curtidas; e “marcações” que possibilitam que os atores sejam integrados (ou reconhecidos) em fotos, vídeos e comentários (TECH TUDO, 2012). As funções técnicas desses recursos estão associadas às intenções, afetos e cognições geradores de subjetividade e formas de coesão social (OLIVEIRA e PAIVA, 2012).

As falas (textos) tendem a ser mais curtas, os interlocutores buscam se expressar informalmente, construindo uma linguagem “oralizada”. É comum o uso de onomatopeias, da repetição de letras para simular a prosódia, de abreviações e de apropriações de símbolos. Essa nova linguagem ajuda a tornar a conversa mais coloquial, mais aproximativa e parecida com um bate papo face a face, formam novas modalidades de escrita e de representação de sentimentos (RIBEIRO e QUENTAL, 2006).

Quando se estuda a dinâmica dos SRS é importante entender que as redes são, quase sempre, mutantes e tendem a apresentar comportamentos criativos, inesperados e emergentes. Dentre esses comportamentos destacam-se: a cooperação - utilizada para a difusão de informações e a propagação de *memes*⁵ entre os atores sociais; o conflito - que pode fortalecer ou desestruturar os grupos; a agregação - processo de clusterização (agregação de nós/atores) que faz surgir as comunidades; a ruptura - que acontece quando o conflito desestabiliza as conexões entre os atores ou quando estes desistem de participar do grupo; e a competição - disputa por recursos - ex.: audiência, suporte social ou visibilidade (RECUERO, 2009).

Recuero (2012) propõe o mapeamento de redes sociais na internet por meio do estudo dos aspectos estruturais das redes (sequência de interações, estrutura dos pares conversacionais, organização dos turnos de fala, persistência e migração); e dos aspectos semânticos (conteúdo das interações,

4 **Emoticon**: forma de comunicação paralinguística, um emoticon, palavra derivada da junção dos seguintes termos em inglês: emotion (emoção) + icon (ícone) (em alguns casos chamado smiley) é uma sequência de caracteres tipográficos, tais como: :), :(, ^-^, :3,e.e','- e :-); ou, também, uma imagem (usualmente, pequena), que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoticon> - acesso em 10 set. 2016

5 **Meme** é um termo criado em 1976 por Richard Dawkins no seu bestseller O Gene Egoísta e é para a memória o análogo do gene na genética, a sua unidade mínima. É considerado como uma unidade de informação que se multiplica de cérebro em cérebro ou entre locais onde a informação é armazenada (como livros). No que diz respeito à sua funcionalidade, o meme é considerado uma unidade de evolução cultural que pode de alguma forma autopropagar-se. Os memes podem ser ideias ou partes de ideias, línguas, sons, desenhos, capacidades, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida como unidade autônoma. O estudo dos modelos evolutivos da transferência de informação é conhecido como memética. Quando usado num contexto coloquial e não especializado, o termo meme pode significar apenas a transmissão de informação de uma mente para outra. Este uso aproxima o termo da analogia da “linguagem como vírus”, afastando-o do propósito original de Dawkins, que procurava definir os memes como replicadores de comportamentos. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme> - acesso em 10 set. 2016

identificação dos pares conversacionais, negociação dos turnos de fala, reciprocidade e multiplexidade). A autora enfatiza que por meio do estudo da estrutura pode-se obter uma indicação da qualidade das conexões estabelecidas entre os atores, pistas de como as redes são estruturadas e modificadas no tempo (dinâmica social). Já os aspectos semânticos facilitam a compreensão do significado das mensagens, de onde é possível depreender o conteúdo dos laços sociais.

De modo geral, a lógica comunicacional e relacional nos SRS consiste num modelo em que todos os participantes podem ser autores e coautores da comunicação, são estruturas horizontais que valorizam a colaboração. O ciberespaço é hipertextual (texto, som, imagens, vídeos, *links* etc.) e as falas (textos) tendem a uma linguagem “oralizada”, com o uso de gírias e escritas próprias do ambiente digital, de *emoticons* e outros ícones para representar os sentimentos e minimizar o distanciamento físico entre os atores. Assim, as redes e grupos são compostos por falas, narrativas e conversações que se projetam nos SRS por meio de afetos, sensações e sentimentos que determinam a sua permanência ou desaparecimento (OLIVEIRA e PAIVA, 2012). Nesta dinâmica surgem comportamentos de cooperação, conflitos, rupturas e competição.

