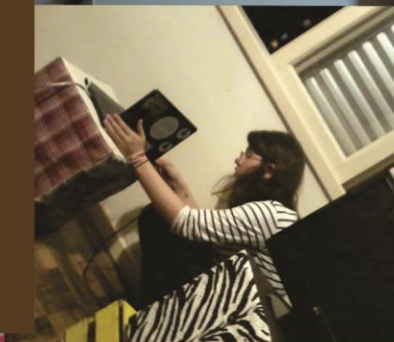




A cibercultura como condição do

Fora do Eixo

| Trabalho de Conclusão de Curso |



EMILENE PEREIRA LUL

A CIBERCULTURA COMO CONDIÇÃO DO *FORA DO EIXO*

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa.

Orientador: Professor Mestre Marco Antônio Bonito. Professor do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UNIPAMPA, *campus* São Borja.

São Borja, RS

2013


EMILENE PEREIRA LUL

A CIBERCULTURA COMO CONDIÇÃO DO FORA DO EIXO


Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao curso de Comunicação
Social – Habilitação em Publicidade e
Propaganda da Universidade Federal do
Pampa.

Aprovada em 21 de maio de 2013.


BANCA EXAMINADORA



Prof. Marco Antônio Bonito - UNIPAMPA



Prof. Gabriel Sausen Feil - UNIPAMPA



Prof.ª Renata Correa Coutinho - UNIPAMPA

AGRADECIMENTOS

A meu pai, Paulo Altair Lul, pelo o investimento e o amparo dado durante esses cinco anos de vida universitária, sendo uma pessoa importante e necessária nesse processo, principalmente na reta final.

A meu orientador, Marco Bonito, que além de ser um grande professor e pesquisador, se mostrou parceiro, amigo, teve paciência para aguentar e enfrentar crises de insegurança, desistências e retomadas, dividindo comigo esses dois últimos anos do processo de formação e muito aprendizado. Sou grata por ter seguido comigo nessa empreitada até o fim.

Ao Fabiano Neu pela parceria, companheirismo, por me ouvir, dialogar, trocar ideias, suportar crises. Enfim, por ficar do meu lado nas horas que precisei (e não foram poucas) durante o processo de conclusão de curso.

A todo pessoal da rede Fora do Eixo pela colaboração com a pesquisa. Deixo registrado aqui agradecimentos especiais para Tatiana Oliveira, Julia Albertoni, Atílio Alencar, Claudia Schulz, Isadora Machado, Ney Hugo e Fernanda Quevedo, gestores da Casa FdE Sul. Igualmente, fica o registro para Carol Tokuyo, Dríade Aguiar, Nando Magalhães, Isis Maria, Gabriel Zambon e Clayton Nobre, gestores da Casa FdE São Paulo. E ainda, para Eduardo Porto, Casa FdE São Carlos; Michelle Parron Ruiz, Casa FdE Minas; Ana Luisa, Casa FdE Pelotas; Ricardo Silva Oliveira, Casa FdE Amazônia; Amanda dos Santos Nascimento, Casa FdE Vitória da Conquista.

Muito obrigada a todos que colaboram direta ou indiretamente com este trabalho. Posso dizer que valeu muito à pena todo o esforço despendido.

RESUMO

O presente trabalho busca, para além de elucidar a inserção das tecnologias digitais dentro do cotidiano, a observação dos usuários e de suas práticas sociais frente à internet, desvendar como o Fora do Eixo – objeto deste estudo – consegue construir-se como uma inteligência coletiva a partir da cibercultura e seus canais digitais. Para isso, procuramos analisar como a rede de coletivos se utiliza das tecnologias da inteligência (Lévy); entender como a rede se apropria dos canais digitais já existentes; e, por fim, investigar como a internet pode ocupar o papel central não só na comunicação, mas também na estruturação e desenvolvimento da rede Fora do Eixo. Nesse sentido, concluímos que as principais teorias abordadas, isto é, Inteligência Coletiva e Cibercultura, se coadunam com o modo de organização do Fora do Eixo, bem como, os canais midiáticos digitais não são apenas utilizados pela rede, mas sim, apropriados por ela, sendo a internet o elemento constitutivo e condicionante da existência dessa rede de coletivos culturais.

Palavras Chave: Inteligência Coletiva; Cibercultura; Fora do Eixo; Comunicação; Coletivos culturais

ABSTRACT

The present work, in addition to elucidating the integration of digital technologies into the everyday, the observation of users and their social practices across the internet, unravel as the Fora do Eixo - the subject of this study - can build up as a collective intelligence from cyberculture and its digital channels. For this, we analyze how the network makes use of collective intelligence technologies (Lévy); understand how the network appropriates existing digital channels, and finally investigate how the internet can occupy the central role not only in communication but also in the structuring and development of the Fora do Eixo. Accordingly, we conclude that the major theories discussed, Collective Intelligence and Cyberculture, are consistent with the mode of organization of Fora do Eixo, as well as the digital media channels are not only used by the network, but rather appropriate for her, being the internet and the constitutive condition of the existence of this network of collective cultural

Keywords: Collective Intelligence; Cyberculture; Fora do Eixo; Communication; Cultural Collective

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Pontos Fora do Eixo	13
FIGURA 2 – Encontro PAN: Reunião PCult	26
FIGURA 3 – Debatedores Diálogos Culturais	27
FIGURA 4 – Pablo Capilé	27
FIGURA 5 – Hall de entrada Casa FdE Porto Alegre	31
FIGURA 6 – Caixa Coletivo.....	32
FIGURA 7 – FdE Card	32
FIGURA 8 – Metrô.....	34
FIGURA 9 – Montagem da Banquinha FdE	34
FIGURA 10 – Montagem dos equipamentos.....	35
FIGURA 11 – Testes e ajustes.....	35
FIGURA 12 – Mobilizações nas redes sociais.....	35
FIGURA 13 – Início transmissões PósTV	35

SUMÁRIO

1	Considerações iniciais.....	8
1.1	Como está organizado o Fora do Eixo.....	10
1.2	Economia da cultura: o ponto de partida do Fora do Eixo	15
1.2.1	Propriedade Intelectual	20
1.2.2	Financiamento para cultura.....	22
2	Percurso metodológico.....	24
2.1	Pesquisa exploratória.....	24
2.2	Pesquisa da Pesquisa.....	28
2.3	Embasamento teórico	28
2.4	Etnografia.....	30
2.4.1	Visita Casa FdE Porto Alegre.....	30
2.4.2	Vivência Casa FdE Porto Alegre.....	33
2.5	Netnografia	36
3	Cibercultura: a essência do Fora do eixo	38
3.1	Inteligência coletiva: motor do Fora do eixo.....	41
3.2	Sociedade em rede: a era do informacionalismo	47
4	Convergência midiática e a PósTV	50
4.1	Tecnicidades e o papel das técnicas na rede de coletivos culturais FdE.....	52
4.2	Processos midiáticos e mediações: usos e apropriações midiáticas pelo FdE	54
4.2.1	Perfis dos gestores da Mídia FdE e o fluxo informacional	56
4.3	Identidade e Alteridades: a construção identitária do Fora do Eixo	59
5	Considerações	63
	REFERÊNCIAS.....	66
	ANEXO 1 – Questionário FdE.....	69
	ANEXO 2 – Formulário Mídia FdE	76
	ANEXO 3 – Questionário PósTV.....	79

1 Considerações iniciais

Conforme Sueli Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2010, p. 30) os anos 00 compõem a época em que “a internet encontra-se como mais um artefato midiático e comunicacional, inserido no cotidiano de diferentes sociedades”. As autoras abordam ainda, baseadas em autores como Silver, Markham e Baym, que os estudos de internet ancoram suas perspectivas em dois parâmetros: os que a tratam como campo de estudos e os que a discutem enquanto disciplina. Para elas a abordagem da internet como disciplina, não está com seus questionamentos esgotados, pelo contrário, está longe disso, mas na obra escrita a seis mãos intitulada “Métodos de pesquisa para internet”, optaram por trabalhar a noção “dos estudos de internet enquanto campo em desenvolvimento – com suas contribuições e especificidades – no qual podemos ajudar a ampliar e desenvolver tanto a pesquisa, quanto o debate sobre o mesmo” (2010, p. 31).

Baseadas nos estudos de Wellmann (2004) e Postill (2010), as autoras supracitadas dividem em três fases os estudos sobre internet: a primeira seria o início dos anos 90 com estudos baseados no que viria a ser tendência com surgimento da internet, investigando basicamente o real *versus* virtual. Os estudos da segunda fase, iniciada por volta de 1998, onde já havia uma popularização da internet para vários públicos, começavam a analisar o objeto inserido dentro do cotidiano e observar os usuários e suas práticas sociais, bem como comparar a internet e outras mídias. Na terceira fase, iniciada nos anos 00, observa-se uma abordagem teórico-metodológica, focada nos usos e apropriações e evidenciando estudos com uma abordagem quali-quantitativa. Nessa última fase, nota-se a presença de um direcionamento rumo à pesquisa empírica no Brasil, sendo que, nas duas fases anteriores, os estudos eram voltados a aspectos fisiológicos e psicológicos, estritamente teóricos e sem enfoque para a coleta de dados no campo.

Nesse sentido, no presente trabalho buscamos, para além de elucidar a inserção das tecnologias digitais dentro do cotidiano e a observação dos usuários e suas práticas sociais frente à internet, desvendar como o Fora do Eixo – objeto deste estudo – consegue construir-se como uma inteligência coletiva a partir da cibercultura e seus canais digitais. Para isso, procuramos analisar como a rede de coletivos se utiliza das tecnologias da inteligência (Lévy); entender como a rede se apropria dos canais digitais já existentes; e, por fim, investigar como a internet pode

ocupar o papel central não só na comunicação, mas também na constituição, estruturação e desenvolvimento da rede Fora do Eixo.

Assim, o estudo se justifica por abordar a internet de outra maneira, pois, no caso da rede Fora do Eixo, a internet e seus canais digitais são empregadas para além de um aparato midiático, a cibercultura e as tecnologias da inteligência são o suporte constitutivo e estrutural do desenvolvimento da rede. De tal modo, o estudo se faz relevante em outros ambientes sociais, como o empresarial, por exemplo, pois da mesma maneira que uma “rede de coletivos culturais” pode utilizar a internet como mídia principal e se organizar a partir dela, uma empresa, organização, instituição também pode fazer este uso. É relevante, também, para a sociedade, bem como, para o ambiente acadêmico, já que se trata de uma pesquisa voltada às “tecnologias do ciberespaço”, à existência de uma “inteligência coletiva”, à formação de uma “sociedade em rede” e ao processo de “mídiatização”, teorias estas estudadas durante o período acadêmico e que são visíveis na prática cotidiana, como mostra o estudo em questão. Além disso, traz uma abordagem relativa à internet como sendo algo que condiciona a forma de ser do nosso objeto, fazendo-se, então, relevante na área da Comunicação Social, podendo, inclusive, servir como embasamento e estímulo para outras pesquisas na área.

Cabe deixar claro, logo de início, que este trabalho apresenta – no que diz respeito a sua estrutura – uma ordem de produção e formatação diferente do que é visto na maioria dos estudos monográficos. Como a proposta é a de elucidar a maneira que a cibercultura (a internet, as mídias digitais), se torna mais que um artefato para comunicar – no sentido de que, na rede Fora do Eixo a internet e os canais digitais são condição de formação e estruturação da rede –, não há um capítulo intitulado “análises”, tampouco, uma seção destinada exclusivamente a esse propósito. Assim, a cada capítulo trazemos a teoria relacionando-a com o objeto, ilustrando o modo como acontecem as apropriações e a partir do que essa rede de coletivos culturais se constitui. O que, de acordo com a proposta desse trabalho, já nos serve para a obtenção dos resultados da pesquisa.

Sendo assim, na primeira parte buscamos esclarecer como está formatado o trabalho, bem como, do que se trata nosso *corpus* de análise, sua organização e a partir do que ele passa a existir. Para tanto, após essa introdução, traremos o item “1.1 Como está organizado o FdE” que procura dar conta do objeto em si; depois, no item “1.2 Economia da cultura: o ponto de partida do Fora do Eixo”, traremos

questões relacionadas à esse novo setor econômico, a economia da cultura, que ajudam na compreensão do *modus operandi* do Fora do Eixo. Já no segundo capítulo trazemos nosso “percurso metodológico”, o passo-a-passo de tudo que foi feito para possibilitar a realização desta pesquisa e elucidar nossos dados, de forma que pudéssemos traçar um paralelo entre conceituação teórica e o que se vê na prática.

