

PRÁTICAS INFOCOMUNICACIONAIS E MEDIAÇÕES NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Marco Antônio de Almeida¹

RESUMO

Muitos saberes e informações circulam de formas descentradas pelo mundo contemporâneo, passando ao largo das instituições legitimadoras do conhecimento, nos espaços dos meios de comunicação e da internet. Por meio de uma breve revisão teórica, analisamos processos em curso no mundo das Histórias em Quadrinhos, para tentar compreender alguns traços das práticas culturais dos sujeitos, cada vez mais mediadas pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs). Entendemos que essas práticas constituem mediações que incorporam uma atuação dinâmica nas diversas esferas que compõem seus contextos, movendo-se nas dimensões delimitadas por alguns pares de oposição: institucional/não institucional, presencial/virtual, tradicional/inovador. Essas mediações traduzem uma dinâmica e um conjunto de práticas culturais de produção e transmissão de informações que põem em questão os parâmetros tradicionais de legitimidade e territorialidade.

Palavras-chave: Práticas Culturais. Tecnologias de Informação e Comunicação. Mediações. Interação. Histórias em Quadrinhos.

ABSTRACT

Many of the knowledge and information circulate in ways decentralized by the contemporary world, passing off the legitimating institutions of knowledge, in the spaces of the media and the internet. From a brief theoretical review, we analyze current processes in the world of Comics, to try to understand some traces of the cultural practices of the subjects, increasingly mediated by information and communication technologies (ICTs). We understand that these practices are mediations that incorporate a dynamic action in the various spheres that make up their contexts, moving in the dimensions delimited by some opposition pairs: institutional / non-institutional, presence / virtual, traditional/innovative. These mediations translate a dynamic and a set of cultural practices of production and transmission of information that calls into question the traditional parameters of legitimacy and territoriality.

Keywords: Cultural Practices. Information and Communication Technologies. Mediations. Interaction. Comics.

¹ Doutor em Ciências Sociais, professor do PPGCI da ECA-USP e da FFCLRP-USP. Email: marcoaa@ffclrp.usp.br.

1 MEDIAÇÕES, *HABITUS* E TICS

O mundo contemporâneo apresenta um processo de descentramento e disseminação das informações e dos saberes que passa ao largo da escola e de outras instituições legitimadoras do conhecimento, como bibliotecas, museus e centros de documentação e cultura. Essas instituições não podem mais impedir que uma diversidade de informações e saberes socialmente pertinentes circulem fora de seu território, nos espaços dos meios de comunicação e da internet, gerando novas práticas de informação/formação.

O ato de informar-se, à primeira vista, aparenta ser algo bastante simples – o que não é verdade. Certo senso comum – presente inclusive na academia, de matriz positivista-cartesiana – postula que os sujeitos possuem uma “necessidade informacional” que será plenamente atendida por uma “fonte” que o levará à informação procurada. Entretanto, a multiplicação da quantidade de informações e o “ruído” que dela decorre, características cada vez mais presentes na sociedade contemporânea, antes dificultam do que facilitam o processo de informar-se. Além disso, também é necessário refletir acerca das estruturas de interpretação utilizadas para passar da recepção das informações à sua “apropriação” e incorporação como conhecimento. Em outras palavras, a informação é *secundária* em relação aos sistemas de conhecimento, aos esquemas de interpretação socioculturais que atribuem valor e *status* à informação e que “permitem separar a informação relevante do ‘ruído’ provocado pelo incessante e sempre crescente fluxo informacional. Cabe interrogar, portanto, de que maneira esses quadros simbólicos de interpretação são construídos e compartilhados” (ALMEIDA, 2009, p. 186). Grande parte dos debates sobre as concepções de mediação cultural e mediação da informação, em alguma medida, incide sobre essas questões.

Nesse sentido, vale marcar o diferencial entre “mediação” como conceito sociológico geral que caracteriza os processos sociais e “mediação” como conceito especializado, isto é, como prática institucional, já que uma definição consensual de “mediação” parece impraticável: trata-se de um conceito plástico que estende suas fronteiras para dar conta de realidades muito distintas entre si, agregando mais níveis de complexidade à análise dos fenômenos dispostos sob esse rótulo (DAVALLON, 2007; ALMEIDA, 2009).

Cristalizou-se a concepção de que as ações de mediação não seriam o estabelecimento de uma simples relação entre dois termos de mesmo nível, mas que em si mesmas seriam produtoras de um “algo a mais”, ou de um estado mais satisfatório em relação às condições iniciais – ou seja, a mediação “agregaria valor” aos processos culturais, informacionais ou comunicacionais, gerando ganhos em termos de conhecimento aos sujeitos envolvidos.

