

sessões do MAGINÁRIO

VOL. 18 | N. 30 | 2013



CURTA NOSSA
PÁGINA

**Caravaggio, Rammstein
e Madonna**

Ticiano Paludo

P.79

**Hipermodernidade, sociabilidade
e tecnologias digitais**

Erika Oikawa

P.89

**Manifestações e mídias
alternativas**

Antonio Brasil e Samira Moratti Frazão

P.127

As competências necessárias para uma *Net Smart* – Entrevista com Howard Rheingold

The competencies required for a Net Smart - Interview with Howard Rheingold

Entrevista: Erika Oikawa¹ ; Karine Ruy² 

Aline Bianchini³ ; Karina Weber⁴  e

Mateus Vilela⁵ 

Tradução e transcrição: Iuri Furukita Baptista⁶ 

Howard Rheingold, professor da Universidade de Stanford, é um pioneiro nos estudos das redes sociais na internet e referência nos estudos de comunicação e cibercultura. Ainda no início da década de 1990, lançou o livro *The Virtual Community* (1993), sugerindo a emergência desse novo tipo de comunidade, que se tornaria conceito fundamental para diversos estudos posteriores. Antes mesmo do *boom* de *tablets* e *smartphones*, o pesquisador também antecipou as profundas transformações que a comunicação móvel provocaria na sociedade contemporânea, várias delas relatadas no livro *Smart Mobs – The next social revolution* (2002).

Em novembro de 2013, Rheingold esteve em Porto Alegre como conferencista principal do encerramento do *XII Seminário Internacional da Comunicação da PUCRS*. Na ocasião, o pesquisador falou sobre as cinco competências necessárias para a construção da chamada “inteligência de rede”, tema central do seu último livro, *Net Smart – How to thrive online* (2012), e também da entrevista que concedeu para a *Sessões do Imaginário*.

Sessões do Imaginário: Prof. Rheingold, você fala sobre cinco conceitos-chave do letramento digital (*digital literacies*): atenção, participação, colaboração, consumo crítico da informação – ou, em suas palavras, “detecção de lixo” – e inteligência na rede⁷. Você não acha que aprender a programar, ou seja, compreender o básico de codificação, compreender a forma como *Google*, *Facebook*, *Twitter* funcionam, também faz parte desse letramento digital?

Howard Rheingold: Eu certamente penso que é importante, tanto que eu mesmo procuro aprender um pouco sobre como isso funciona. Porém, isso é um tanto mais difícil do que o letramento que proponho. Eu acho que se você quiser falar de uma grande porção da população se tornando “letrada” para o uso de redes sociais, as cinco habilidades que eu escolhi provavelmente vão influenciar um número maior de pessoas. Mas eu certamente concordo que aquelas pessoas que estiverem dispostas a aprender alguma coisa sobre codificação vão acrescentar ao seu processo de letramento. Eu mesmo estou tentando fazer isso, não é fácil.



ENTREVISTA



SI: Você disse que ninguém é realmente multitarefa. As pessoas só mudam muito rápido de uma tarefa para outra. Como a nossa capacidade de atenção e a aprendizagem estão sendo afetadas pela velocidade das novas tecnologias?

HR: Eu não acho que devemos, nem que seja uma boa ideia, impedir as pessoas de realizarem multitarefas. O que as pessoas precisam aprender é a discernir quando é apropriado se dividir em múltiplas atividades e quando é apropriado focar em uma única coisa. É necessário também treinar e saber o porquê estão fazendo isso. Eu falo em atenção, em estar consciente do que se está fazendo. Você não pode simplesmente se encontrar checando o *Facebook*, fazendo sua tarefa de casa e se comunicando com seus amigos porque você meio que “deslizou” para essas atividades. Talvez seja algo que você queira fazer por uma parte do seu dia para recompensá-lo por alguma coisa; mas, talvez, em parte do seu dia, você precise se ocupar lendo uma única coisa ou escrevendo uma única coisa.

SI: Em seu ponto de vista, qual é a melhor forma de estimular o letramento digital, tendo em vista o desenvolvimento de um ambiente digital politizado, educativo, cultural e participativo? Como fazer isso?

HR: Eu mencionei na palestra que, provavelmente, a pergunta mais importante nesse campo é se as manifestações espontâneas podem virar um movimento. Eu sei que houve muitas e muitas passeatas no Brasil, houve passeatas no Chile, mas será que essa ida das pessoas às ruas vai resultar em mudanças políticas ou os políticos irão ignorá-las por serem eventos temporários? A forma como as mudanças sociais e políticas



Fonte: Eu Sou Famecos - <https://www.flickr.com/photos/eusoufamecos/>

acontecem tem a ver com a construção de organizações e movimentos que funcionam em uma base diária – essa é a forma que os partidos políticos tradicionais funcionam. Talvez isso seja uma coisa diferente dos partidos políticos tradicionais. Contudo, a não ser que o poder político mude, é assim que ele é exercido. Eu sei que alguns desses movimentos não possuem líderes. Talvez esses movimentos sem líderes precisem encontrar um jeito de influenciar as pessoas a terem poder.