Identidade

Numa sociedade que tornou incertas e transitórias as identidades sociais, culturais e sexuais, qualquer tentativa de ‘solidificar’ o que se tornou líquido por meio de uma política de identidade levaria inevitavelmente o pensamento crítico a um beco sem saída. (p.12). A identidade – sejamos mais claros sobre isso – é um “conceito altamente contestado.” Sempre que ouvir essa palavra, pode-se estar certo de que está havendo uma batalha. O campo de batalha é o lar natural da identidade. (BAUMAN, 2005, p.83).

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001) pensa a sociedade atual como modernidade líquida em substituição ao termo pós-modernidade. É um tempo em que a sociabilidade humana experimenta grandes transformações que geram um permanente ambiente de incertezas.

A fluidez dos dias atuais perpassa e mistura as esferas individuais e coletivas, nacionais e mundiais, privadas e públicas, humanas e pós-humanas, os lugares e não-lugares. A identidade não pode mais ser entendida como absoluta, unificada e estável, pois como pensa Hall (2005, p. 12) “o homem está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas”.

No dicionário eletrônico Houaiss, a palavra identidade derivada do latim *identitas*, refere-se à “qualidade do que é idêntico”. Em uma segunda definição, é o “conjunto de características que distinguem uma pessoa ou uma coisa e por meio das quais é possível individualizá-la”. Essa definição parece, à primeira vista, contraditória, mas para entendê-la é preciso compreender a noção de diferença:

(...) se precisamos de nos identificar com o outro para nos sentirmos compreendidos, necessitamos também de nos afirmar como diferentes, para não cairmos no anonimato. Por outro lado, é o olhar do outro que nos devolve a nossa identidade.
(...)

A formação da identidade recebe a influência de fatores intrapessoais - capacidades inatas do indivíduo e características adquiridas da personalidade, de fatores interpessoais – identificação com outros - e de fatores culturais – valores sociais a que o sujeito é exposto quer globalmente quer na comunidade em que está inserido. (AMANTE et. al, 2014, p. 26 e 27)

Para Castells (2008, p. 23), identidade é compreendida como “fonte de significado e experiência de um povo”. São nomes, idiomas, culturas que representem distinção entre o eu e o outro, são fontes de significados definidas pelos próprios atores e, do ponto de vista sociológico, é uma construção social, “vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, e pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso”.

Bauman, Hall e Castells convergem no sentido de identidade como algo incompleto, fragmentado, que sempre estará em construção. Os fundamentos de suas análises estão no processo de globalização que possibilitou maior interação entre os indivíduos e destes com o mundo, o que gerou grande impacto sobre a identidade cultural e explicitou o que se chama crise de identidade.

Castells (2008) enfatiza a necessidade de diferenciar identidade de papéis. Para o autor a identidade é construída de dentro para fora, com atributos coletivos, seria reconhecer-se na igualdade. Enquanto os papéis são construídos de fora para dentro, estabelecidos pela estrutura. A identidade envolve processos de autoconstrução e individualização que organizam significados e fazem parte da identificação simbólica do ator, por isso, são mais importantes que os papéis.

A ideia de identidade como uma característica unívoca esteve muitas vezes associada à nacionalidade, quando os indivíduos eram identificados pelo local de nascimento, num esforço dos órgãos do Estado para confirmar indiretamente a superioridade da identidade nacional. Para Bauman (2004, p. 27), essa identidade era uma criação artificial:

A “identidade nacional” foi desde o início, e continuou sendo por muito tempo, uma noção *agonística* e um grito de guerra. Uma comunidade nacional coesa sobrepondo-se ao agregado de indivíduos do Estado estava destinada a permanecer não só perpetuamente incompleta, mas eternamente precária, um projeto a exigir vigilância contínua.

Hoje com a interligação dos mercados financeiros, com tratados internacionais formando mercados comuns, com os acordos globais em diferentes áreas, com a internet conectando o mundo dos negócios e dos relacionamentos dos indivíduos, pensar em uma identidade única é tarefa impossível, pois tudo o que representamos compõe nossa identidade e com a dinâmica frenética do mundo assumimos identidades diferentes de acordo com as mudanças do contexto.