A mediação da informação e dos saberes insere-se no âmbito da discussão clássica acerca das trocas sociais, entendidas como o sistema de intenções recíprocas que envolve pessoas e grupos empenhados em trocar itens de valor social e simbólico que irão beneficiá-los. Essa é uma reflexão clássica originada dos primórdios das Ciências Sociais e que posteriormente Pierre Bourdieu irá explorar de maneira particular². Bourdieu analisa a questão apoiando-se fortemente no conceito de *habitus*. O *habitus* consistiria em um sistema de “disposições” que seriam obtidas pela “aprendizagem implícita ou explícita, que funciona como um sistema de esquemas geradores; é gerador de estratégias que podem ser objetivamente afins aos interesses objetivos de seus autores sem terem sido expressamente concebidas para este fim” (BOURDIEU, 1983, p. 94).

No conceito de *habitus*, destaca-se a concepção de *disposições*, um conjunto de inclinações e tendências para se perceber, agir e pensar de determinadas formas que foram interiorizadas e incorporadas pelos indivíduos, quase sempre de maneira inconsciente, e que são decorrentes de sua trajetória social e de suas condições objetivas de existência. Embora essas disposições possam modificar-se no decorrer da existência, tendem a ser persistentes, por estarem fortemente enraizadas e resistirem às mudanças, caracterizando uma marca de continuidade na vida das pessoas. Essas disposições adquiridas ao longo de certas experiências e espaços de socialização (família, escola) exercem efeitos sobre outras esferas de experiências – profissionais, de entretenimento, políticas, etc. (BOURDIEU, 1989; BOURDIEU; CHARTIER, 2012).

Alguns críticos, entretanto, apontam que essa perspectiva desconsideraria ou subestimaria as interações face a face, vistas apenas como atualização conjuntural das relações objetivas (estruturais). Claude Grignon e Jean-Claude Passeron (1996) assinalam, por exemplo, a ambivalência das práticas populares em relação às estruturas de dominação. Observando esse universo, eles refletem que, no seu encontro com as formas culturais dominantes, o uso de um conceito como o de “capital cultural” acaba por tornar-se, no limite, um conceito tendencialmente legitimista do *statu quo*, já que só enxergaria nessas práticas populares os aspectos negativos – suas deficiências, limitações, exclusões.

Já para Stig Hjarvard (2014), o mundo passa por uma midiaticização intensa da cultura e da sociedade que não se limita à formação da opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais. Ele compreende as mídias como estruturas que condicionam e permitem a ação humana reflexiva e propõe analisar o papel delas em vários contextos

² A partir daqui, no que tange a Bourdieu e Hjarvard, retomo em linhas gerais a argumentação desenvolvida em Almeida (2017).

sociais. Desse modo, as instituições necessitam cada vez mais de recursos da mídia, o que envolve sua habilidade de representar a informação, construir relações sociais e ganhar atenção com ações comunicativas. Ainda é perceptível certa sintonia com Bourdieu, já que essa influência da mídia funciona como uma estrutura estruturante – os recursos que a mídia tanto controla quanto torna disponíveis. Mas Hjarvard aponta a insuficiência das observações de Bourdieu sobre a mídia assinalando que os meios de comunicação ampliam seus espaços cada vez mais nos polos heterogêneos de cada campo, desafiando e esgarçando a autonomia dessas esferas. (ALMEIDA, 2017).

O trabalho de David Riesman (1995) é recuperado também por Hjarvard. O sociólogo americano aponta a existência de três tipos de caráter social que marcariam os traços de formação da personalidade dos indivíduos em diferentes etapas da modernidade: traditivo, introdirigido e alterdirigido. Em linhas gerais, a passagem do caráter traditivo para o caráter introdirigido segue os traços gerais da análise weberiana da ética protestante. Desse modo, o caráter introdirigido ancora-se numa disciplina de autocontrole balizada pela ética e pela identidade proporcionadas pelo mundo do trabalho. O caráter alterdirigido, por sua vez, não se caracterizaria por um estilo de vida particular, sendo antes caracterizado pela disposição das pessoas em monitorar o ambiente, valendo-se de seus pares e dos meios de comunicação, e regido muito mais por uma identidade e uma ética forjadas no mundo do consumo.

Hjarvard retira como implicação desse raciocínio que ocorre um impacto no processo de formação do *habitus*, que decorre da concorrência entre os muitos *laços fracos* proporcionada pelos meios de comunicação. Um indicador da força social que une os indivíduos é a frequência e a duração de suas interações. De um modo geral, os laços sociais fortes são considerados importantes para a coesão geral da sociedade. Para Hjarvard, os laços fracos são superiores aos fortes no que diz respeito, por exemplo, à difusão das informações nas redes sociais. Eles permitem alcançar uma quantidade maior de pessoas e percorrer uma maior distância social (no caso, um maior percurso na rede) em comparação com os laços fortes, o que permitiria falar da “força dos laços fracos” (HJARVARD, 2014). Isso faz com que o monitoramento se intensifique no ambiente social estendido das sociedades midiáticas, tornando-se cada vez mais determinante na formação do *habitus*. Assim, o reconhecimento torna-se um importante mecanismo de regulação do desenvolvimento da autoestima e do comportamento, traduzindo-se em estilos de vida legitimados.