SI: Você fala em educação para o consumo crítico de informação nas mídias digitais. Você acha que estamos muito longe desse tipo de educação?

HR: Sim, eu temo que as escolas ainda estejam preparando as crianças para o século 20 em pleno século 21. Vejo quatro motivos para que isso esteja acontecendo: porque há medo de se usar a internet na escola; porque os professores são de gerações mais velhas e não possuem esse conhecimento; porque



não há dinheiro para treinar esses professores; e porque os administradores das escolas ainda não demandaram que esse conhecimento seja adicionado ao currículo.

SI: Aqui no Brasil, durante as recentemente manifestações, vimos surgir nas redes sociais discursos muito semelhantes aos utilizados no Golpe Militar de 1964. O quão perigoso pode ser o ativismo digital sem essa educação e esse letramento digital?

HR: Bem, eu hesito em falar sobre a situação política daqui, pois eu não a compreendo completamente. Eu sei que as pessoas no Brasil não querem voltar a um regime ditatorial. Eu acho que as manifestações estão fazendo essas pessoas que apoiam a ditadura se tornarem conscientes da oposição popular ao regime ditatorial. Estamos vendo muitos povos que viviam sob uma ditadura e tinham medo de se manifestarem irem, finalmente, às ruas. Veja a Primavera Árabe. Então, existe algo para ser comunicado aos que estão no poder. Enquanto as pessoas estiverem em grande número dispostas a irem para as ruas, isso oferece alguma proteção. E há também os jovens que seguem carreira militar. Eles vão receber ordens para atirar em cidadãos companheiros. Talvez, no passado, eles atirassem. Talvez, hoje, eles não atirem. Então, eu ainda acho muito importante que as pessoas façam suas vozes serem ouvidas.

SI: Nas manifestações, havia muitos cartazes com mensagens do tipo “Sai do *Facebook* e vem pra rua” ou “Saímos do *Facebook*”. Mas com a comunicação móvel, não é mais preciso escolher entre estar nas ruas e estar no *Facebook*. É possível estar em ambos ao mesmo

tempo. Como você vê a relação entre o on-line e o off-line, as ruas e a internet, nesse tipo de manifestações?

HR: Eu penso ser importante que as pessoas tenham uma fonte contínua de informação sobre o que está acontecendo. Por que não ter uma espécie de site que agregue o que as pessoas dizem no *Twitter*, *Facebook* e *YouTube* em uma base contínua? Além dessas grandes manifestações nas ruas, as pessoas precisam se encontrar face a face. Se há um movimento acontecendo, você precisará de um contato físico em que as pessoas conheçam umas as outras. Nas grandes manifestações, ninguém se conhece ali. Mas, se você tiver reuniões menores, de 10, 20 ou 30 participantes, em vizinhanças, seria um passo em direção à construção de um movimento. E a parte on-line ajuda a manter as pessoas informadas quanto ao que um grupo está fazendo, o que outro grupo está planejando. Existe, certamente, um espaço para ambos, o off-line e o on-line. A parte on-line não pode ser apenas uma forma de organizar manifestações nas ruas, ela precisa educar as pessoas sobre questões mais amplas, permitir que as pessoas se encontrem e conversem sobre essas questões, que coloquem pressão em seus representantes políticos e se comuniquem com o poder político.

SI: Quando estamos falando de entretenimento – cinema, séries de TV, música – temos uma grande participação on-line, uma verdadeira rede de colaboração funcionando em torno desses assuntos. Mas, quando se trata de participação política, no geral, não existe o mesmo engajamento. Como direcionar esses esforços para outras coisas importantes?

HR: – Algumas dessas pessoas, entusiastas da cultura pop, também podem ser recrutadas para fazer coisas mais sérias. Você já ouviu falar na Armada de Dumbledore? Dumbledore é um personagem da série Harry Potter. Existe uma organização que começou na Inglaterra com fãs de Harry Potter e que faz ações socialmente e politicamente engajadas. Eles enviaram algo como 30 aviões carregados de suprimentos para o Haiti depois do terremoto, por exemplo. Então, fãs de cultura pop podem ser mobilizados, você só precisa saber como fazer, você precisa de uma história. Você precisa engajar as pessoas com histórias. Então, você precisa achar as pessoas nessas comunidades que tenham histórias. E elas terão amigos com quem se comunicam sobre outras coisas e esses amigos prestarão atenção em questões mais sérias e complexas se você contar uma história sobre como essas questões afetam as pessoas. As pessoas não são tão interessadas em problemas como são interessadas em outras pessoas.

SI: Falamos bastante sobre os reflexos do on-line no off-line. E o inverso? Como você vê o off-line refletindo no on-line? Por exemplo, nesses encontros, em que conhecemos pessoas face a face, que impacto terá as redes digitais depois que todos voltarem para suas casas, suas cidades, seus países?