O terceiro capítulo aborda a “cibercultura”, o que pode ser entendido como tal e sua importância na comunicação para a sociedade atual; passando pela “inteligência coletiva”, falando de colaboratividade e compartilhamento de tecnologias de comunicação e informações dentro de um coletivo humano, ambos baseados nos conceitos de Pierre Lévy. Falamos, também, sobre os conceitos de sociedade em rede e informacionalismo, ambos com base nas teorias de Manuel Castells.

O quarto capítulo, por sua vez, traz o tema da “convergência midiática”, abordado por Henry Jenkins no livro “Cultura da convergência”, tomando-a como uma mutação cultural que ocorre no fluxo comunicacional cotidiano, bem como, os conceitos de “tecnicidades”, “processos midiáticos e mediações”, com base na conceituação de Jesús Martín-Barbero, e ainda, identidade em Martín-Barbero e Castells. Por último, nossas considerações, tratando-as aqui como provisórias, pois acreditamos que um estudo desta proporção e com estes fins não se encerra quando termina uma pesquisa, apenas dá direcionamento e base para que outras comecem. Além disso, nosso objeto está em constante mutação, assim, o que é afirmado aqui pode sofrer alterações em um estudo posterior a este.

1.1 Como está organizado o Fora do Eixo

O Fora do Eixo (FdE) é uma rede de coletivos¹ cujos atores² têm como interesse comum o setor cultural. A primeira ideia de se construir um coletivo cultural

¹ Entende-se por coletivo o conjunto de pessoas com objetivos e interesses semelhantes desenvolvendo funções, ações e trabalhos de forma colaborativa na busca do crescimento e desenvolvimento do grupo.

² Qualquer indivíduo pode ser um ator social, desde que represente algo para a sociedade onde está inserido, esse ator normalmente “encarna uma ideia, uma reivindicação, um projeto, uma promessa, uma denúncia. [...] Na terminologia do desenvolvimento local, os atores são os agentes sociais e econômicos, indivíduos e instituições, que realizam ou desempenham atividades, ou, então, mantém relações num determinado território” (INSTITUTO SOUZA CRUZ, 2013).

nasceu em 2000, quando Pablo Capilé, então estudante de comunicação em Cuiabá, e mais alguns amigos interessados na “cena musical” independente, decidiram criar um coletivo cultural para ajudar bandas a conquistar um público local. Esse coletivo foi chamado de “Cubo Mágico”, a sede era uma casa alugada em Cuiabá, capital de Mato Grosso, o intuito era produzir shows, festivais e discos. O maior problema, evidentemente, foi o financeiro, pois tinham que pagar cachês, produção dos shows e etc., isso, segundo artigo publicado na Revista Trip de autoria do jornalista Bruno Torturra (2011), sempre deixava um *défict* financeiro no caixa que era coberto com o dinheiro que viria do próximo evento e assim por diante. Essa necessidade de possuir um lastro financeiro fez com que surgisse sua própria moeda: o “Cubo Card”, que era “usado para pagar os músicos e os parceiros envolvidos, para comprar ensaios, releases, camisetas da banda e serviços prestados por gente ligada ao coletivo” (TORTURRA, 2011). Foi com essa moeda que a banda Macaco Bong³, por exemplo, gravou seu primeiro disco.

Ocorreram, no mesmo período, várias mudanças no que dizia respeito à música e à cultura, como por exemplo: a crise na indústria fonográfica que foi motivada principalmente pela queda da venda de CDs, bem como, a reconfiguração das apropriações dos consumidores de música a partir de softwares que permitiam a troca de arquivos de áudio online. Além disso, Gilberto Gil assumiu o Ministério da Cultura no governo Lula e anunciou políticas que adotavam as novas tecnologias digitais não só como inevitáveis, mas também como libertadoras⁴. Nesse sentido, “o ministério se tornou, ao abraçar softwares livres e a licença de *Creative Commons*⁵, uma trincheira segura para os partidários de uma revisão urgente das leis de direitos autorais, e da própria indústria cultural, em um mundo conectado pela internet” (TORTURRA, 2011).

E foi neste mesmo mundo conectado pela internet que, em 2005, Capilé uniu-se com mais alguns ativistas culturais de Rio Branco (AC), Uberlândia (MG) e Londrina (PR) interessados em atuar no desenvolvimento de tecnologia, produção e

³ O Macaco Bong nasceu em Cuiabá (MT) no ano de 2004 como um quarteto de rock instrumental. No ano de 2005 a banda se tornou um *power trio*, permanecendo com a proposta de rock instrumental com conteúdo musical (TRAMA VIRTUAL, 2013).

⁴ O termo “libertadoras” é aqui empregado no sentido de fazer livre de formato ou regra, gerando mais oportunidades e possibilidades para quem delas se apropria.

⁵ Licenças *Creative Commons* permitem o direito de uso de uma obra (textos, músicas, imagens, filmes e outros), para fins não comerciais, sem qualquer modificação (WIKIPEDIA, 2013).

troca de informação e circulação de produtos e bandas, fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo, para fundar, então, a rede Fora do Eixo. Em entrevista concedida a revista Trip, Capilé afirma:

[...] nossa geração não tinha uma bandeira muito clara como a dos anos 60, que lutava contra alguma coisa. Nem a crise existencial da turma dos anos 80, que estava tentando se entender. Mas a gente decidiu lutar por alguma coisa. E com a internet apareceu uma possibilidade real de se comunicar, de inventar uma carreira sem precisar passar pelos caminhos corporativos (CAPILÉ *apud* TORTURRA, 2011).

O FdE começou funcionando em Cuiabá e com pouco dinheiro. Hoje em dia, integram a rede 200 coletivos culturais que se encontram espalhados pelo país (figura 1), bem como, algumas iniciativas que podem ser encontradas em outros países da América Latina, como na vizinha Argentina, por exemplo. A rede dispõe de CNPJ's de todo tipo: ONG⁶, Oscip⁷, fundação, editora, produtora, bar, entre outras. Os Coletivos ou Pontos Fora do Eixo, como são denominados no Regimento Interno⁸ da rede, são organizações e instituições sem fins lucrativos responsáveis pela concepção dos projetos desenvolvidos pela rede e sua aplicação nas cidades, passando por várias atividades artísticas e atuando na recepção, preparo e desenvolvimento de jovens artistas e produtores.

Em setembro de 2009 durante o II Congresso Fora do Eixo, foram fundados o “Regimento Interno” e a “Carta de Princípios” da rede, na qual ficou declarado que:

O Circuito Fora do Eixo é uma rede colaborativa e descentralizada de trabalho constituída por coletivos de cultura espalhados pelo Brasil, pautados nos princípios da economia solidária, do associativismo e do cooperativismo, da divulgação, da formação e intercâmbio entre redes sociais, do respeito à diversidade, à pluralidade e às identidades culturais, do empoderamento dos sujeitos e alcance da autonomia quanto às formas de gestão e participação em processos socioculturais, do estímulo à autoralidade, à criatividade, à inovação e à renovação, da democratização

⁶ ONG: Sigla que designa “Organização não governamental”, isto é, “grupo social organizado, sem fins lucrativos, constituído formal e autonomamente, caracterizado por ações de solidariedade” (WIKIPEDIA, 2013).

⁷ Oscip: Sigla para “Organização da Sociedade Civil de Interesse Público”. Trata-se de uma qualificação dada pelo Ministério da Justiça no Brasil. A lei que regula as OSCIPs é a nº 9.790, de 23 março de 1999. Esta lei traz a possibilidade das pessoas jurídicas (grupos de pessoas ou profissionais) de direito privado e sem fins lucrativos serem qualificadas, pelo Poder Público, como tais e poderem com ele relacionar-se por meio de parceria, desde que os seus objetivos sociais e as normas estatutárias atendam os requisitos da lei (WIKIPEDIA, 2013).

⁸ O Regimento Interno é o documento que regula o funcionamento da rede, contém seu modo de organização, suas divisões e também está disponível no Portal Fora do Eixo para acesso de todos.

quanto ao desenvolvimento, uso e compartilhamento de tecnologias livres aplicadas às expressões culturais e da sustentabilidade pautada no uso de tecnologias sociais (PORTAL FORA DO EIXO, 2012).



FIGURA 1⁹ – Pontos Fora do Eixo

Fonte: Relação Oficial de Pontos Fora do Eixo 2011. Disponível em:
<http://issuu.com/foradoeixo/docs/rela_o_oficial_de_pontos_fde_2011>

⁹ A figura foi utilizada para dar a noção visual da dimensão da rede, embora não apresente o mapeamento atual, pois foi elaborada com dados do levantamento feito em 2011. Segundo um dos gestores da rede com o qual fiz contato, o último levantamento (2012) terá seus dados tabulados e compartilhados entre o final de maio e início de junho nas mídias oficiais do FdE.

No início de 2011 alugaram uma casa em São Paulo, onde passou a funcionar a primeira Casa Fora do Eixo com o objetivo de constituir espaços coletivos permanentes em pontos estratégicos sob o ponto de vista da rede. Comemorando oito anos em abril de 2013, o FdE vem ganhando força e proporção. Num primeiro momento, essa rede, que era centrada na cultura, especificamente na música, desenvolveu políticas de descentralização de acesso à produção e ao produto, estabelecendo novos ambientes para apresentações, distribuição de discos, turnês, festivais e outras ações. Visualizando que essas plataformas poderiam funcionar para além da música,

desde 2010 foram feitos investimentos principalmente na realização de ações baseadas nas artes integradas e em 2011, outras linguagens artísticas se desenvolveram na rede como “Frentes Temáticas”, tais como o teatro (Palco FdE), literatura (FEL - Fora do Eixo Letras), audiovisual (Clube de Cinema FdE), software livre (FESL), socioambiental (Nós Ambiente), artes visuais (Poéticas Visuais) e esporte (Esporte FdE) (MARIA, 2012).

Desenvolvendo-se como movimento social paralelamente à construção de um mercado independente, o FdE instituiu simulacros¹⁰ que representam:

Instâncias que até então estiveram somente na mão de uma minoria de favorecidos e, dessa forma, o Fora do Eixo entra na disputa de sociedade, com propostas claras de reorganização social, transversando a cultura com a política, a economia e a educação, a partir de instâncias próprias, geridas coletivamente e em rede, permitindo que seus participantes possam protagonizar processos em detrimento do senso comum vigente da sociedade passiva e vitimada por seus controladores (MAGALHÃES, 2012).

Esses simulacros são: o Partido da Fora do Eixo, o Banco Fora do Eixo, a Universidade Livre Fora do Eixo e a Mídia Fora do Eixo, também chamados pela Rede de “Frentes Mediadoras” de política, de administração de recursos, de formação e de comunicação, respectivamente.

Assim, o Fora do Eixo se estabelece como uma rede de coletivos baseada nos princípios de economia da cultura e no trabalho colaborativo que passou a funcionar ativamente, não apenas no fomento, mas também no estímulo à formação de seus agentes culturais.

¹⁰ Existem várias teorias e significações para o termo simulacro. Nesse trabalho usaremos o termo aproximando-o do significado que possui para o Fora do Eixo: simulacro é fazer o uso de um modelo já existente de uma instituição – no caso, banco, partido, universidade –, transformando-o em um modelo de organização e gestão coletiva.

1.2 Economia da cultura: o ponto de partida do Fora do Eixo

Começamos por esclarecer dois conceitos empregados no título deste subcapítulo. O termo cultura possui inúmeras definições, porém, abordaremos aqui o que se relaciona com nosso estudo, tendo por base o que nos apresenta Ana Carla Fonseca Reis (2007). Assim sendo, *cultura* enquanto geral, diz respeito às variadas maneiras de reproduções simbólicas culturais, expressas por meio de produtos, serviços e manifestações das mais diversas culturas. Por economia entende-se a atividade humana cuja função é a análise das decisões de produção, distribuição, troca e consumo de bens e serviços, visando cumprir os objetivos estabelecidos por cada área aonde venha ser empregada.

Economia da cultura, por sua vez, refere-se à utilização das metodologias e lógicas econômicas no setor cultural. Nas palavras de Reis (2007, p. 07):

a economia analisa as relações entre oferta, distribuição e demanda culturais, identifica as falhas de mercado que fazem com que nem todos tenham acesso a produção cultural, mapeia as restrições individuais, sinaliza caminhos possíveis para o desenvolvimento sustentável e sugere ações a serem tomadas para que distorções sejam corrigidas.