Hjarvard não desdenha a importância das classes sociais na configuração desse processo, mantendo, assim, o diálogo com a perspectiva bourdieirana: “como também salienta Bourdieu, distinções categoriais

como classe ou idade podem não influenciar o *habitus* diretamente, mas ser mediadas pelo estilo de vida do grupo em questão” (HJARVARD, 2014, p. 235). A importância do estilo de vida nas sociedades contemporâneas como mediador das hierarquias sociais e culturais assinala a influência decrescente que as instituições tradicionais possuem na sua determinação, em oposição à crescente influência da mídia.

Os meios de comunicação contribuem para reproduzir e renovar o *habitus*, fornecendo recursos para o desenvolvimento dos estilos de vida e de orientação moral. A presença cada vez maior de meios de comunicação no cotidiano e na constituição dos estilos de vida dos indivíduos vai ao encontro do que vem a ser sociabilidade para Simmel (2006) como forma preferencial de interação, e que combina elementos racionais e emocionais, comportando a possibilidade de distinguir entre forma e conteúdo no que tange à interação entre os indivíduos.

O conceito de sociabilidade decorre daí, visto que a sociedade é a interação com o outro, considerando-se a percepção de que as interações envolvem, além dos conteúdos, a própria valorização da interação em si e de suas formas por parte dos indivíduos. A sociabilidade é a forma *lúdica* da interação, relativamente independente das motivações (SIMMEL, 2006). Trata-se de um conceito clássico da Sociologia que vem sendo recuperado para compreender as interações nas redes sociais. A recuperação desse conceito por Hjarvard volta-se para assinalar a função integradora dos meios de comunicação – se é positiva ou negativa, se assinala novos modos de criatividade ou de conformidade, são outras questões. O fato é que, ao atuarem ativamente na certificação, disseminação e seleção da informação, os diversos tipos de mediadores desses processos sociais constituem-se como mais um elemento a ser considerado na análise do contexto cultural contemporâneo.

2 CULTURA DA CONVERGÊNCIA: EXPLORANDO POSSIBILIDADES NO UNIVERSO DAS HQs

Considerando-se esse quadro de discussões, nosso interesse nesse texto direciona-se para o estudo das relações entre práticas culturais e a maneira pela qual elas são influenciadas pela apropriação da informação e das tecnologias no processo histórico e no contexto social mais contemporâneo, tomando as HQs como caso ilustrativo. Nesse sentido, uma ideia-chave é a da “cultura da convergência”, expressão cunhada por Henry Jenkins (2009) para problematizar questões relevantes em relação às mudanças culturais e sociais, especialmente na maneira pela qual indivíduos e grupos se relacionam com os conteúdos culturais na atual sociedade em rede. Interessam-nos, particularmente, as conexões entre os processos que

caracterizam a cultura da convergência e os processos de apropriação cultural, de apropriação social da informação. Esses processos implicam em diferentes assimetrias sociais (na distribuição do poder político, do poder econômico e do poder simbólico) e no estabelecimento de diversas táticas e estratégias na utilização das tecnologias.

Embora a ideia de uma cultura da convergência seja pertinente como descrição de um processo cultural global envolvendo a apropriação cultural mediada pelas tecnologias, características e condições decorrentes das especificidades locais influenciam essa dinâmica. A diversidade de conteúdos e formatos disponíveis nas redes infocomunicacionais somada às facilidades proporcionadas pelo formato digital para sua manipulação e reconfiguração possibilitam a hibridização e a recriação cultural por parte dos indivíduos e grupos, gerando distintas possibilidades de apropriação cultural no âmbito de uma cultura da convergência.

É nesse contexto que Jenkins aponta a emergência da figura do *prosumer* (neologismo oriundo da combinação das palavras produtor e consumidor). A concepção do *prosumer* parte da constatação de que, potencialmente, os indivíduos na sociedade em rede tornaram-se capazes, com as ferramentas disponíveis, de se tornarem produtores de conteúdo, num processo dialógico envolvendo os conteúdos simbólicos e também outros sujeitos. Essa possibilidade estabeleceria um ciclo contínuo entre os papéis de emissores/receptores das mensagens, conferindo-lhes, então, a simultaneidade entre produção e consumo – embaralhando, consideravelmente, o que tradicionalmente compreendemos como “usuários”. O perfil do *prosumer* tornou-se cada vez mais comum por conta das mídias sociais, gerando com isso um aumento do fenômeno descrito por Chris Anderson (2006) como “cauda longa”. Esta consistiria na possibilidade de as pessoas encontrarem ofertas culturais minoritárias que seriam de seu interesse, mas que em geral não são providas pela indústria de entretenimento – possibilitando, em muitos casos, a emergência de efetivas culturas de “nicho”.