A proximidade física foi substituída pela proximidade de interesses, nossas relações pessoais e profissionais são cada vez mais mediadas pelos aparatos tecnológicos da pós-modernidade ou da modernidade líquida como pensa Bauman. É um ambiente simulado, o real-virtual ou virtual-real. Para Lévy (2005, p.16) “(...) o virtual não se opõe ao real e a sua efetivação material, mas sim ao atual”.

Para o autor, o ciberespaço é um ambiente de representações, de simulação e conexão com o real.

Recuero (2009) relembra Döring (2002) que analisou a construção da identidade na internet através das páginas pessoais, entendendo-as como apropriações individuais no ciberespaço para permanente construção de si:

O comum aos conceitos de “identidade cultural”, “identidade narrativa”, “self múltiplo”, “self dinâmico” e “self dialógico” é o foco da construtividade, mudança e diversidade. Precisamente os aspectos que são encontrados nas páginas pessoais. A página pessoal está sempre “em construção”, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do self (Recuero, 2009 *apud* Döring, 2002, on-line).

Neste ponto, os sites de redes sociais (SRS), como espaço de interações mediadas por computador, não só possibilitam a criação de identidades como as exigem para que a comunicação entre os indivíduos aconteça. Essas identidades são construídas por meio de diferentes ferramentas, tais como os *nicknames* e avatares, os conteúdos compartilhados (imagens, vídeos, sons, *links*), a interação/conversação com outros usuários, as curtidas no Facebook, os *emoticons*, a rede de amigos. Enfim, neste ambiente, a construção identitária é um projeto simbólico, no qual o ator social narra a cada ação, a cada clique, a cada diálogo, a sua própria identidade. Da mesma forma, são construídas as identidades coletivas, mas pelas narrações do grupo.

No mundo “on-line”, a identidade do indivíduo é moldada conforme o seu desejo, não necessariamente idêntica à do mundo “off-line”. É possível que se experimente outras identidades nos SRS, por exemplo, através da criação de perfis falsos pode-se mudar de gênero, realizar ações ou visitar/cadastrar-se em sites que não faria com o seu perfil original, “espionar” outros perfis sem que seja imediatamente reconhecido. Também é possível que o indivíduo construa sua identidade como um “ideal” para que assim seja reconhecido.

Nas comunidades virtuais, é comum que os atores sociais se comportem conforme a expectativa dos grupos, sigam as regras informalmente estabelecidas com o objetivo de pertencimento e coesão social, muitas vezes, inclusive discordando dos diálogos e de outras informações que ali circulam. Por outro lado, indivíduos podem utilizar-se de perfis falsos na tentativa de desagregar, de criar conflitos para determinados grupos.

De qualquer forma, essas identidades são, na verdade, simulacros e duplos. Oliveira (2015, p. 06 *apud* WALTY, 1986), lembra o pensamento de Platão, “havia o modelo original, perfeito, no mundo das ideias. Tudo em nosso mundo era cópia imperfeita desses modelos perfeitos. E finalmente, havia o simulacro, a cópia da cópia”.

Oliveira (2015) conta sua experiência pessoal, quando criou o pseudônimo Gian Danton para tornar-se único em sua profissão de colunista em histórias em quadrinhos no jornal *O Liberal*, em Belém do Pará, vez que já existiam outros três colunistas no jornal com o mesmo nome “real” dele. Seu pseudônimo foi ficando famoso e no SRS Orkut decidiu utilizá-lo como *nickname*, pois àquele tempo, o “real” já era menos conhecido que o “virtual”, de forma que poucos amigos na rede sabiam

o seu nome verdadeiro.

Gian Danton tornou-se um duplo, a ponto de muitas pessoas que me conhecem pessoalmente, mesmo aquelas que nunca leram minha produção literária ou quadrinística, me chamarem de Gian Danton. O perfil virtual agigantou-se a ponto de engolir a pessoa “real” e suplantá-la, o que provoca confusões.

(...)