Assim sendo, a economia da cultura é uma esfera estratégica e dinâmica, tanto pelo ponto de vista social, quanto pelo ponto de vista econômico. As atividades culturais possuem a capacidade de incluir socialmente os indivíduos, em especial as minorias e os jovens, pois na medida em que descentralizam, levam a cultura às camadas periféricas da sociedade. Além disso, suas demandas geram trabalho, emprego e produzem renda. Pode-se dizer então que os produtos culturais possuem valor tangível [econômico] e valor intangível [simbólico]. Na definição que se encontra no portal do Ministério da Cultura [MinC],

a Economia da Cultura, ao lado da Economia do Conhecimento (ou da Informação), integra o que se convencionou chamar de Economia Nova, dado que seu modo de produção e de circulação de bens e serviços é altamente impactado pelas novas tecnologias, é baseado em criação e não se amolda aos paradigmas da economia industrial clássica. O modelo da Economia da Cultura tende a ter a inovação e a adaptação às mudanças como aspectos a considerar em primeiro plano. Nesses setores a capacidade criativa tem mais peso que o porte do capital (PORTA, 2013).

A visão econômica sobre a cultura não é recente, porém os aspectos supracitados não eram considerados e apreendidos na chamada “indústria cultural”.

Ela orientou a produção para o consumo, foi responsável por adaptar os artefatos e atividades culturais às massas, de modo que eles assumissem padrões comerciais que, por sua vez, possibilitassem sua reprodução com facilidade, nesse contexto, os consumidores eram considerados objetos, partindo-se da máxima que consumiam o que lhes era apresentado sem contestar. A indústria cultural organizou as produções culturais e artísticas como relações capitalistas, uma vez que “sua matéria-prima, a cultura, não é mais vista como instrumento da livre expressão e do conhecimento, mas como produto permutável por dinheiro e consumível como qualquer outro produto” (TEIXEIRA COELHO *apud* REIS, 2007, p. 274).

Por outro lado, foi essa mesma indústria cultural que abriu espaço à segmentação do mercado, à fabricação de produtos personalizados, levando em consideração os diferentes públicos e suas necessidades. Assim, no lugar de “a massa”, homogênea e sem opinião, hoje temos “as massas”, separadas por classe, crença, escolaridade e por suas características intrínsecas, seus gostos particulares e seus desejos pessoais, evidenciando o cenário heterogêneo em que vivemos. Portanto, não cabe a nós julgarmos como boas ou más as indústrias culturais, pois,

representam em igual medida as oportunidades que a circulação de informação, a liberdade de escolhas e a capacidade de reflexão proporcionam ao desenvolvimento individual e social – e os riscos de negligenciar facetas da identidade cultural, tolher a criatividade e de extirpar o que não se enquadra nos moldes impostos (REIS, 2007, p. 275).

Conquanto, é preciso ter os devidos cuidados para que as indústrias culturais não sejam uma ferramenta de manipulação, mas colaborem para o desenvolvimento social e econômico. Nessa conjuntura, desenvolve-se a economia criativa, pensada a partir das indústrias criativas. O primeiro país a adotar a medida foi o Reino Unido, onde indústrias criativas foram definidas como:

aquelas que têm sua origem na criatividade, na habilidade e talento individuais e que têm potencial para a criação de renda e empregos por meio da geração da PI [Propriedade Intelectual]. Isso inclui propaganda, arquitetura, mercados de arte e antiguidades, artesanato, *design*, moda, filme e vídeo, *software* de lazer, artes performáticas, edição, jogos de computador, televisão e rádio (DCMS *apud* REIS, 2007, p. 283).

A indústria criativa surgiu num período de crise britânica como alternativa à sua recuperação econômica. A Revolução Industrial impulsionou o Reino Unido que se tornou o primeiro país industrializado do mundo e, durante anos, foi a principal

potência mundial no que se refere à economia, porém, a Segunda Guerra abalou o país. Surgiu então a necessidade de gerar estratégias para se recuperar da crise, com vistas à criação de empregos e geração de renda. De acordo com Reis (2007), a medida baseada nas indústrias criativas, foi adotada após um mapeamento que vislumbrou a capacidade criativa do Império Britânico como alternativa a sua ascensão pós-guerra.

A estratégia e a responsabilidade com que foi conduzida (objetivos claros, transparência, pastas governamentais unidas, visão de longo prazo, coerência entre discurso e prática e parceria com o setor privado) renderam bons frutos. Segundo os dados mais recentes disponíveis, as indústrias criativas foram responsáveis por 8,2% do PIB em 2001, tendo crescido em média 8% ao ano, entre 1997 e 2001. Suas exportações contribuíram com US\$ 18,4 bilhões para a balança comercial de 2002 (ou 4,2% do total de produtos e serviços exportados), tendo crescido uma média de 12% ao ano, no período de 1997-2002 (contra 3% dos totais de bens e serviços). O fantasma do desemprego também foi exorcizado em 2003, quando o setor respondeu por 1,9 milhão de postos (1,1 milhão nas indústrias criativas e 0,8 milhão relacionado a elas), tendo apresentado um crescimento médio de 3% ao ano, nos seis anos anteriores (perante 1% da economia) (REIS, 2007, p. 284).

Perante esses dados, outros países acentuaram seus interesses para a indústria criativa, alguns adotaram a definição do Reino Unido, tal qual foi proposta, outros cunharam suas próprias definições, levando em conta suas particularidades.

Cabe ressaltar que seria impróprio que países com situações sociais, culturais e econômicas distintas partilhassem dessa mesma definição, como é o caso de países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil. Nesses casos, não basta apenas salientar o incremento econômico no PIB nacional que representam as indústrias criativas, pois esses países buscam mais que crescer economicamente, procuram o desenvolvimento sustentável. Assim, torna-se necessário encontrar – além de uma definição apropriada à realidade – uma maneira de introduzir essa nova política para atender as necessidades desses países e exaltar suas qualidades, seus talentos e sua capacidade criativa. Para tanto “é importante expandir o conceito de indústrias criativas, setorial e limitado, essencialmente focado em produção, para o de economia criativa, abrangendo todo o fluxo de produção e acesso de produtos, serviços e capacitação criativa” (REIS, 2007, p. 293). Considera-se agora não apenas o equilíbrio entre o simbólico e o econômico, mas outras características como geração de riqueza [material e intelectual] e empregos, oferta, fomento, e distribuição, transformando o potencial criativo, associado ao uso das tecnologias de

comunicação e informação, em estratégia de desenvolvimento socioeconômico sustentável.

No Brasil temos o Ministério da Cultura (Minc) que foi fundado em 1985, pelo Decreto 91.144 de 15 de março daquele ano. Através do decreto 7.743, de 1º de junho de 2012, criou a Secretaria da Economia Criativa que tem por missão:

conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é tornar a cultura um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013).

A diversidade cultural do nosso país, bem como, a aptidão criativa dos brasileiros e sua capacidade de adaptação e absorção de novas tecnologias, faz com que a economia da cultura seja bem aceita, aplicada ao desenvolvimento. Ainda que boa parte dos artistas e gestores que trabalham com arte esteja na informalidade, – o que dificulta um mapeamento dos dados – o MinC, em parceria com o IBGE, elaborou uma pesquisa que apurou alguns dados que corroboram para afirmar o Brasil como um país que tem o setor cultural na base de seu desenvolvimento:

Atuam no país 320 mil empresas voltadas à produção cultural, que geram 1,6 milhão de empregos formais. Ou seja, as empresas da cultura representam 5,7% do total de empresas no país e são responsáveis por 4% dos postos de trabalho. O salário médio mensal pago pelo setor da cultura é de 5,1 salários mínimos, equivalente à média da indústria, e 47% superior à média nacional (PORTA, 2013).

Outro estudo do MinC-IBGE abordado por Porta (2013), a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic 2006), levantou dados referentes à presença da cultura nas 5.564 cidades brasileiras. Esses sugerem que ainda é restrito o investimento público municipal em cultura, não ultrapassando 0,9% do orçamento total das prefeituras, afirma ainda que Recife é uma das poucas cidades que possui um índice mais elevado, chegando próximo a 2% - percentual que seria o recomendado pela Unesco. O estudo aponta ainda dados relativos a equipamentos e ações culturais.

A presença de lojas de discos e DVD's cresceu 74% em sete anos; o número de salas de cinema cresceu 20%, apesar delas estarem presentes em apenas 8,7% das cidades; já as vídeo locadoras estão em 82% das

idades brasileiras. O número de salas de espetáculo cresceu 55%; o de museus 41% e o de bibliotecas 17%. As rádios comunitárias estão em 49% dos municípios, superando as FM's (em 34%) e as AM's (em 21%); e a TV está em 95,2% dos municípios.

A atividade cultural mais presente nos municípios é o artesanato (64,3%), seguida pela dança (56%), bandas (53%) e a capoeira (49%), esta última além da expressiva presença no país é, ao lado da música, um dos segmentos que maior interesse despertam no exterior. Os festivais apresentam-se como a mais dinâmica forma de difusão cultural no país: 49% das cidades contam com festival de cultura popular, 39% com festival de música, 36% com festival de dança, 26% com festival de teatro e 10% com festival de cinema (PORTA, 2013).

Embora todos esses números sejam de extrema importância, ainda há uma falha muito significativa por parte do Estado, os mecanismos de fomento não são adequados. É necessário mais que leis de incentivo fiscal, precisamos de uma legislação que leve em conta a capacitação e auxílio a produtores culturais, financiamento e criação de parcerias e que, acima de tudo, considere as habilidades humanas e o uso das tecnologias, da internet e da cibercultura como seu motor. Porém, não se pode esperar só do Governo, tampouco, deixar tudo nas mãos do Estado, pelo contrário, a sociedade civil além de exigir tem que fazer sua parte e é exatamente por esse caminho que se forma e vem se fortalecendo a rede Fora do Eixo.

Ancorados na ideia de uma sociedade pós-rancor, o FdE institui simulacros para dar conta de carências encontradas na sociedade atual de forma propositiva e não rancorosa. Deste modo, ao pensar que o modelo de universidade atual não é o desejado ou o mais apropriado, cria-se uma nova universidade, se os partidos não atendem as necessidades comunitárias, cria-se um novo partido, e cria-se o que mais for necessário, inclusive uma moeda alternativa de circulação interna que fortalece o fomento à cultura. Para ilustrar o que estamos afirmando, salientamos os valores e os pilares do FdE:

São valores [da Rede Fora do Eixo], a substituição da noção de interesse pela de valores no cotidiano do trabalho dos artistas, produtores e bandas, a substituição do foco nos produtos pelo foco nos processos, a substituição da racionalidade instrumental pela racionalidade comunicativa (dialógica) nas relações de trabalho e produção artístico-cultural e substituição dos valores de individualismo pelos valores de associativismo/cooperativismo. Constituem-se em pilares e eixos de atuação [da Rede] o conjunto de estratégias de sustentabilidade, de circulação, de comunicação e de emprego de tecnologias (CARTA DE PRINCÍPIOS, 2012).

Não se trata de transgredir a ponto de passar por cima do governo, ou das leis, ou ser algo extremamente a parte, ou superior, mas de ser um mercado

alternativo à produção cultural, valendo-se do existente e transformando-o de acordo com as carências, usá-lo a favor das necessidades de uma coletividade cooperativa e heterogênea da sociedade. Como mencionado na introdução deste trabalho, o FdE surgiu de uma necessidade de fazer circular bandas independentes, logo, existia uma oferta [bandas independentes] e uma articulação de distribuição [festivais independentes e mídias alternativas], precisavam, então, gerar demanda [público para consumir o trabalho das bandas] e, principalmente, financiamento [investimento público e privado]. Para isso uniram capital social e intelectual na formação de coletivos inteligentes, criaram CNPJ's, buscaram opções de investimento como uma moeda alternativa e logo expandiram suas tecnologias para além da música, à cultura como um todo.

Por fim, trazemos uma definição ampla de economia criativa e indústrias criativas para países em desenvolvimento, proposta por Reis (2007), com base em um longo estudo:

A economia criativa envolve governo, setor privado e sociedade civil em um programa de desenvolvimento sustentável que utiliza a criatividade para se inspirar nos valores culturais intangíveis de um povo, gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços de valor simultaneamente simbólico e econômico. [...] As indústrias criativas são setores capazes de produzir simultaneamente valor econômico e simbólico, tendo por base a criatividade, a identidade (ou as identidades) e a memória, e de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico sustentável (REIS, 2007, p. 311).