O objeto e o recorte que propomos para investigar inicialmente essas questões é o universo cultural das Histórias em Quadrinhos (HQs) e a comunidade *geek* que se estrutura em torno delas (neologismo que descreve o conjunto de indivíduos interessados nas HQs e produtos derivados como filmes, séries, videogames, etc.). Trata-se de um objeto estratégico do ponto de vista heurístico, na medida em que possibilita a análise e a problematização de questões práticas e teóricas, como: Qual é a dinâmica da circulação e da apropriação da informação cultural nesse universo? Quais as estratégias desenvolvidas pelos criadores/produtores culturais para viabilizar e fazer circular seus produtos culturais? Como os públicos interagentes se configuram e constroem seus repertórios e hábitos a partir desses tendo em vista esses processos? De que maneira as TICs vêm

afetando a própria linguagem e a forma pela qual essas produções culturais são realizadas?

A abordagem do universo das HQs aqui proposta possui dois fios condutores. O primeiro é a ideia de representação social, tal qual sinteticamente exposta por Stuart Hall (2016) – o processo pelo qual os membros de uma cultura usam a linguagem para produzir sentido e conhecimento. Hall propõe uma abordagem construtivista que se apoia em duas vertentes: uma vertente semiótica/semiológica, influenciada por Saussure e Barthes, concentrada na maneira pela qual os signos produzem sentidos; e uma vertente discursiva, influenciada por Foucault, que se concentra em como o discurso e as práticas discursivas produzem conhecimentos (HALL 1997, 2016). O segundo fio condutor é o conceito de “cultura da convergência”, já mencionado, que permite focar particularmente nas conexões entre os processos que caracterizam a cultura da convergência e os processos de apropriação social da cultura e da informação. São questões que, embora formuladas no âmbito do universo das HQs, retomam as discussões mais amplas sobre identidades sociais e culturais e suas representações no território dos meios de comunicação.

Considerando-se esses fios condutores, partimos de uma perspectiva que considera que o universo das HQs funciona simultaneamente como uma forma de consumo e de expressão cultural, que se realiza, por meio de diversas modalidades de interação. Essas modalidades podem compreender desde formas de viabilizar a produção artística (plataformas de *crowdfunding* e *crowdsourcing*) a *sites* e *blogs* autorais de veiculação das HQs produzidas, participação em fóruns de debates e de críticas da produção de HQ, *sites* de vendas e organização de eventos, entre outros.

Uma primeira hipótese leva-nos a considerar que o mercado dos quadrinhos encontrou formas de se desenvolver mesmo com todas as dificuldades encontradas em relação à publicação física e o alto custo de se criar um trabalho artístico moldando-se, em larga medida, às práticas culturais de seu público. O uso das tecnologias digitais, bem como das possibilidades abertas pelas redes sociais, contribuiu fortemente para esse resultado, que reconfigura as relações entre produtores/consumidores de produtos e informações culturais ligadas às HQs, que lembra muito a relação entre estratégias e táticas de apropriação e consumo tais como as preconizadas por Michel de Certeau (1994).

Na realidade, táticas de consumo e produção marginal que configuravam subculturas próprias já existiam no mundo analógico das HQs – fã-clubes e esquemas de trocas de revistas entre os fãs, convenções, produção de fanzines, entre outras – e constituíam experiências de consumo e produção que definiam um repertório de práticas reunidas por seus

estudiosos sob o rótulo de *fandom*. Esse contexto cultural, que vinculava os fãs entre si e com a indústria cultural, não foi abandonado na transição para o universo digital, sendo remodelado e adaptado às novas possibilidades abertas pelas tecnologias.

Vale destacar que esse universo das HQs, de seus produtores e consumidores, também aprendeu com os processos de transformação pelos quais passavam outros universos – em particular, o audiovisual e o musical, com a explosão do MP3 e de aplicativos como o Napster, entre outros. Diferentemente desses setores da indústria cultural, a indústria das HQs adotou uma postura relativamente distanciada da atividade dos fãs de HQs que digitalizavam coleções inteiras de revistas, nos mais diversos formatos, limitando-se a combater apenas um ou outro excesso desses fãs. Aos poucos, essa “cultura do *scan*” adquiriu um formato próprio, sustentado pela disseminação de formatos como Comic Book Archive File e ferramentas como o CDisplay, consolidando novos padrões de interação e colaboração que terminariam por influenciar a própria indústria cultural sobre a qual incidia a ação desses fãs (SILVA; SILVA JÚNIOR, 2012).