O Outro virtual não só me substituirá, mas também de certa forma me matará. Afinal, num mundo conectado 24 horas por dia, estar off é estar morto. (OLIVEIRA, 2015, p. 10 e 11)

Em resumo, as transformações do mundo globalizado e interconectado levam a uma hibridização entre o real e o virtual. Para Hall (2002) se o nosso mundo é considerado pós-moderno, nós somos também “pós” relativamente a qualquer concepção fixa de identidade. Nos SRS as identidades dos atores sociais e dos grupos são construídas e reconstruídas na dinâmica das redes, a partir das ações, representações, linguagem e do contexto comunicativo, são identidades fluidas e mutantes. Não existe mais separação entre a realidade e sua representação simbólica/material, porque ela está “imersa por imagens virtuais no mundo do faz de conta, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (CASTELLS, 2000, 457).

Artifícios culturais

Depois de três mil anos de explosão, graças às tecnologias fragmentárias e mecânicas, o mundo ocidental está implodindo. Durante as idades mecânicas projetamos nossos corpos no espaço. Hoje, depois de mais de um século de tecnologia elétrica, projetamos nosso próprio sistema nervoso central num abraço global, abolindo tempo e espaço (pelo menos naquilo que concerne ao nosso planeta). Estamos nos aproximando rapidamente da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda a sociedade humana, tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos através dos diversos meios e veículos. (MCLUHAN, 1964, p. 16-17)

Na visão de McLuhan (1974) os meios de comunicação não nascem e morrem, são continuamente transformados. O processo evolutivo resulta de uma mistura contínua, na qual a cisão ou fusão dos meios é o motor da mudança. Por exemplo, se isolarmos o meio internet, é possível perceber que sozinha ela não transmite conteúdo. Seu conteúdo são as ideias, os gestos, a fala, a escrita, a televisão, o rádio, o telex (e-mail), a arte (pintura), a fotografia etc. que estão incorporados neste novo meio. Portanto, uma nova mídia incorpora, modifica e mistura as características e funcionalidades de uma outra mídia.

Logo no início do livro *Cultura da Convergência*, Henry Jenkins (2008) conta a história de um estudante filipino-americano que criou no *Photoshop*, por brincadeira, uma montagem do personagem Beto, do programa televisivo *Vila Sésamo* (1970), interagindo com Osama bin Laden e causou, inesperadamente, uma enorme confusão.

Logo após o atentado terrorista de 11 de setembro de 2001 (Torres Gêmeas), um editor de Bangladesh procurou na internet imagens do Bin Laden para imprimir cartazes, camisetas e pôsteres antiestadunidenses e, acabou por usar justamente a montagem feita pelo estudante, que foi impressa em milhares de cópias. Veículos da imprensa dos Estados Unidos cobriram passeatas no Oriente Médio de uma multidão enfurecida de simpatizantes do terrorista portando os cartazes de Bin Laden e Beto juntos. Os produtores do Vila Sésamo ficaram indignados e já se preparavam para processar o estudante e os que se apropriaram da montagem. O problema é que outras centenas, milhares de pessoas começaram a produzir e replicar novos sites ligando vários personagens do programa televisivo a terroristas. As imagens cruzaram o mundo, foram utilizadas em publicidade e em meios alternativos, sem que os produtores ou autoridades conseguissem frear a disseminação viral.

Dessa história é possível compreender um pouco da cultura da convergência, em que o controle da informação já não é mais centralizado pelas instituições formais de poder, os conteúdos circulam por diferentes mídias e dependem fortemente da participação ativa dos indivíduos, que, por sua vez, são produtores e coprodutores, interagem de acordo com um novo conjunto de regras próprias do grupo e moldam uma nova forma de cultura, a cultura da participação (JENKINS, 2008).

A inteligência coletiva tem nas TICs e nos ambientes digitais as ferramentas ideais para coordenar as habilidades e competências dos indivíduos e utilizá-los em prol da coletividade, é a própria cultura da participação. Os ambientes colaborativos da web 2.0⁶ são suportes que impulsionam ainda mais os processos de aprendizagem e os serviços de colaboração e de cooperação, desterritorializam os saberes e mobilizam os indivíduos para o desenvolvimento dessa inteligência. Lévy (2003, p. 28) conceitua a inteligência coletiva como “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”.

Na dinâmica das comunidades virtuais, os atores compartilham a inteligência coletiva a partir de uma multiplicidade de estilos, imagens híbridas, os seus significados, as suas linguagens e sentimentos do imaginário. Os SRS por vezes pautam a mídia tradicional, outras vezes por ela são pautados. É um espaço de cooperação e também de disputa. Nesse ambiente de relações em grupo “a cultura refere-se à organização social do sentido, interiorizada pelos atores em forma de esquemas e de representações compartilhadas e objetivadas em formas simbólicas (*habitus*), em contextos historicamente específicos e socialmente estruturados” (SALLAS, 2014).