Salienta-se (REIS, 2007) que as atividades e produtos culturais podem gerar direito de Propriedade Intelectual, porém, esse não deve ser o critério básico para definir as indústrias criativas. Deve-se considerar, portanto, três elementos: direitos de PI cujo mérito é reconhecido pelo órgão regulador; os que ainda necessitam de reconhecimento; e os que não geram PI, mas que são fundamentais no desenvolvimento a partir de sua ação complementar na economia. Já que estamos falando em Propriedade Intelectual, traremos abaixo uma pequena explicação do que é PI, apenas para ilustrar sua relação com a economia da cultura e com o que diz respeito a financiamento.

1.2.1 Propriedade Intelectual

Toda e qualquer produção registrada está sob proteção da Propriedade Intelectual, um direito concedido pelo Estado, para isso existe a Organização

Mundial de Propriedade Intelectual [OMPI] responsável por promover o uso e a proteção da PI. Há uma categorização feita pela organização que divide esse monopólio em duas categorias amplas: propriedade industrial [patentes de invenção, modelo de utilidade, desenho industrial, marcas de fábrica ou de comércio, etc] e direitos autorais [obras intelectuais - literárias, artísticas ou científicas]. Conforme Reis (2007, p.190), “para fins da economia da cultura, o foco recai sobre os direitos autorais. Diferentemente das patentes, os direitos autorais, referem-se à proteção de criações de natureza estética, expressas em um suporte físico ou digital”.

Como já foi dito anteriormente, não se pode dar o mesmo tratamento a países desenvolvidos e aos que estão em desenvolvimento, e é essa uma das principais críticas aos direitos de PI desde seus primórdios. Por ser engessada e findada, a propriedade intelectual possui os mesmos tratamentos e regras para as nações favorecidas e as menos favorecidas, direitos autorais de *softwares*, por exemplo, possuem o mesmo custo para países desenvolvidos ou em desenvolvimento, o que leva à busca e utilização de programas ilegais. Além disso, discute-se também se as regras estabelecidas mundialmente favorecem ou desfavorecem os autores e a criação. Há os favoráveis afirmando que o direito autoral “possibilita a comercialização das atividades culturais; promovem um sistema de incentivos econômicos e não econômicos, [...] proveem uma estrutura legal para a expressão do papel das artes e dos artistas na sociedade” (REIS, p. 195). Por outro lado, há os que criticam dizendo que “ao invés de estimular a criação intelectual, o direito de autor passa a ser um instrumento de restrição à circulação de informações, limitando o dinamismo da produção intelectual”. Limita o autor à divulgar sua obra, e pode tornar inviável o acesso do público à sua criação, que não deixa de ser uma limitação do acesso a informação e, por conseguinte, ao conhecimento.

O advento da internet tem colocado em cheque a questão do progresso econômico através da PI, “o uso da internet e de *softwares* livres deu algumas provas de que a falta de direitos autorais e patentes, ao invés de impedir o progresso comercial, pode promovê-lo” (HOWKINS *apud* REIS, 2007, p. 196). Esse debate acerca da Propriedade Intelectual nos dias atuais é tão intenso que poderia ser abordado em um estudo exclusivo, porém, o que queremos deixar claro aqui é que FdE trata de forma diferente esse assunto, buscando a utilização de *softwares* livres, dos códigos abertos e incentivando a cultura livre, bem como, procurando disponibilizar e disseminar suas tecnologias sem custo para outros usuários. Na

visão da rede, isso colabora para a expansão da cultura como um todo, colaborando, inclusive, no que se refere ao financiamento que será tratado no tópico seguinte.

1.2.2 Financiamento para cultura

Uma das dificuldades para quem trabalha com cultura é a questão financeira, pois, como qualquer outro produto ou serviço, existe uma necessidade de investimento de capital para que atividades culturais sejam promovidas, produtos sejam confeccionados e serviços culturais sejam oferecidos ao público. Porém, como no setor cultural a matéria prima acaba sendo subjetiva, alguns investidores ficam inseguros em colocar dinheiro ou vincular sua marca ao setor cultural. Claro que existem duas vertentes, a da indústria cultural, que produz para as massas, o que garante certo grau na certeza de comercialização; e a da economia criativa, essa sim, por trabalhar com algo difícil de mensurar, intangível como a criatividade, em que a maioria de seus produtores está na informalidade – dificultando assim um levantamento de dados que poderia servir de argumento na busca de parceiros –, encontra muita dificuldade de financiamento, principalmente, por parte do setor privado.

Nesse ponto, o papel do governo em fomentar a cultura é essencial, não no sentido de promover – isso deve ser papel de gestores e produtores culturais –, mas no sentido de incentivar o financiamento. Como afirma Reis (2007, p. 314) “complementarmente à sensibilização do setor financeiro, o governo deve agir de modo integrado com as demais esferas da sociedade”, especialmente quando é notável a responsabilidade da economia criativa no desenvolvimento socioeconômico sustentável da nação.

Existem várias possibilidades de financiamento, desde as leis de incentivo e os fundos de apoio à cultura, com suas burocracias; os empréstimos financeiros, que possuem o agravante dos juros altíssimos e desestimulantes; até as formas alternativas, onde podemos citar as moedas sociais. De acordo com Reis (2007, p. 323) “a moeda social substitui a moeda oficial, possibilitando um sistema de trocas de produtos e serviços dentro de uma comunidade ou rede de empresas e instituições”, tais trocas podem ser realizadas sem a burocracia e as taxas de juros dos financiamentos convencionais. O FdE implementou essas moedas logo no início

como forma alternativa de investimento e captação de parceiros. O FdE Card é a moeda complementar que sistematiza as trocas de conhecimentos, tecnologias, serviços e produtos dentro do Fora do Eixo, as moedas variam de nome e formato dependendo do coletivo a que pertençam, porém todas possuem o mesmo valor - FdE\$ 1,00 equivale a R\$ 1,00 – e são aceitas em toda a rede. Sua circulação beneficia a redistribuição dos recursos na esfera da própria comunidade.

Para corroborar com o que apresentamos anteriormente, trazemos uma parte dos dados do circuito que montaram em 2011¹¹, no que se refere aos investimentos “85% de tudo que o FdE investiu no ano foi em FdE Cards, totalizando FdE\$ 75.400.000,00, que somados aos R\$13.000.000,00 investidos, nos fez chegar ao número de 88.400.000,00 de investimento na cultura brasileira”. (CONGRESSO FORA DO EIXO, 2011). É possível verificar nesses dados a importância de um modo de financiamento alternativo, pois colabora para a autonomia e sustentabilidade das ações de um grupo, possibilitando o trabalho menos burocrático e delimitado.

Este item encerra a primeira parte do estudo, ela serviu como forma de apresentar as propostas, nosso objeto e campo de análise da pesquisa. O próximo capítulo tratará do caminho que percorremos para chegarmos ao objeto, campo, teorias e formato do estudo em questão.

¹¹ O ano de 2011 é o levantamento mais recente dos dados de investimentos do Fora do Eixo, 2012 ainda está em fase de sistematização.

2 Percurso metodológico

No desenvolvimento desta pesquisa, cujo objeto é o Fora do Eixo, no que se refere à coleta de dados, por termos um campo híbrido, ou seja, online e off-line, [pois a rede Fora do Eixo opera nos dois âmbitos] optamos por cruzar alguns métodos como *netnografia* e *etnografia*, com uso de “observação participante” e “não participante”. Além disso, utilizamos “pesquisa exploratória”, “pesquisa da pesquisa”, “pesquisa documental, bibliográfica e teórica”. Assim, em um primeiro momento, a pesquisa seguiu pelo viés descritivo procurando considerar, analisar, descrever e classificar os materiais coletados. Em um segundo momento, buscou elucidar os dados obtidos através dos materiais, por meio de procedimento explicativo. Traremos nos próximos itens a descrição de todos os passos metodológicos desenvolvidos nessa pesquisa. Para isso, faremos o relato em primeira pessoa do singular quando se tratar de experiências pessoais como a aproximação individual do campo e *corpus* de análise, imersões e contatos com o objeto.

2.1 Pesquisa exploratória

A aproximação com o *corpus* e o campo a ser pesquisado é denominada pesquisa exploratória. A partir dela, busca-se descobrir particularidades, compreender e encontrar caminhos possíveis e informações necessárias à escolha do objeto e formulação de problemas e hipóteses. Por conseguinte,

as pistas relativas ao(s) fenômeno(s) geradas através dela facilitam a construção e a concretização dos problemas/objetos investigados; permitem trabalhar na elaboração de configurações teóricas sensíveis aos objetos concretos da realidade comunicacional e suscitam o aprofundamento de dimensões que se revelam importantes na sua configuração. A pesquisa exploratória também oportuniza experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos. Auxilia, ainda, na construção das amostras e, ou *corpus* a serem focalizados na investigação sistemática (BONIN, 2011 p. 15)

Nesse sentido, relatarei aqui o caminho percorrido para chegar até o objeto de estudo e sua problematização.

O passo inicial do estudo deu-se com um projeto de pesquisa no qual a proposta era analisar o comportamento do consumidor através do uso de redes

sociais digitais e sua relação com as marcas, bem como, o gerenciamento de crises por parte das marcas, tendo como objeto o case “Coleção Pelemania¹²” da Arezzo¹³ que gerou polêmica e manifestações no Twitter em meados do mês de abril de 2011. Esse projeto foi apresentado à pré-banca do curso de Publicidade e Propaganda no primeiro semestre de 2011 e seria convertido em pesquisa no segundo semestre do mesmo ano. Porém, devido a minha inserção no “PampaStock: por uma Sociologia do rock”, – projeto de extensão da universidade que consistia em um festival de rock organizado por alunos, professores e técnicos administrativos – resolvi adiar um semestre para a aplicação da pesquisa e, conseqüentemente, para a conclusão do curso. Assim, em conversa com meu orientador, chegamos à decisão de que mudaríamos o objeto, pois, como se tratava de um caso que ocorreu em um período específico, após a passagem de um semestre inteiro o assunto/case estaria obsoleto, o que inviabilizaria seguir com a mesma proposta.

O semestre 2011/2 e o início do 2012/1 serviram então para que buscássemos a reformulação do projeto de pesquisa, assim sendo, mantivemos o foco na Cibercultura e Comunicação Digital. Já no que diz respeito ao objeto, chegamos nele por meio do Projeto de Extensão citado acima, pois, para viabilizar a realização do mesmo fiz, juntamente com os demais organizadores, alguns contatos com pessoas desse meio (produtores culturais, músicos, incentivadores, etc.), participei de reuniões e programas relacionados a movimentos independentes e conheci a rede Fora do Eixo por meio de alguns integrantes que também participavam desses eventos. A partir daí, fiz aproximações com o FdE, pude observar sua relação com o viés teórico pelo qual tinha interesse e decidi propô-lo como objeto de estudo para o meu TCC.

Para acompanhar os movimentos realizados pelo objeto comecei a seguir alguns dos principais perfis ligados a ele no Twitter e também no Facebook. Por

¹² A coleção usava, assumidamente, pele de animais (como raposas e coelhos) na confecção e, ao ser lançada no Twitter, dentro de algumas horas gerou manifestações negativas por parte de clientes, não clientes e consumidores potenciais da marca.

¹³ Fundada em 1972, pelos irmãos empreendedores Anderson e Jefferson Birman, a Arezzo possui mais de 300 lojas distribuídas em 160 municípios e presentes em todos os estados brasileiros. O Grupo acumulou R\$ 807 milhões de receita líquida; mais de nove milhões de produtos vendidos – entre sapatos, bolsas e acessórios – e mais de 1 milhão de clientes cadastrados segundo dados dos últimos doze meses. Em solo internacional, a Arezzo contabiliza atualmente oito lojas nos seguintes países: Bolívia, Paraguai, Portugal e Venezuela, além de diversos outros países através do canal multimarca (AREZZO, 2013).

consequente, descobri que teria o “Encontro dos Pontos de Articulação Nacional” (PAN) – reunião de articuladores da rede Fora do Eixo que se propõe a mediar diversas atividades para o desenvolvimento da rede – que ocorreu em Porto Alegre, como atividade autogestionada dentro da programação do “Fórum Social Temático”, de 24 a 29 de janeiro de 2012, na Casa de Cultura Mario Quintana (CCMQ). Assim, como já tinha compromissos com a organização do PampaStock na capital, entrei em contato com os gestores do Fora do Eixo de lá na tentativa de realizar uma aproximação empírica, participando dessa reunião. Obtive resposta positiva. Então, a primeira atividade que participei foi no dia 26, uma reunião do “Partido da Cultura” (PCult), no espaço do Encontro PAN (figura 2), atividade que começou às 15h e logo foi interrompida, pois Pablo Capilé participaria dos “Diálogos Globais” às 16h no vão central da Casa de Cultura.