A cultura do *scan* consolidou-se como um conjunto de práticas que transcenderam a noção simplória de “pirataria”, constituindo-se como um repertório de processos que norteou as escolhas dos públicos no que tangia a acesso, seleção, leitura e mesmo aquisição comercial das produções. Este último ponto, a aquisição comercial, pode parecer um pouco deslocado em relação aos demais, mas é porque esse conjunto de práticas desenvolveu-se ora em oposição, ora em “colaboração” com a indústria cultural, numa relação permeada muitas vezes pela ambiguidade: o mote “gostou? compre!” veiculado em muitos *scans* implicava não só a vinculação por meio do consumo, como também reconhecia indiretamente uma contrapartida implícita de sua expressão periférica à matriz da indústria cultural (SILVA; SILVA JÚNIOR, 2012). Com as práticas hipermediadas de participação e uso colaborativo de ferramentas digitais por parte das subculturas do meio, o mundo das HQs teve seu entorno comunicacional modificado.

No que diz respeito às modalidades de viabilização do consumo de HQs e da produção artística por meio das tecnologias digitais, podemos considerar que esse mercado ainda está em desenvolvimento no Brasil. Surgiram plataformas como a Catarse e a Social Comics, voltadas a propiciar suporte para os quadrinhistas desenvolverem seus trabalhos por meio de alguma forma de financiamento em troca de benefícios para os que ajudam os projetos lá cadastrados.

A Catarse é uma plataforma de *crowdfunding*, ou financiamento coletivo, que serve para diversos tipos de projetos e oferece contrapartidas ao público que colabora, com um foco maior na produção de HQs impressas.

Outra modalidade é representada pela Social Comics, uma plataforma que se assemelha à Netflix e foca nas HQs digitais. Nela, os usuários pagam uma taxa de assinatura para terem à disposição um banco de dados de quadrinhos bem variados – para o quadrinista, a vantagem está em poder se inscrever como provedor de material desse banco de dados sem nenhuma taxa; o incentivo financeiro retorna de acordo com a performance da criação do artista no aplicativo: uma vez lida por um assinante, a página é contabilizada como “página lida” para o seu detentor na plataforma e, assim, monetizada. Apenas as obras ativas no catálogo são passíveis de monetização. As visualizações de página são computadas, permitindo ao autor saber exatamente quantas pessoas leram sua história, se ela foi lida inteira ou se houve desistência depois de algumas páginas, permitindo-lhe tomar decisões “estratégicas” relacionadas ao seu público e ao seu produto.

No caso específico da plataforma Catarse, em seus primórdios, funcionava um mecanismo de “suporte/avaliação” dos projetos, na forma de sugestões para os proponentes, mas que foi descartado posteriormente com o crescimento do site. Alguns dos artistas que obtiveram êxito em seus projetos na plataforma acabam compartilhando via internet dicas e sugestões para quem tenta a sorte pela primeira vez.

Essas plataformas trouxeram alguns benefícios indiretos ao serem apropriadas de formas diferentes – alguns artistas embutem nos custos do produto a sua própria manutenção, gerando um “salário” no período de realização do projeto. Pequenas editoras, independentes ou alternativas, podem associar-se aos artistas e se utilizar da Catarse para cobrir parte dos custos do processo – por exemplo, a distribuição – concentrando-se em outros aspectos, como a editoração e impressão. Em certa medida, a Catarse também gerou um público cativo de apoiadores que investem nos projetos apresentados no *site*, por gosto ou “ideologia” – que consideram apoiar os artistas “independentes” como um valor em si.

Em ambos os casos, os artistas e produtores dos projetos são reféns dos algoritmos, que refletem quem é mais visto e quem possui mais chances de ser “visualizado”. Esse aspecto se acentua quando se associam os projetos às redes sociais – notadamente o Facebook – para a divulgação deles. Nesse ponto, o efeito apontado por Pariser (2012) de “bolha de filtros” – o conjunto de mediações que filtra as informações que chegam a nós, baseadas em princípio por nossas preferências e interações e controlado pelos algoritmos – passa a influenciar o alcance da divulgação dos projetos. Essa tendência ao encapsulamento seria até de se esperar numa “cultura de nicho”, retomando Anderson (2006), mas atualmente isso é ainda mais acentuado e dificultado pelas próprias empresas que gerem essas redes sociais, como, por exemplo, a política de pagamento para impulsionar postagens, promovida pelo Facebook. Embora a ideologia veiculada

seja a de que “o público escolhe o que quer”, a ação dos algoritmos, por sua vez, trabalha no sentido de que o público escolha somente aquilo que lhe é apresentado.