Dessa forma, os artifícios culturais aqui tratados são representações simbólicas (escritas “oralizadas”, imagens, memes, *nicknames*, avatares, *emoticons*, vídeos, sons *etc.*), mas também estratégias retóricas utilizadas pelos atores sociais para a sua construção identitária individual e para a construção identitária coletiva das comunidades virtuais. São estratégias para promover a coesão do grupo ou até mesmo o conflito quando a intenção é desestabilizar a comunidade e promover a ruptura

6 Web 2.0 é a segunda geração dos serviços disponibilizados pela Internet, que tem como características principais a potencialização das formas de publicação, compartilhamento e organização das informações, e a ampliação dos espaços de promoção de interações entre os participantes (PRIMO, 2007).

dos laços sociais. Trata-se de um ambiente simulado, um ambiente virtual-real, onde não é possível ter certeza de quem é quem ou das reais intenções dos atores participantes.

Para esclarecer, Nogueira (2014) apresenta uma possibilidade de análise do discurso no Facebook. A autora explica que a partir da teoria semiolinguística de Patrick Charaudeau o discurso é abordado inserindo-o numa problemática geral que procura relacionar os fatos de linguagem a outros fenômenos psicológicos e sociais, tais como, a ação e a influência.

Dessa forma, entende-se que os sujeitos são parceiros em uma troca comunicativa, ou um “ato de linguagem”, e que ambos possuem uma intencionalidade em seu discurso. “Em decorrência, esse ato depende da identidade dos parceiros, visa uma influência e é portador de uma proposição sobre o mundo. Além disso, realiza-se num tempo e num espaço determinados, o que é comumente chamado de situação” (NOGUEIRA, 2014, p. 45 *apud* CHARAUDEAU, 2007, p. 4).

Conforme a teoria de Charaudeau, a intencionalidade pode ser intensificada através do uso da dramatização, do apelo aos sentimentos e da emoção para fins estratégicos. Nogueira (2014, p. 46) enfatiza que:

(...) o apelo à emoção, o *pathos*, segundo Charaudeau (2007), não é uma tática discursiva inconsciente, como muitas vezes o universo das emoções é considerado. O teórico defende a ocorrência de uma “racionalidade subjetiva” (2007) das emoções, em que o sujeito é orientado sempre por uma intencionalidade de seu ato de linguagem e as emoções “são orientadas em direção a um objeto “imaginado” já que este objeto é extirpado da realidade para se tornar um “real significante” (CHARAUDEAU, 2007, p.1).

Em síntese, a cultura da convergência e a cultura da participação são a tônica do ciberespaço, onde os atores sociais utilizam-se de toda sorte de recursos de linguagem, de modo intencional, para construir suas identidades e estabelecer conversações. Entendemos que os artifícios culturais são as representações simbólicas e as estratégias retóricas desenvolvidas pelos atores. Araujo (2014, p. 90) observa: “Nietzsche afirma que o discurso deve ser compreendido a partir da arte da retórica, o qual deve ser buscado na natureza e ter uma artificialidade que o envolve. Deste modo o ouvinte será persuadido, por não ser de todo artificial, nem natural ao extremo, haverá sim, uma imitação da natureza”. Assim, os discursos e a linguagem hipertextual nas redes sociais digitais são intencionais, valem-se muitas vezes de emoção para influenciar, convencer ou provocar determinadas ações nos outros atores que participam da rede.

Considerações Finais

Nos SRS a lógica comunicacional e relacional é marcada principalmente por uma comunicação não-linear, com fluxo de informação “todos-todos”, linguagem hipertextual e escrita “oralizada”. Na rede, as relações entre os atores podem espalhar-se por diferentes plataformas, porém o distanciamento dificulta o diálogo, o que exige a construção das identidades digitais. O Facebook é o SRS mais popular no Brasil, oferece uma série de recursos que facilitam e impulsionam as interações e

conversações, pois suas funções técnicas estão associadas às intenções, afetos e cognições geradores de subjetividade e coesão social. O mapeamento de SRS, proposto por Recuero (2012), consiste no estudo dos aspectos estruturais e dos aspectos semânticos das redes, pelo qual é possível observar a sua dinâmica, os comportamentos de cooperação, conflitos, rupturas e competição.