FIGURA 2 – Encontro PAN: Reunião PCult

Fomos até o térreo da CCMQ para acompanhar o debate sob o título: “Ferramentas sociais para ativismo e militância política”, que abordaria “As mídias digitais e as novas ferramentas de participação popular na construção do ativismo político”. Debatendo questões como o sigilo das informações em redes – Facebook

e Twitter. Falando também sobre a perspectiva de construção de ferramentas livres das corporações e com garantia de privacidade. Além de Pablo Capilé, participaram do diálogo os debatedores: Javier Toret [Articulador do movimento 15M em Barcelona], Sérgio Amadeu da Silveira [Sociólogo], Bernardo Gutiérrez [Jornalista espanhol] e Vicente Jurado [do Our.Project.org] e o mediador Marcelo Branco [organizador do evento] (figura 3). Suas falas fizeram referência à construção de ferramentas livres das corporações, salientando o crescimento dos hackers e usuários da internet, que constituíram protestos colaborativos, como, por exemplo, o “15m” na Europa, o “*Occupy Wall Street*” em Nova York, entre outros. Assim, defenderam a adesão aos novos formatos de mobilização criados pelos chamados “hackeativistas”, que não enxergam que “hackear” seja um crime, mas sim, um meio de manifestação social, o poder de transformação.

Neste contexto, Pablo Capilé (figura 4), que é adepto da cultura livre, software livre, dos códigos abertos, incentivou e disse ser favorável ao “hackeamento” de sites de grandes empresas e até do governo. Falou ainda em um novo modelo de sociedade “pós-rancor” em que, “ao pensar que o modelo de universidade atual não serve, deve-se criar uma nova universidade. Se os partidos não servem, cria-se um novo partido. Se os bancos não servem, cria-se um banco”. Essa é a lógica do Fora do Eixo, criar simulacros para dar conta de carências encontradas na sociedade atual de forma propositiva e não rancorosa.



FIGURA 3 – Debatedores Diálogos Culturais



FIGURA 4 – Pablo Capilé

Esse foi o único dia que consegui acompanhar alguma atividade do FdE no Fórum Social Temático. Apesar das tentativas de aproximação, a questão da não-grade [modo de trabalho adotado pelo FdE] e a variação nos horários dessas atividades, dificultaram meu acesso a eles durante o FST. Porém, esse contato

empírico já serviu para se pensar nas teorias que poderiam se relacionar com o *corpus* e buscar o que havia sido pesquisado com relação a elas e o objeto em si. Dessa forma, estabeleci o seguinte tema: “Cibercultura e Inteligência Coletiva na formação de coletivos culturais” e parti para a fase de pesquisa da pesquisa.

2.2 Pesquisa da Pesquisa

Essa etapa é, basicamente, o processo de buscar em repositórios como revistas científicas, Scielo, Intercom, entre outros, pesquisas realizadas na mesma área, sobre o mesmo tema ou objeto de estudo com a finalidade de dar continuidade a uma pesquisa, abordar por outro viés, determinado tema/objeto e ainda usar para embasamento os estudos anteriores. De acordo com Jiani Bonin (2011 p. 11) esse processo metodológico exige “desde ações mais operativas de levantamento das pesquisas até o trabalho alentado de reflexão e desconstrução, que permita ao pesquisador empreender apropriações, reformulações e alargamentos destas propostas”.

Deste modo, elenquei como palavras-chave: Cibercultura, Inteligência Coletiva, produção cultural, música independente e Fora do Eixo; tendo como repositórios de busca: Intercom (eventos nacionais de 2010 e 2011), Scielo e o Google Acadêmico. Após as buscas, encontrei pesquisas relacionadas às palavras-chave e aos conceitos que seriam empregados no trabalho, porém, não obtive nenhum estudo que se relacionasse ao tema em si. Assim, após esta etapa, foquei no aprofundamento das teorias e conceitos que relacionaria com o Fora do Eixo na pesquisa aqui apresentada.

2.3 Embasamento teórico

Para desenvolver este estudo, uma pesquisa teórica foi realizada, objetivando a construção de um embasamento mais aprofundado acerca dos temas abordados neste trabalho. O embasamento teórico divide-se em duas partes básicas, sendo elas: pesquisa documental e pesquisa bibliográfica. Conforme Marconi e Lakatos (1992, p. 43), “os documentos são aqueles de primeira mão, provenientes dos próprios órgãos que realizam as observações”, ou seja, documentos oficiais derivados do *corpus* de análise. No caso desta pesquisa, os documentos que

serviram de embasamento foram a “Carta de Princípios” e o “Regimento Interno” do Fora do Eixo, além de editais publicados no “Diário Oficial Fora do Eixo” e documentos publicados no “Google Docs” que serviram para coletar dados e informações.

A pesquisa bibliográfica é a realizada a partir de livros, revistas, artigos, periódicos e demais publicações escritas, “sua finalidade é colocar o pesquisador em contato com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto” (MARCONI e LAKATOS, 1992, p. 44), em que se faz uma leitura planejada e atenta, seguida de fichamentos e anotações que servirão para fundamentar a pesquisa. Para este estudo buscamos teorias relacionadas ao objeto de análise, procurando assim, entender como funcionam as mídias potencializadas pela internet e possibilitadas pelas tecnologias do ciberespaço e aprofundar os conhecimentos sobre termos como cibercultura, ciberespaço e adjacências, e ainda, para se compreender como são formadas redes, coletivos e inteligências coletivas.

Começamos por estudar os conceitos de Ciberespaço e Cibercultura cunhados por Pierre Lévy e abordados no livro “Cibercultura” (1999), a partir da leitura dessa obra, observamos que Lévy trazia outro conceito que nos interessava: a Inteligência Coletiva. Esse conceito tratava exatamente do modo de estruturação da rede Fora do Eixo, então buscamos embasamento na obra “Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço” (2011). No mesmo sentido, utilizamos a teoria de Sociedade em Rede com base na obra “A Sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura” (2006), de Manuel Castells, que aborda um conceito de sociedade parecido com o de Lévy, no qual as transformações tecnológicas, principalmente no que diz respeito à comunicação, modificaram a sociedade, porém, sua abordagem é baseada em estudos de casos.

Devido ao fato de o objeto se tratar de um movimento ligado à cultura, principalmente independente e colaborativa, sentimos a necessidade de trazer para o trabalho o conceito de Economia da Cultura, com base na obra de Ana Carla Fonseca Reis, intitulada “Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura” (2007). Além do conceito de Convergência trabalhado por Henry Jenkins no livro “Cultura da convergência” (2011) e também, os conceitos de Identidade de Manuel Castells em seu segundo livro da trilogia “A Sociedade em Rede” intitulado “O Poder da Identidade” (1999), bem como, Tecnicidade, Identidades e Alteridades, que são utilizados por Jesús Martín-Barbero no capítulo

“Técnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século” do livro “Sociedade Mídiaizada” (2006) organizado por Dênis Moraes, além de Processos midiáticos e mediações, também conceitos de Martín-Barbero.

2.4 Etnografia

Optou-se pela etnografia como um dos métodos da coleta de dados por proporcionar a experimentação do modo de vida de um coletivo Fora do Eixo. Através da experiência foi possível entender sua dinâmica e descrever *como* funciona e *o que é* essa rede, uma vez que,

[...] etnografia significa literalmente a descrição de um povo. É importante entender que a etnografia lida com gente no sentido coletivo da palavra, e não com indivíduos. Assim sendo, é uma maneira de estudar pessoas em grupos organizados, duradouros, que podem ser chamados de comunidades ou sociedades. O modo de vida peculiar que caracteriza um grupo é entendido como a sua cultura. Estudar a cultura envolve um exame dos comportamentos, costumes e crenças aprendidos e compartilhados do grupo (ANGROSINO, 2009, p.16)

Nesse sentido, fiz aproximações com os atores da rede FdE, acompanhei algumas atividades através de *observação participante*, que “consiste na participação real do pesquisador com a comunidade ou grupo. Ele se incorpora ao grupo, confunde-se com ele. Fica tão próximo quanto um membro do grupo que está estudando e participa das atividades normais deste” (MARCONI e LAKATOS, 2003, p. 94), ou seja, o pesquisador faz a coleta dos dados convivendo com o objeto, observando-o em seu interior, interagindo e fazendo trocas diretamente com os membros. Também utilizei nesta etapa a *observação não participante*, onde “o pesquisador toma contato com a comunidade, grupo ou realidade estudada, mas sem integrar-se a ela: permanece de fora. Presencia o fato, mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações; faz mais o papel de espectador” (MARCONI e LAKATOS, 2003, p. 94), observando tudo, anotando e fotografando para assim obter informações necessárias à pesquisa. Trago então, nos itens 2.4.1 e 2.4.2, a descrição dos contatos.

2.4.1 Visita Casa FdE Porto Alegre

Aproveitando mais uma viagem a Porto Alegre, no início de março de 2012, entrei em contato com o Atilio Alencar [Casa Fora do Eixo POA] para saber da possibilidade de fazer uma imersão na CAFE e aprofundar os conhecimentos sobre a rede. Como era semana do Grito Rock¹⁴ na capital, ele me disse que talvez ficasse difícil de conseguir, tendo em vista que todos estariam envolvidos na organização do Festival. Fiz contato com a Tatiana Oliveira [Universidade Livre FdE, CAFE Porto Alegre], ela disse que poderia me receber para uma visita na Casa. No dia e hora marcados fui até o local onde está instalada a Casa, rua José do Patrocínio, 34, apto 111, fui recebida pela Claudia Schulz [Partido FdE, CAFE Porto Alegre] e o Leolo – o cão FdE da Casa. Logo na entrada (figura 5) já havia algo curioso: murais coloridos e uma espécie de lista telefônica feita de *post-its*.



FIGURA 5 – Hall de entrada Casa FdE Porto Alegre

Claudia me disse que a Tatiana tinha ido até o mercado, então me apresentou a casa e explicou um pouco a dinâmica de convivência, como por exemplo, os

¹⁴ O Grito Rock é um festival realizado em rede de forma colaborativa, executado concomitantemente em diversas cidades do mundo durante o período de festas relacionadas ao Carnaval brasileiro, apresentando-se como uma opção complementar aos tradicionais festejos carnavalescos (TOQUE NO BRASIL, 2013).

quartos coletivos destinados aos moradores e hóspedes; o guarda roupa coletivo, ao qual todos têm acesso e usam as roupas e pertences de todos; a cozinha – também coletiva – em que havia “dicas” de convivência, limpeza e manutenção do ambiente. Não demorou muito e a Tatiana chegou, antes mesmo de me cumprimentar, anotou algo em um caderno que havia perto de uma caixa onde estava escrito “caixa coletivo” (figura 6), foi aí que tive o primeiro contato legítimo com a questão de ter um capital financeiro coletivo. Ela explicou que esse caixa funciona com despesas e colaboração tanto de moradores como de hóspedes, é abastecido tanto pela moeda real – que pode vir, por exemplo, do trabalho dos moradores, da família, de doações, de vendas de produtos FdE – como pela moeda alternativa, o FdE Card (que existe de forma física em alguns coletivos da rede – figura 7), que é trocado por horas de trabalho, por exemplo, e ainda pelos cartões de crédito individuais, que como disse a Tatiana “depois que se entra na Casa, tudo passa a ser coletivo”, inclusive os cartões bancários. Esse Caixa fica na entrada da casa, disponível para todos, ao lado tem o livro de despesas - uma espécie de controle financeiro - onde cada nota que entra ou sai deve ter devidamente especificada a sua origem ou destino.