Entretanto, um breve olhar sobre plataformas de financiamento coletivo permite perceber que, na Catarse e na Social Comics, há um número significativo de produções que possuem uma temática relacionada ao universo feminino e/ou às questões étnicas. Nesse sentido, outra hipótese que podemos considerar é a de que as facilidades proporcionadas pelos usos das TICs, em especial nas redes sociais, permitiram maior representatividade, quebrando o modelo hegemônico do tradicional tipo de leitor de HQ – homem branco, jovem e heterossexual – ao serem introduzidos temas como o feminismo, o racismo, a homossexualidade, a transexualidade, entre outros assuntos que passaram a “incomodar” uma parcela desses leitores tradicionais, gerando debates e polêmicas que movimentaram esse ambiente cultural em fóruns, *chats*, comentários de *sites* e páginas da internet,

Do ponto de vista de apropriação da TICs na internet, uma referência importante no Brasil é o MinasNerds, um coletivo que foi criado em março de 2015 e que hoje agrupa mais de mil mulheres, organizado como empresa e em crescimento acelerado. Iniciou como um grupo de Facebook, criado especialmente por e para mulheres que discutiam sobre seus próprios hobbies: HQs, *cosplays*, RPG, *board games*, *games*, literatura, música, cinema e séries de TV. Posteriormente foi criada uma página na internet (<http://www.minasnerds.com.br>). O crescimento do MinasNerd permitiu, por um lado, perceber a diversidade e riqueza do universo *geek* feminino; por outro, começaram a vir à tona relatos de abusos, perseguições, misoginia e tantas outras violências sofridas pelas mulheres no dia a dia. Evidenciou-se, ainda, o fato de como as mulheres são deixadas à margem desse nicho de mercado, tradicionalmente masculino, e grupo de interesse. O coletivo deu origem ou participou de diversas polêmicas relacionadas ao sexismo no meio HQ.

Entre as principais polêmicas relacionadas à questão de gênero que foram assunto das redes e blogs voltados para as HQs estão as que envolveram a premiação dos Troféus HQMIX, no Brasil, em 2015, e a seleção dos indicados para o prêmio do Festival de Angoulême, na França, em 2016. No caso do HQMIX, além de críticas à publicidade do evento, considerada machista, foi questionado o fato de apenas 13% das publicações indicadas serem de autoria de mulheres; algumas categorias importantes não possuíam nenhuma mulher indicada. Internacionalmente, na 43ª edição do Festival Internacional de Quadrinhos de Angoulême, um dos maiores e mais importantes eventos do gênero, ocorreu fato semelhante: a lista de 30 nomes indicados para o prêmio não incluía uma única mulher. Após

polêmica e boicote de artistas, a direção do evento inicialmente divulgou que iria acrescentar mulheres à lista, mas justificou a decisão anterior dizendo que não pode reformular a história e que, no passado, sempre que a lista incluía mulheres ninguém votava nelas. Mais tarde, outro comunicado mudou completamente os rumos da premiação: ninguém foi indicado. Os membros da entidade e todos aqueles que tiveram seus trabalhos publicados na França em 2015 foram convidados a votar em quem quisessem para o “Grand Prix”, talvez o prêmio mais importante para HQs na Europa, que coroa um artista e toda sua obra em retrospectiva. Segundo os organizadores, esse seria o passo final para a democratização das indicações do prêmio, aceitando a vontade dos autores para eleger o vencedor.

No caso das abordagens étnicas, ganha especial destaque a temática dos direitos dos negros, a herança da escravidão e as políticas de afirmação, que põem em destaque a construção de imagens de empoderamento e afirmação das populações negras.

Nos EUA, por exemplo, o personagem do herói negro da Marvel Comics, o Pantera Negra, foi roteirizado nas HQs por Ta-Nehisi Coates, jornalista, escritor e ativista negro, e tempos depois foi adaptado para o cinema, com estrondoso sucesso. Outros grupos também ganharam visibilidade por parte da Marvel, como ilustra o caso da personagem Miss Marvel – identidade secreta de Kamala Kahn, uma adolescente muçulmana de ascendência paquistanesa, cujas principais dificuldades não surgem do confronto com supervilões, mas da necessidade de lidar com os obstáculos sociais e culturais decorrentes de sua origem familiar e religiosa.

No Brasil, trabalhos como o de Marcelo Salette e André Toral propõem releituras da escravidão. A presença de uma seção especificamente dedicada às informações e discussões sobre HQs no *site* da Geledés, uma tradicional organização não governamental de ativismo no combate ao racismo e em prol dos direitos afirmativos da população negra, demonstra a importância e a representatividade que essa produção cultural atingiu.