No ciberespaço, a identidade dos atores sociais é fragmentada, está em permanente construção, é formada por *nicknames* e avatares, conteúdos compartilhados, interações com outros usuários e demais ações permitidas pelos sistemas. Neste ambiente, os atores sociais podem criar perfis falsos para experimentar outras identidades. O caso Gian Danton mostra uma faceta da modernidade líquida, na qual o virtual sobrepõe-se ao real.

Por fim, destaca-se que as tecnologias digitais estão reconfigurando toda a cultura global. A cultura da convergência e da participação promovem a hibridização das mídias que passam a se completar em diferentes plataformas. Essa alta conexão entre o “on-line” e o “off-line” e a inteligência coletiva desenvolvida possibilitam que, por vezes, os SRS pautem a imprensa tradicional e em outras situações utilizem as matérias publicadas na mídia para, por exemplo, justificar os discursos dos atores sociais com um argumento de autoridade. Enfim, os atores sociais utilizam-se de artifícios culturais, representações simbólicas e estratégias retóricas, para construir suas identidades e influenciar as ações e percepções de seus interlocutores.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Carolina R. P. **O discurso para além da palavra: entre o artifício e a natureza**. Anais do seminário dos estudantes de pós-graduação em filosofia da UFSCar. 2014, 10 ed. p. 90-97. ISSN (Digital): 2358-7334. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/~sempgfil/wp-content/uploads/2012/05/10-Carolina-Ribeiro-Para%C3%ADso-Araujo.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2016.

AMANTE, Lúcia; et. al. **Jovens e processos de construção de identidade na rede: O caso do Facebook**. Lisboa: Revista EFT, 2014. Disponível em: <<http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/414>>. Acesso em: 06. Set. 2016

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: A Sociedade em Rede**. V1. ed. Paz e Terra. São Paulo, 1999;

_____. **O Poder da Identidade**. v.2. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. in A era da informação: Economia, sociedade e cultura.

_____. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Jorge Zahar Editor Ltda., 2003.

_____. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro. ed. Zahar, 2013.

FERREIRA, Gil Baptista. **Que identidade nas redes virtuais? O eu flexível, entre a unidade e a Fragmentação**. Exdra: revista da escola superior de educação de Coimbra, n. 6. Disponível em: <<http://www.exedrajournal.com/docs/N6/12-CCE.pdf>>. Acesso em: 05 set. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph, 2008.

LEITE, Fernanda Capibaribe; JUNIOR, Jeder Janotti. **Reconfigurando as Teorias da Comunicação: as indústrias culturais em tempos de Internet**. In: Teorias da comunicação [recurso eletrônico]: trajetórias investigativas. Porto Alegre: EdUPUCRS, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

_____. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

_____. **O Que é o Virtual?**. Tradução de Paulo Neves. 7. ed. São Paulo: Editora 34, 2005.

LOPES, Camila Priscila. **Diálogos na rede: A conversação no site de Redes Sociais Facebook**. Intercom – XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Mossoró/RN, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0660-1.pdf>> Acesso em: 7 set. 2016

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

NOGUEIRA, Erika C. D. **Emoções compartilhadas: a construção do pathos por um movimento ambiental no Facebook**. Texto Digital, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, v. 10, n. 2, p. 41-52, jul./dez. 2014. ISSN: 1807-9288. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/view/1807-9288.2014v10n2p41/28340>> Acesso em: 10 set. 2016.

OLIVEIRA, Ivan Carlo A. **Identidades virtuais: um relato de experiência**. Intercom - XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Joinville/SC, 2015. Disponível em: <www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0265-1.pdf> Acesso em: 05 set. 2016

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa De Pós-Graduação em Informática na Educação em março de 2003. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream_id/7759/000449573.pdf> Acesso em: 05 março 2016

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

_____. **A conversação em rede: comunicação mediada por computador e redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIBEIRO, T.S.; QUENTAL, V.S.T.D.B. **Internetês: Abreviaturas e outras estratégias de escrita**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras da PUCRio, nov. 2006. Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=9755@1>. Acesso em: 05 set. 2016

SIBILIA, P. **Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica do sujeito**. XII Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação COMPOS, Niterói/ RJ, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.