FIGURA 6 – Caixa Coletivo



FIGURA 7 – FdE Card

Falamos também sobre os simulacros e a ideia de se reproduzir ou criar algo em cima do existente – Banco, Universidade, Partido, Mídia – de forma alternativa, coletiva e colaborativa. Uma das características dos simulacros é agregar capital social, para isso, a Mídia FdE, por exemplo, trabalha com coberturas colaborativas, formação de “midialivristas” junto à UniFdE, coberturas de eventos de cunho social e cultural, entre outros. Essa visita serviu para esclarecer algumas dúvidas e corroborar o conhecimento que já tinha sobre o Fora do Eixo.

2.4.2 Vivência Casa FdE Porto Alegre

Mais uma viagem para Porto Alegre com a ideia de estender a estadia para uma semana e fazer uma imersão ou vivência¹⁵ na Casa FdE Porto Alegre. Fiz contato via Facebook com a Tatiana, deixei recado e fiquei no aguardo. Agendamos uma vivência para os dias 17, 18, 19 e 20 de maio de 2012, das 14h às 23h. Debates o que seria prioridade para eu vivenciar, e, como meu recorte foi na questão de estruturação e construção da rede FdE, achamos melhor eu ter uma perspectiva ampla da rede como um todo e não focar em apenas um dos simulacros.

Como combinado, dia 17/05, às 14h, fui recebida na Casa pela Tatiana, ela me apresentou o cronograma de vivência e o plano de trabalho para quatro dias, onde eu experimentaria todos os simulacros, ou, ao menos, trocaria ideias com os respectivos responsáveis. Assim, a primeira conversa foi com a própria Tatiana, falamos sobre a ideia da formação livre, ou seja, do não engessamento buscado pela ideia da UniFdE frente ao engessamento das universidades convencionais. Falamos, ainda, sobre o TCC, pois ela se formou em Jornalismo e também utilizou a rede como objeto de análise. Depois, foi a vez de conversar com a Claudia sobre a organização da rede, especificamente sobre a Região Sul, pois ela é uma das gestoras responsáveis por articular as trocas entre os coletivos da região; e também sobre o Partido Fora do Eixo. Ela explicou um pouco sobre como funciona e de onde surgiu a ideia do Partido FdE, Partido da Cultura; contextualizou sobre os coletivos que integram a rede, como funcionam as entradas e saídas de membros e coletivos.

À noite, acompanhei a Julia Albertoni na montagem da “Banquinha Fora do Eixo¹⁶” no “512¹⁷”, sendo a primeira experiência prática da vivência. Enquanto montávamos a Banquinha, fomos conversando sobre a distribuição dos materiais de

¹⁵ Sistema de trocas *in loco* através da experimentação da vida FdE, onde gestores, integrantes FdE, frentes, grupos artísticos passam por debates, reuniões e capacitações, a fim de aprimorar a compreensão de objetivos e metas, bem como seu modo de organização. Servindo como momentos estratégicos para a construção e trocas de experiências, que potencializam os agentes culturais envolvidos em sua atuação local, regional ou nacional. (POR DENTRO DO FORA, 2013).

¹⁶ Ponto de venda de produtos culturais de artistas independentes que podem ser ligados ou não aos coletivos que integram o Circuito Fora do Eixo. Nas banquinhas são vendidos discos, livros, DVD's, chaveiros, bottons, adesivos, entre outros. Nelas, há também a distribuição gratuita de materiais como a Noize e fanzine OrFEL (POR DENTRO DO FORA, 2013).

¹⁷ Espaço cultural, parceiro do Fora do Eixo, localizado na Rua João Alfredo, nº. 512 – Cidade Baixa, Porto Alegre.

atores ligados a rede: CD's de bandas FdE, chaveiros, camisetas, todos vendidos a preço de custo, revistas de distribuição gratuita que são “doadas” por parceiros para a distribuição através das banquinhas. Aproveitando o espaço, conversei sobre a visão da música para o FdE com o Ney Hugo, ex-integrante da Macaco Bong que acompanha a rede desde o início. Ele me contextualizou sobre o surgimento Abrafin [Associação Brasileira de Festivais Independentes] e FdE, discutimos a respeito da adaptação dos artistas ao meio digital e as possibilidades proporcionadas pela internet.

Dia 18/05, devido há alguns imprevistos, não pude comparecer a vivência, ficando marcado para o dia 19/05 acompanhar as meninas com a Banquinha e a Mídia FdE no Circuito Gaúcho de Street Skate - etapa São Leopoldo, evento organizado pela Federação Gaúcha de Skate em parceria com o Alvo Coletivo (que faz parte dos coletivos da rede FdE). Saímos da Casa às 9h rumo ao metrô, carregadas de equipamentos e produtos da Banquinha (figura 8). Isadora Machado é uma das responsáveis pela Mídia Fora do Eixo na CAFE Porto Alegre, e foi ela que me explicou como funciona a Cobertura Colaborativa, a questão do “tudo ao mesmo tempo agora”, pois, ao mesmo tempo em que cobríamos o Circuito de Skate, o pessoal de São Paulo e Curitiba, por exemplo, cobria a Marcha da Maconha utilizando os mesmos canais digitais. Além disso, no evento também foi montada a Banquinha Fora do Eixo (figura 9), comandada pela Júlia Albertoni em conjunto com uma menina do “Tomate Maravilha” (que trabalha com quitutes caseiros vegetarianos).



FIGURA 8 – Metrô



FIGURA 9 – Montagem da Banquinha FdE

A Mídia Fora do Eixo foi o setor que experimentei na prática nesse dia, fazendo fotos e alimentando redes sociais, como Flickr e Twitter, direto do evento. Passamos o dia todo no campeonato e voltamos para Porto Alegre de no fim do dia.

O último dia da vivência também foi experimental, durante a tarde foi a vez de entender um pouco mais sobre o Banco Fora do Eixo. A Julia Albertoni, umas das responsáveis pelo Banco na Casa FdE, explicou um pouco de como funcionam os projetos, os financiamentos e colaborei com alguns orçamentos que eram demanda do dia. Ao entardecer começaram os preparativos para uma reunião e transmissão da PósTV (figuras 10, 11, 12 e 13), que também experimentei acessando IRC, interagindo nos debates e, é claro, registrando com fotos o processo de montagem dos equipamentos.



FIGURA 10 – Montagem dos equipamentos



FIGURA 11 – Testes e ajustes



FIGURA 12 – Mobilizações nas redes sociais



FIGURA 13 – Início transmissões PósTV

2.5 Netnografia

A netnografia é um neologismo para descrever a utilização de práticas etnográficas no meio digital que “também leva em conta as práticas de consumo midiático (BRAGA, 2007), os processos de sociabilidade e os fenômenos comunicacionais que envolvem as representações do homem dentro de comunidades virtuais” (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008, p. 34). Nesse sentido, a netnografia busca aproximar-se do objeto com a finalidade de observar de perto as formas de experimentação dos usos de uma tecnologia, adaptando-se aos mais diversos contextos.

Essa pesquisa foi iniciada através da internet, pesquisando sobre o objeto, colhendo informações e realizando contatos. O primeiro passo foi seguir os perfis ligados à rede Fora do Eixo no Twitter, através do Tweedeck, foram criadas, também, colunas para que pudéssemos ter um panorama do que era falado sobre o FdE, tanto por membros, quanto por simpatizantes e antipatizantes do movimento. No Facebook, adicionei perfis relacionados ao objeto e a partir daí realizei contatos. Assim, por meio de mensagens no Facebook, falei com Pablo Capilé, expliquei sobre a pesquisa e ele indicou como contato a responsável pela UniFdE de São Paulo, Carol Tokuyo, a partir daí enviei e-mail com uma espécie de entrevista (anexo 1) que foi respondida colaborativamente pelos agentes ligados a cada um dos simulacros.

Concomitantemente, criei o blog “por dentro do FORA” [pordentrodofora.blogspot.com.br] para servir como local de armazenamento e trocas de conteúdo. Desta forma, os dados obtidos tanto na parte netnográfica, como na etnográfica, foram convertidos em *posts*, porém, não houve divulgação do blog e, conseqüentemente, não houve interação através da ferramenta, então, ele acabou servindo como repositório de informações – um diário de campo. Além disso, o contato com os atores da rede se deu, principalmente, através do Facebook, onde foram sanadas dúvidas, trocadas ideias e marcados encontros presenciais para a parte etnográfica do estudo.

Por fim, através da ferramenta “Google Docs” – que cria documentos de vários formatos, inclusive formulários –, fizemos uma espécie de questionário (anexo 2) com sete questões pontuais sobre a Mídia Fora do Eixo e encaminhamos via e-mail e Facebook para as 11 Casas Fora do Eixo mapeadas até o momento, sendo

elas: Casa FdE São Paulo, Casa FdE São Carlos, Casa FdE Bauru, Casa FdE Sul¹⁸, Casa FdE Santa Maria, Casa FdE Pelotas, Casa FdE Minas, Casa FdE Uberlândia, Casa FdE Amazônia, Casa FdE Vitória da Conquista e Casa FdE Nordeste. Das 11 Casas mapeadas, sete responderam, mostrando-se receptivos e colaborativos.

Ilustrado como se deram as etapas de pesquisa, trazemos no próximo item a parte teórica do estudo, relacionando-a com questões práticas do objeto.

¹⁸ Durante o processo de pesquisa a Casa FdE Porto Alegre se tornou Casa FdE Sul, assim como algumas Casas foram fundadas nesse período, por isso, nos referimos inicialmente a Casa FdE Porto Alegre e depois só a Casa FdE Sul.

3 Cibercultura: a essência do Fora do eixo

Tecnologias são produtos socioculturais, inventados, produzidos, utilizados e interpretados de várias maneiras por um número gigantesco de atores em uma sociedade. Elas podem representar transformações culturais podendo ser ferramentas e máquinas ou ainda técnicas, conhecimentos, procedimentos, materiais e métodos usados para resolver problemas de diversas áreas como, economia, política, ecologia, cultura, entre outras, ou ao menos auxiliar na solução destes problemas. Como afirma Pierre Lévy (1999, p. 24) “por trás das técnicas agem e reagem ideias, projetos sociais, utopias, interesses econômicos, estratégias de poder, toda a gama dos jogos dos homens em sociedade”, deste modo, o que nos interessa não é pensar os impactos da tecnologia sobre a sociedade e sim as reações desses atores sociais mediante o uso, atribuições e apropriações de determinada tecnologia e sua relação comunicativa.

Mudanças crescentes decorrentes do uso das tecnologias vêm acontecendo no cotidiano das pessoas, desde os primeiros computadores – grandes calculadoras programáveis – em 1945, passando pela invenção do computador pessoal em meados dos anos 70 (LÉVY, 1999), chegando ao acesso à internet via tecnologia *mobile*. Toda essa tecnologia digital serve como infraestrutura para o ciberespaço que funciona como um ambiente de sociabilidade, comunicação, troca de informação e conhecimento, onde a presença física não se faz necessária. Nas palavras de Lévy (1999, p. 17), o termo ciberespaço “especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”, configurando-se como um meio aberto de comunicação, o ciberespaço inclui todos os preceitos eletrônicos que transmitem fontes digitais de informação e que condicionam o caráter fluido, hipertextual, interativo e virtual da comunicação e de seus atores.

A cibercultura, por sua vez, é um neologismo utilizado para identificar essa relação advinda das trocas entre sociedade, cultura e as novas tecnologias baseadas na microeletrônica, ela é entendida por Lévy (1999, p. 17) como o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores”. Essa nova cultura acabou por se afirmar nos anos 80

através da informática de massa e consolidou-se a partir dos anos 90 com o aparecimento das tecnologias digitais e a popularização da Internet.

Esse surgimento das novas tecnologias está transformando, de forma radical, os hábitos, métodos e práticas do consumo de informações por grande parte das pessoas em todo o mundo. A disseminação e o uso das chamadas tecnologias da informação e comunicação [TIC's] implicam uma mudança crucial para estudiosos e profissionais da área de comunicação social. Com o advento da internet e seus derivados digitais uma de suas características inerentes é a flexibilidade, essa permite que os indivíduos sejam emissores e receptores de informações. Diferentemente do que acontecia com o modelo informacional convencional onde se tinha uma comunicação “um-um”, passando pela ideia posterior de “um-todos”, o ciberespaço comporta uma relação “todos-todos”, onde as pessoas podem emitir e receber informação de qualquer lugar em diversos dispositivos [celular, computador, tablets], tornando a comunicação “desterritorializada” (LÉVY, 1999).