Uma terceira hipótese, que iremos mencionar de forma breve, relaciona-se à forma pela qual a apropriação das TICs pelos sujeitos reconfigura os territórios de convivência e potencializa os encontros. Aumentou significativamente nos últimos anos não só a presença *geek* na internet, mas em diversas situações de encontros presenciais: reuniões de fãs-clubes, convenções, feiras, eventos de *cosplay*. Se esses eventos caracterizam-se pelo estímulo ao compartilhamento de experiências entre seus frequentadores, também abrem simultaneamente a possibilidade da exploração do seu potencial econômico: as editoras de HQs, assim como outras indústrias culturais relacionadas, têm investido fortemente nesse setor. De todo modo, a internet, em particular as redes sociais, são o epicentro organizacional

e referencial que possibilita a realização desses encontros na atual escala, funcionando também como *feedback* para a avaliação, crítica e continuidade dessa prática cultural.

3 MAIS QUESTÕES E ALGUNS PONTOS A SE CONSIDERAR

Para analisar o conjunto de questões levantadas anteriormente em relação ao universo das HQs, consideraremos a perspectiva de Hjarvard (2014), para o qual o mundo passa por uma midiatização intensa da cultura e da sociedade. O seu entendimento da midiatização compartilha um território comum com a noção de “mediação”, ao deslocar o foco da mídia individual para o papel da mídia na interação social e na mudança cultural.

Podemos entender as indústrias culturais e seus sistemas de mídia como organizações que atuam na seleção, na formatação e na distribuição de bens informacionais, sejam eles músicas, textos, imagens, informações transformadas em notícias, etc. Essas atividades implicam no controle do acesso aos bens imateriais e seus suportes e canais de exibição/transmissão. Em larga medida, podem ser descritas como indústrias da intermediação – o que não implica em desconsiderar a importância do receptor e das mediações no processo comunicativo. Podemos conectar isso às observações de Jenkins (2009) e refletir como no atual contexto a midiatização e as mediações correlacionadas a ela podem possibilitar o direito das pessoas comuns de contribuir ativamente com a sua cultura, ampliando as possibilidades de participação, ainda que com diferentes graus de influência e reconhecimento social.

No caso das práticas culturais que se desenvolvem no âmbito das culturas de nicho, podemos intuir processos de consolidação de novas formas de *habitus* que se expressam em práticas culturais periféricas, táticas de apropriação relacionadas a formas de colaboração horizontal que devem ser consideradas quando relacionadas à apropriação social das novas tecnologias. A disseminação ativa de conteúdos faz com que suas funcionalidades já se alinhem, em alguma medida, com um conjunto predefinido, mas não necessariamente sistematizado, de normas linguísticas e culturais – um novo *habitus* em formação. O reconhecimento dessas conexões afirma os conhecimentos culturais em questão, reforçando as bases de apoio que sustentam as práticas e nas quais elas se assentam, formatando e legitimando os atos de recepção como atos de produção cultural, na perspectiva de constituição dos *prosumers*, segundo Jenkins (2009).

Ao considerarmos as práticas culturais disseminadas pelo mundo das HQs – formas alternativas de acesso aos conteúdos, de viabilização de produções e de sua circulação, de introdução de novas temáticas e de novos protocolos de leitura para as antigas produções –, encontramos sintonia

entre esse conjunto de práticas e as observações de Jenkins, quando ele assinala que uma das marcas da convergência das mídias tem sido o deslocamento dos conteúdos produzidos e disseminados por uma cultura midiática na direção de outros suportes e de novas perspectivas de acessibilidade mediante o estabelecimento de relações mais complexas entre as interfaces/produtos e a manifestação participativa de suas audiências.

Ao se refletir acerca da cultura do *fandom*, percebe-se a mudança da concepção de participação para um viés mais ativo, de interação e produção ativa no âmbito das mudanças provocadas pelas tecnologias, na passagem de

uma subcultura particular para um modelo mais amplo que engloba muitos grupos que estão adquirindo maior capacidade de comunicação dentro de uma cultura em rede, e rumo a um contexto em que a produção cultural de nicho está cada vez mais influenciando o formato e a direção da mídia *mainstream*. (JENKINS, GREEN; FORD, 2014, p. 64)

Ou seja, os papéis desempenhados pelos diversos atores estão cada vez mais complexamente entrelaçados, embaralhando inclusive as perspectivas sobre adesão ou resistência cultural. Ou, como observam os autores, “estamos passando da celebração do crescimento de oportunidades de participação para uma perspectiva ponderada pela atenção aos obstáculos que impedem muitas pessoas de exercer uma participação significativa” (JENKINS, GREEN; FORD, 2014, p. 65).