HR: Eu penso que o on-line é parte do off-line agora. Quando você conhece alguém, você já sabe o que ele postou no *Facebook* na noite passada ou, talvez, já o siga no *Tumblr*. As pessoas têm oportunidade de interagir em uma outra dimensão no off-line. Existem coisas que descobrimos nas pessoas somente pessoalmente, que



não conseguimos descobrir on-line. E existem coisas que ficamos sabendo on-line e que engrandecem nossa comunicação face a face. A questão é aprender a fazer essas duas dimensões trabalharem juntas. Por isso, é importante ensinar as pessoas a terem uma identidade digital autêntica e entenderem que tudo o que elas colocarem on-line será usado pelas outras pessoas para formar uma imagem de quem são elas. Quanto mais essa imagem on-line engrandecer quem nós somos face a face, eu acho que melhores serão nossas relações. E eu penso que as pessoas aprenderam a perceber quando alguém apresenta uma imagem que não seja completamente precisa, mas que corresponda a como essa pessoa gostaria de ser vista. Todo mundo faz isso e as pessoas já faziam isso antes das mídias sociais. As mídias sociais apenas fornecem uma nova ferramenta para nos apresentarmos da forma que gostaríamos de ser vistos. Trata-se de uma outra forma de “detecção de lixo”.

SI: E nós podemos e conseguimos usar essas novas ferramentas para fazermos uma melhor apresentação de nós mesmos?

HR: Eu penso que antes dos jovens entrarem no mundo on-line, eles precisam entender as consequências de suas atividades. Eles ainda podem fazer escolhas boas e escolhas ruins, mas o que pode ser feito sobre isso é educá-los. Eles podem não estar cientes de que o que eles colocarem lá ficará para sempre, poderá ser buscado, copiado e afetá-los mais tarde. Os jovens, que estão na idade de entrar na internet agora, não pensam nessas coisas ao menos que alguém fale sobre isso. Eu penso que precisamos

educar os pais para que eles possam educar seus filhos. Eu vejo que há muito medo e precisamos superar o medo para falarmos sobre como usar a mídia on-line para fazer uma identidade digital positiva de si mesmo.

SI: E em relação ao jornalismo, como encarar a quantidade de informação na internet e seus aspectos colaborativos para construir um jornalismo melhor?

HR: Bem, eu acho que todo jornalista tem redes de fontes, informantes e colegas. O que acontece é que agora ele poderá ter uma rede mais ampla, que lhe forneça informações muito mais rapidamente. O que ele precisa aprender é cultivar essa rede pessoal de contatos usando *Twitter*, *Tumblr*, *Wordpress*, blogs. Os jornalistas precisam aprender a usar os mecanismos de busca para ter fluxos de informações sobre os assuntos que sejam interessantes a eles. Tudo isso são ferramentas de informação. Eles também precisam aprender a esquadrihar e priorizar esse fluxo de informações para que apanhem as que sejam mais relevantes; precisam aprender a identificar as pessoas em sua rede de contato a quem possam recorrer quando quiserem saber mais sobre algo ou quem são os especialistas que podem confirmar determinados fatos. A habilidade de examinar e verificar informações criticamente depende dessa coleção de especialistas confiáveis. Exemplo: se há um novo rumor sobre algo da saúde, você precisará de pessoas que tenham um conhecimento confiável sobre saúde para poder recorrer a elas. Então, é uma combinação entre saber usar as ferramentas de informação e ter habilidades sociais. Em certa forma, todo jornalista se torna um gerenciador de uma comunidade social.

Referências

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community: homesteading on the electronic frontier**. New York: Harper Collins, 1993.

_____. **Smart Mobs**. The next social revolution. New York: Basic books, 2002.

_____. **Net Smart – How to thrive online**. Cambridge: The MIT Press, 2012.

Notas

1. Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS – Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 7, Sala 319, CEP: 90619-900, Porto Alegre – RS, Brasil). Bolsista CAPES/FAPERGS. E-mail: erikaoikawa@gmail.com
2. Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS – Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 7, Sala 319, CEP: 90619-900, Porto Alegre – RS, Brasil). Bolsista CAPES. E-mail: karineruy@gmail.com
3. Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS – Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 7, Sala 319, CEP: 90619-900, Porto Alegre – RS, Brasil). E-mail: li.bianchini@gmail.com
4. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em



Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS – Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 7, Sala 319, CEP: 90619-900, Porto Alegre – RS, Brasil). Bolsista CNPq. E-mail: karinaweber.rs@gmail.com

5. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS – Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 7, Sala 319, CEP: 90619-900, Porto Alegre – RS, Brasil). Bolsista CAPES/PROSUP. E-mail: mateusdvilela@gmail.com

6. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS – Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 7, Sala 319, CEP: 90619-900, Porto Alegre – RS, Brasil). Bolsista CAPES. E-mail: iuri.baptista@acad.pucrs.br

7. Tradução para *Attention, participation, collaboration, critical consumption of information (or “crap detection”), and network smarts.*