Há de se dizer ainda que a colaboração está ligada diretamente ao ciberespaço, tendo em vista que suas particularidades técnicas “permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isso quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários” (LÉVY, 1999, p. 49), uma vez que a mobilidade está cada vez mais presente no dia-a-dia desses indivíduos interconectados. Por conseguinte, considera-se o compartilhamento de informações, conhecimentos e dados [arquivos de texto, imagem e som, softwares, etc.], a peça chave nessa diversidade de possibilidades encontradas na cibercultura, dando visibilidade a característica de conexão generalizada.

O ciberespaço possibilitou às sociedades contemporâneas e com acesso às tecnologias de comunicação a geração de novos modos de organizar, significar e vivenciar o mundo, originando outros meios de produção e economia, a chamada economia da informação. Nesse contexto, o conhecimento está cada vez mais próximo e acessível para população, isso se deve ao fato de que a informação não se encontra mais detida, nem enclausurada, ela sai das mãos dos grandes detentores de poder e se propaga por uma parcela muito considerável da sociedade por meio das tecnologias digitais e da internet. Assim, o poder não é mais visto apenas pelo viés econômico, mas também pelo viés intelectual. Só no Brasil,

segundo dados da pesquisa realizada em 2011 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], temos 45% de domicílios com computadores, e outro dado que nos interessa bastante, quatro em cada dez domicílios brasileiros possui acesso a internet, totalizando 38% dos domicílios. Portanto, o poder não está mais sob o domínio de poucos e sim dessa sociedade cibercultural coletiva, de mobilidade, participação e colaboração.

Cibercultura é, nesse sentido, o aporte à sociedades pautadas na colaboração e coletividade, uma inteligência coletiva¹⁹, que segundo Lévy (2011) tem por objetivo o reconhecimento e enriquecimento mútuo dos indivíduos por meio do saber, valoriza as competências, as experiências de vida, as práticas sociais e culturais e, sobretudo, reconhece o indivíduo por inteiro, pois “ninguém sabe, tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade” (LÉVY, 2011, p. 29). Uma vez que todos são dotados de inteligência, toda e qualquer pessoa tem algo a oferecer, ensinar e aprender, ou seja, a troca de conhecimento e informação é mútua. Através do ciberespaço e via internet esse intercâmbio informacional se alastra, sendo difundido e apreendido por um número cada vez maior de pessoas.

A troca de conhecimento via internet iniciou-se no meio científico, que a criou e a utilizou para se comunicar, trocando ideias, informações, experiências, etc. Desde então, pessoas se organizam através da Internet, também, visando à cooperação intelectual, a colaboração focada no conhecimento subjetivo, desse modo, a prática da inteligência coletiva se expandiu para diversos campos como economia, educação, comunicação, cultura, política, entre outros.

Pode-se argumentar (LÉVY, 1999) que apenas um percentual dos brasileiros têm acesso à internet. Conquanto, é preciso lembrar que esse é um processo em constante crescimento e em ritmo acelerado, pois segundo os dados do CGI.br (2011) em 2005 apenas 13% dos brasileiros tinham acesso a internet a domicílio, em 2006 esse percentual subiu para 14%, em 2007 já eram 17%, em 2008 subiu para 18%, em 2009 chegou a 24%, 2010 foi para 27% e em 2011 saltou para 38%, ou seja, em sete anos aumentou 25 pontos percentuais o número de domicílios com internet no nosso país. Se compararmos com a escrita, por exemplo, que foi inventada há vários séculos atrás e, ainda hoje, existe um percentual significativo de brasileiros analfabetos, a web existe há menos de vinte anos, portanto não podemos

¹⁹ Abordaremos melhor o conceito na próxima seção destinada a ele.

ser impacientes e nos atermos ao fato de que a maioria da população não está conectada. O que se faz necessário observar é a velocidade com que o percentual de conexões aumenta, e isso já é notável.

Foi através da sensibilidade para enxergar as transformações sociais que a cibercultura, por meio da internet, estava/está causando na sociedade que Pablo Capilé e os demais fundadores do Fora do Eixo avistaram, há oito anos, a possibilidade de se apropriar das técnicas e táticas ciberculturais para formar a rede de coletivos. Como ele afirma em um trecho que citamos na introdução desta pesquisa, “com a internet apareceu uma possibilidade real de se comunicar, de inventar uma carreira sem precisar passar pelos caminhos corporativos”, bem como, surgiu a expectativa de um espaço para intensificar as trocas e gerar uma transação em rede de disseminação cultural, que talvez não fosse possível se não existisse o ciberespaço, pois, exigiria o deslocamento físico dos atores o que aumentaria os custos, o tempo gasto e traria inúmeros impasses devido ao modo como estão organizados.

A comunicação instantânea, a proliferação dos meios digitais e a conectividade global, constituem grande parte de nossa experiência contemporânea. É sob esta perspectiva que trataremos a internet nesse trabalho, pensando-a como um artifício da cibercultura que acaba propiciando a virtualização da comunicação e constituindo-se como a infraestrutura técnica da inteligência coletiva. Deste modo, não temos como dissociar ciberespaço e inteligência coletiva, uma vez que um alimenta o outro, um dá suporte ao outro. Ao mesmo tempo em que o ciberespaço fornece um ambiente propício ao desenvolvimento de uma inteligência coletiva, essa inteligência o cria ou recria, por meio de seus membros dá novos usos, configurações e sentidos às ferramentas nele encontradas.

3.1 Inteligência coletiva: motor do Fora do eixo

O vínculo social, o capital social²⁰, as relações pessoais, bem como, as trocas de serviço e de conhecimento com vistas à reciprocidade, fomentadas pelas

²⁰ Tomaremos capital social como o conjunto de recursos mutáveis intrínseco nas redes sociais, que pode ser utilizado por todos os atores nelas presentes de forma individual visando o desenvolvimento comunitário e a reciprocidade. Pode ser definido ainda como “o conjunto de valores ou normas informais partilhadas por membros do grupo que lhes permite cooperar entre si. Partilhar valores e

tecnologias digitais de comunicação e informação, formam uma das condições mais importantes para o desenvolvimento humano, cultural e social. Tais trocas recíprocas podem ser facilmente encontradas em sociedades pautadas no princípio da inteligência coletiva, que de acordo com Pierre Lévy (2011, p. 29) é um termo que serve para designar “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”, ou seja, sociedades compostas por atores que pensam, agem e vivem coletivamente, cujo axioma é que todos os indivíduos que compõem esses coletivos humanos são dotados de inteligência e conhecimento que devem ser valorizados.

Baseado no modo de organização, Lévy (2011) divide em três tipos os coletivos humanos, sendo eles: orgânicos, como famílias e tribos; organizados ou molares, que necessitam do exterior para se estabelecer e sustentar, onde podemos citar como exemplos as igrejas, as empresas e instituições; e os auto-organizados ou moleculares, que, por sua vez, são pautados na democracia e sustentabilidade, formados por comunidades altamente mutáveis e desterritorializadas. Para entender melhor cada um, comecemos pensando em uma família. Nesse tipo de coletivo seus princípios são intrínsecos ao grupo, suas ações são avaliadas pelos familiares de forma direta e imediata. Além disso, os atores desse grupo orgânico se conhecem pelo nome, o que segundo Lévy é elemento existencial a esse tipo de coletivo, seguem tradições e respeitam regras e códigos, interagem entre si sem a necessidade de mediação.

Na medida em que o grupo vai se tornando maior, plural e diversificado, como um país, por exemplo, esses atores já não se conhecem todos pelo nome, não conseguem avaliar as ações individuais em tempo real. Nesse momento, apelam-se às “tecnologias políticas da transcendência”, em que o líder ou representante – seguindo no exemplo, o Governo Federal –, passa a controlar e mediar as interações, “polarizando o espaço do coletivo”, burocratizando as ações e informações e, por conseguinte, colocando um espaço entre concepção e execução de ações e projetos. Conforme Lévy:

normas não produz, por si só, capital social, porque os valores podem ser valores errados. As normas que produzem o capital social precisam incluir, substancialmente, virtudes como falar a verdade, cumprir obrigações e exercer a reciprocidade”. (INSTITUTO SOUZA CRUZ, 2013).

As tecnologias da transcendência passam por um centro, um ponto elevado e, dessa exterioridade, separam, organizam e unificam o coletivo. Trata-se de tecnologia molar, pois, para obedecer às necessidades da gestão de massa dos humanos, as pessoas não são consideradas pelo que são em si, ou em relação ao todo (não possuem nome, de fato), mas por sua pertença a categorias (castas, raças, ordens, graus, ofícios, disciplinas...), no interior das quais os indivíduos são intercambiáveis. Por trás dessa identidade de pertença, as pessoas são consideradas em massa, por alto, como “números”, independente de sua riqueza molecular. O grupo molar organiza uma espécie de termodinâmica do humano, uma canalização exterior dos comportamentos e características que leva muito pouco em consideração as qualidades das pessoas (2011, p.58).

Um grupo molar sempre possui um centro de controle, um núcleo que planeja, esquematiza, delimita e indica onde, como e quando serão executadas as ações, e ainda, cria leis de convivência que organizam essa coletividade. As regras são dificilmente refeitas ou reorganizadas, tendo como características de organização o engessamento, a delimitação e a privação. Indivíduos são divididos por classes, raças, crenças, sendo que suas características e qualidades particulares não são levadas em consideração. Portanto, riquezas intelectuais não possuem o mesmo valor conferido às materiais na política molar. Já o grupo molecular ou auto-organizado, por sua vez, pautado na inteligência coletiva, considera seus atores como forças motrizes, que possuem características, qualidades, competências e atitudes individuais que, por serem valorizadas, são capazes de movimentar o coletivo visando o enriquecimento mútuo. Nessa política do molecular os coletivos moldam e reconfiguram seus projetos, suas ações, seus espaços de atuação, suas dinâmicas e até mesmo seus objetivos, suas metas e estratégias, deixando evidente a liberdade de procedimento, o não engessamento e a capacidade de mutação. Nas palavras de Lévy:

A política molecular, ou nanopolítica [...] promove uma engenharia do laço social que faça trabalhar o conjunto, que faça as criatividade, a capacidade de iniciativa, a diversidade de competências e as qualidades individuais entrar em sinergia, sem encerrá-las ou limitá-las por meio de categorias ou estruturas molares *a priori*. [...] Ela suscita um laço social imanente, emergindo da relação de cada um com todos (2011, p. 59).

Essa relação de igualdade e colaboratividade, na qual não há uma hierarquia pré-estabelecida e, portanto, não existe um líder absoluto, um limitador e, principalmente, uma divisão entre demanda e execução, faz com que os movimentos aconteçam de maneira natural. As mudanças e rupturas ocorrem de modo leve e são enxergadas pelo coletivo como imprescindíveis ao seu desenvolvimento e crescimento.

Outra característica dos auto-organizados é sua comunicação. Esta preza pelo modelo todos-todos, uma vez que, todos são detentores de conhecimento. De tal modo, o ciberespaço acaba por ser a infraestrutura que mais se adequa a esse modelo de coletivo, pois permite acompanhar e participar de alguma forma das interações realizadas por seus membros em um universo cada vez maior, de tal modo, a internet é uma das ferramentas da cibercultura que auxilia nesse desenvolvimento. Como afirma Lévy:

Não seria tanto o caso de modelar o mundo físico comum, mas de permitir aos membros de coletivos mal situados interagir em uma paisagem de significações. Acontecimentos, decisões, ações e pessoas estariam situados nos mapas dinâmicos de um contexto comum e transformariam continuamente o universo virtual em que adquirem sentido. Nessa perspectiva, o ciberespaço tornar-se-ia o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados (2011, p. 30).

Através das tecnologias digitais é possível que atores pertençam ao mesmo coletivo, trabalhem colaborativamente, compartilhem dos mesmos ideais sem necessariamente estarem no mesmo espaço físico. A comunicação e troca de tecnologias pode ser realizada entre um ator social que esteja em São Borja-RS e outro que esteja em Macapá-AP, por exemplo, pois as fronteiras físicas deixam de existir, neste caso.

Esse tipo de relacionamento encorajado pelo ciberespaço, que faz com que as fronteiras desapareçam independentemente dos lugares geográficos estabelecidos, favorece a virtualização²¹ da comunicação e “nos conduz diretamente a virtualização das organizações que, com ajuda das ferramentas da cibercultura, tornam-se cada vez menos dependentes de lugares determinados, de horários de trabalho fixos e de planejamentos à longo prazo” (LÉVY,1999, p.49), permitindo assim que as ações sejam mutáveis e reconfiguráveis o tempo todo.