Acreditamos que as práticas observadas em relação ao universo das HQs encontram similaridades em outros territórios culturais. Na Colômbia, as iniciativas dos jovens de bairros populares de Medellín descritas por Mansilla (2015) configuram territórios híbridos, que se constituem entre o local e o digital, o presencial e o virtual. Os jovens utilizam-se dos novos meios proporcionados pela internet para desenvolver certas expressões culturais populares como o hip-hop, a dança, o grafite e o vídeo. A intersecção dos mundos físico e digital produz um espaço híbrido no qual o acesso é constantemente reformulado, permitindo-lhe uma elevada plasticidade. Os jovens usam esse espaço para reconfigurar suas percepções de exclusão e consolidar a identidade do grupo frente à complexidade da cidade.

No Brasil, em São Paulo, o coletivo Lentes Periféricas registra diversas iniciativas culturais e de apropriação dos territórios urbanos nas periferias paulistanas. Um exemplo é o filme *Cine Campinho* – vencedor do concurso audiovisual patrocinado pelo Portal da Juventude da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo (SMC-São Paulo) –, que narra a iniciativa de jovens de diversos bairros periféricos que transformaram um campo abandonado e coberto de lixo em Guaianases em um cinema ao ar livre.

A apropriação dos recursos e interstícios proporcionados pela internet no que tange à geração de formas, conteúdos e identidades proporciona, por um lado, a emergência de repertórios culturais híbridos, que misturam práticas tradicionais e inovadoras, institucionalizadas e não institucionalizadas, legais e “marginais”. Por outro lado, as indústrias culturais e seus braços na internet também se atentam para esses processos, procurando se aproveitar deles e, no limite, controlá-los.

Tornou-se perceptível, para essas indústrias, a importância de serem capazes de criar novas necessidades com base na percepção de como são os fluxos de interesses das pessoas que possuem cada vez mais opções: “a captura das atenções é uma arte, mas uma arte tecnológica, baseada na análise dos comportamentos, na definição de padrões comportamentais dos segmentos e indivíduos em rede” (SILVEIRA, 2016, p. 18). Seguindo o raciocínio de Silveira, as plataformas de comunicação *on-line* tornaram-se as mediadoras das ofertas culturais na busca por seus consumidores, buscando modular o comportamento e as escolhas das pessoas por meio dos algoritmos. Nesse sentido, a internet talvez seja hoje o *front* mais ativo da guerra cultural.

Um ponto fundamental que não pudemos desenvolver aqui dado o recorte proposto e o espaço destinado a essas reflexões: como o Estado tem se posicionado, em seus diversos níveis de atuação, em relação a esse cenário, na formulação de suas ações e políticas culturais? Como ele pode se posicionar como regulador, parceiro e incentivador dessas práticas? Ou, numa perspectiva de outra natureza, como sua atuação tem oscilado entre os polos desse processo? Questões importantes para serem desenvolvidas em outra ocasião.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. A. de. Refletindo sobre mediações, cultura e informação com Pierre Bourdieu. In: LUCAS, Elaine R. O.; Murilo A. A. (Orgs.) *A Ciência da informação encontra Pierre Bourdieu*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2017, p. 197-219.
- _____. Informação, tecnologia e mediações culturais. *Revista Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 14, número especial, p. 184-200, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v14nspe/a13v14nspe.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2017.
- ANDERSON, Chris. *Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BOURDIEU, P. *Lições de sociologia*. São Paulo: Marco Zero, 1983.
- _____. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- BOURDIEU, P.; CHARTIER, R. *O sociólogo e o historiador*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1994.
- DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo? *Revista Prisma.Com*, n. 4, p. 03-36, 2007.
- GRIGNON, C; PASSERON, J. C. *Lo culto y lo popular*. Madrid: Nueva Visión, 1996.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.
- _____. *Cultura e Representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- HJARVARD, S. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.
- MANSILLA, Juan Camilo. Reconfigurando el espacio público, redefiniendo La marginalidad urbana: um estudio de caso con jóvenes de barrios populares de Medellín, Colombia. *XI Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.
- RIESMAN, David. *A multidão solitária*. São Paulo: Perspectiva, 1995.
- SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Economia da intrusão e modulação na internet. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v. 12, n.1, p. 17-24, maio 2016.
- SILVA, Alexandre H.; SILVA JÚNIOR, José A. HQs em Convergência: subculturas do consumo e a manifestação colaborativa de uma mídia que espera sobreviver ao digital. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, n. 27, p. 102-115, dez. 2012.
- SIMMEL, G. *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SITES/CANAIS DO YOUTUBE:

Catarse: <https://www.catarse.me/>

Delirium Nerd: <https://www.facebook.com/delirium.nerd/>

Geledés-HQ: https://www.geledes.org.br/tag/hq/#gs.LbFw8_8

Lentes Periféricas: <http://www.lentesperifericas.com.br/>

Minasnerds: <http://minasnerds.com.br/>

Rapha Pinheiro: https://www.youtube.com/channel/UCyRJv_q5RTWF6MT49YG_PhA

Social Comics: <https://www.socialcomics.com.br/>