Realizada a caracterização de cada grupo embasada nos escritos de Pierre Lévy, podemos afirmar que este último modelo é o que mais se aproxima do nosso objeto de estudo. A rede de coletivos Fora do Eixo possui seu modo de organização pautado na coletividade, colaboratividade, sustentabilidade, mutabilidade, no compartilhamento, respeito à diversidade e na valorização do humano. Trazemos

²¹ É virtual toda entidade 'desterritorializada', capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem, contudo estar ela mesmo presa a um lugar ou tempo em particular (LÉVY,1999, p.47).

abaixo alguns dos principais pontos da Carta de Princípios²² que fundamentam suas ações.

8.1 - Intercâmbio, transversalidade e delegação

a) Formular e colaborar com o desenvolvimento de políticas públicas para a cultura, promovendo a atuação política com identidade representativa do CFE;

[...]

e) Promover o intercâmbio entre os coletivos da rede e com os grupos afins, fomentando a transversalidade das ações do CFE, dos parceiros e das políticas públicas em geral;

8.2 - Identidade, Diversidade e Autonomia

a) Questionar e enfrentar as práticas hegemônicas dos modos de produção, circulação e fruição com ênfase no campo da cultura;

[...]

c) Estimular, difundir e integrar a diversidade das expressões socioculturais e artísticas, garantindo espaços de valorização e de respeito a essa diversidade;

d) Promover o empoderamento dos indivíduos e coletivos dentro dos princípios da economia solidária;

[...]

f) Valorização social do trabalho humano na perspectiva da igualdade de condições e da polivalência individual e coletiva;

g) Equilibrar a relação entre o trabalho manual e o intelectual com vistas a valorização equânime de ambas as práticas;

8.3 - Gestão e Sustentabilidade

a) Fomentar a criação de moedas sociais nos coletivos da rede;

b) Viabilizar a formação, produção, circulação e fruição, fomentando as trocas de serviços e produtos entre os coletivos, seus membros e parceiros;

c) Orientar as ações para satisfação das necessidades individuais e coletivas de maneira equânime, justa e solidária;

[...]

e) Fomentar o desenvolvimento da cadeia produtiva da cultura, promovendo alternativas de sustentabilidade pautadas no uso de tecnologias sociais e em uma perspectiva solidária;

f) Fomentar a renovação de frentes de atuação, agentes e tecnologias, fomentando a criação experimental em todos os processos e produtos associados à atividade do CFE;

g) Promover a democratização e universalização do acesso aos bens e serviços culturais;

[...]

²² A Carta de Princípios do FdE é o documento que contém as premissas que regem a rede e que está disponível no Portal Fora do Eixo para acesso de todos.

8.4 - Inovação e Comunicação

- a) Estimular a criação, desenvolvimento e utilização de tecnologias livres, sociais e de código aberto referente ao direito autoral e propriedade intelectual, fomentando o uso de plataformas criadas pelos coletivos e parceiros;
- b) Garantir a difusão, o compartilhamento e o livre acesso às tecnologias do Circuito Fora do Eixo bem como outros conhecimentos livres;
- c) Valorizar a troca contínua, colaborativa e a atualização de informações entre os coletivos da rede;
[...]

8.5 - Formação e Conscientização

- a) Estimular a formação e a ressignificação contínua do processo, dos coletivos e seus membros, atingindo os agentes internos e externos;
- b) Criar ferramentas de formação e qualificação dos agentes, promovendo a multiplicação do processo e do conhecimento cooperativo, solidário e coletivo;
- c) Estimular a consciência e a clareza do processo nos indivíduos e coletivos da rede, promovendo a formação crítica dos agentes e do público;
[...]
- e) Estimular a disciplina e a liberdade;
- f) Estimular a autocrítica, a humildade, a honestidade e o respeito nas relações sociais e ambientais;
- g) Valorizar a essência do ser humano ao invés da posse;
- h) Criar lastro através do trabalho gerando o equilíbrio entre o discurso e a prática (PORTAL FORA DO EIXO, 2012).

Embora possua um Regimento Interno que regula seu funcionamento e uma Carta de Princípios a ser respeitada por todos que fazem ou queiram fazer parte da rede, no FdE nada é estático e tampouco findado, estão em constante construção e transformação. As modificações não são realizadas por um líder ou representante, mas conforme as necessidades do grupo, respeitando e aplicando as ideias individuais e coletivas. Sendo assim, concordamos com Lévy (2011, p. 59) quando afirma que “do mesmo modo que um cérebro pensa na ausência de centro ou de um cérebro acima dele para dirigi-lo, um grupo molecular não tem necessidade de uma mediação transcendente para se unir”, não há necessidade de centralização ou liderança em uma inteligência coletiva, tendo em vista que todos são dotados de conhecimento e essa é sua riqueza, seu valor derradeiro.

Além disso, grande parte de sua comunicação se dá através de meios e canais digitais, por intermédio da cibercultura acontece a maior parte das trocas de tecnologias, informação e conhecimento. A partir das apropriações de técnicas existentes e de baixo custo, os 200 coletivos espalhados por todo país e alguns pontos parceiros fora do Brasil, os simpatizantes ou antipatizantes da rede, ficam sabendo de suas iniciativas e realizam trocas. Segundo Lévy (2011, p. 59) “a inteligência coletiva em tempo real e em grande escala necessita da infraestrutura técnica adequada” e o ciberespaço com seu emaranhado de possibilidades é o que melhor a sustenta.

Assim sendo, podemos afirmar que a internet acaba por ser fundamental na formação desse novo modelo social, uma vez que, como veículo do ciberespaço, fomenta as relações interpessoais e possibilita a criação de mecanismos comunicacionais. Esse modelo social interconectado e cooperativo, nomeado por Castells (2006) de Sociedade em Rede – que será o escopo do próximo item – se encontra “em todo o planeta, ainda que sob formas muito diversas entre um ponto e outro e com efeitos muito diferentes sobre a vida das populações, devido à sua história, sua cultura, suas instituições” (CASTELLS *apud* RÜDIGER, 2007, p. 78-79).

3.2 Sociedade em rede: a era do informacionalismo

A transição de uma Era Industrial para uma Era Informacional ocorre a partir de uma sucessão de fatos que modificaram e modificam ainda hoje a sociedade em todos os âmbitos. Operários e trabalhadores antes vistos como meras forças de trabalho, hoje são vistos como seres humanos capazes de pensar, refletir e modificar o meio em que vivem através do uso de sua inteligência. O poder começa a sair das mãos de quem detém riquezas materiais e passa a ser direcionado aos detentores de conhecimento, ou seja, aqueles que possuem riquezas intelectuais necessárias e significantes a outros. O modo de trabalho passa a ser mais dinâmico e, infinitamente, menos mecânico comparado à era do capitalismo industrial.

A reestruturação do capitalismo teve início a partir do progresso tecnológico que ocorreu em meados dos anos 70. Um novo modelo de capitalismo impulsionado pelas tecnologias de informação e comunicação surge quando o ciberespaço passa a ser visto como ambiente propício às trocas e, assim, vai sendo explorado por pessoas, empresas e instituições fora do âmbito militar. Nesse modelo, denominado

por Castells (2006) de Informacionalismo, a produção capitalista passou a ter maior flexibilidade e descentralização, o desenvolvimento da economia antes baseada no industrialismo, passa a ser informacional. Para uma sociedade baseada no capitalismo industrial o importante é o crescimento econômico e a maximização da produção; já em uma sociedade baseada no informacionalismo o fundamental é a busca por conhecimento e processamento de informação, a acumulação do saber com vistas ao desenvolvimento tecnológico. Não obstante, Castells ressalta que:

Conhecimento e informação são elementos cruciais de todos os modos de desenvolvimento, visto que o processo produtivo sempre se baseia em algum grau de conhecimento e no processamento da informação. Contudo, o que é específico ao modo informacional de desenvolvimento é a ação de conhecimentos sobre os próprios conhecimentos como principal fonte de produtividade (2006, p. 52-53).

No capitalismo informacional os esforços da produção de bens de consumo giram em torno de conhecimentos subjetivos, que se sobrepõem a conhecimentos coletivos intrínsecos, sendo a fonte dessa produtividade a valorização da geração de conhecimento, da disseminação de informação e de comunicação generalizada. Portanto, introduz-se a valorização do ser humano em si e não com base em suas características e a aptidões físicas.

Para elucidar essa transição, Castells traz um apanhado de mudanças tecnológicas que ocorreram em diversos países e as reações das sociedades, como, por exemplo, na China e no Japão. Por volta de 1400 a China esteve à frente de seu tempo como a civilização mais próspera tecnologicamente, esteve bem próxima de se industrializar muito antes de outros países, pois “quando o renascimento europeu estava plantando as sementes intelectuais da transformação tecnológica que dominaria o planeta três séculos depois, a China era a civilização mais avançada em tecnologia no mundo” (CASTELLS, 2006, p. 45). Como essa industrialização chinesa não ocorreu naquele momento, sua inferioridade tecnológica em relação a Europa a deixou frágil. Assim, houve um desvio histórico de onde a China levou mais de um século para iniciar uma recuperação.

Castells baseado nos estudos de Needham, Qian, Jones e Mokyr, afirma que esse fato foi de responsabilidade do Estado, pois, no momento, este julgava mais importante a relação do homem com a natureza, o que poderia ser ameaçado por um desenvolvimento tecnológico veloz. Além disso, a China temia que impactos destrutivos como conflitos sociais, aliados á oposições, emergissem com essa

transformação tecnológica. O Estado preocupava-se em manter a estabilidade, a pacificação e a ordem social ao invés de promover um desenvolvimento capitalista. Esse modelo de produção Estatal é uma via de mão de dupla, pois segundo Castells:

de um lado, o Estado pode ser, e sempre foi ao longo da história, na China e em outros países, a principal força de inovação tecnológica; de outro, exatamente por isso, quando o Estado afasta totalmente seus interesses do desenvolvimento tecnológico ou se torna incapaz de promovê-lo sob novas condições, um modelo estatista de inovação leva à estagnação por causa da esterilização da energia autônoma da sociedade para criar e aplicar tecnologia (2006, p. 47)

Nesse sentido, podemos relacionar esse modelo estatal chinês com o que Lévy (2011) vai denominar de grupo molar, uma vez que, o líder em um grupo molar é quem determina as ações. Deste modo, quando o Estado rompe com o uso de tecnologias, acaba por estagnar o desenvolvimento e crescimento chinês, embora fosse o mais avançado no momento. A autonomia de usos e atribuições tecnológicas fica sob o domínio do Governo, que por sua vez, priva a sociedade desse desenvolvimento e esta paga o preço do atraso frente às outras, devido sua dependência quanto aos esforços e determinações do Estado.

O Japão também sofreu nas mãos de seu líder, em um período que seria crucial para seu desenvolvimento tecnológico, porém, as transformações não ficaram estagnadas como na China. Logo que assumiu um novo Governo houve um progresso acelerado da tecnologia japonesa, pois o Estado criou condições políticas para esse crescimento.

Trazendo essas questões para o século atual, a partir das aproximações empíricas, vivências e dos relatos e amarrações que fizemos com as teorias presentes nos itens que antecedem este, podemos afirmar que a rede Fora do Eixo é um excelente exemplo dessa transição sociocultural e político-econômica em que se encontra o mundo. Interessante pensar que mesmo sendo o Brasil um país em desenvolvimento, há iniciativas como o FdE que consegue se sobressair e fazer germinar conceitos e atitudes vincadas no colaborativismo e levam isso para além de seus grupos de convivência, disseminando suas tecnologias sociais para que sejam apreendidas e apropriadas por uma parcela da sociedade que, muitas vezes, é marginalizada informacional e culturalmente.

4 Convergência midiática e a PósTV

A diversidade de canais midiáticos vem fazendo com que ocorra uma mudança no modo de consumir informação nos últimos anos. Do mesmo modo, essa mudança no consumo faz com que os próprios canais modifiquem-se. Os consumidores de conteúdo podem vir a ser os mesmos que o produzem, participando ativamente do fluxo comunicacional. Por conseguinte, há necessidade de se criar formas e abrir espaços para a participação desse público que, a cada dia, deixa mais evidente a não passividade. Nesse sentido, cabe afirmar que existe uma hibridização com relação aos conteúdos de novas e velhas mídias, que acabam reconfigurando a relação entre mercado, tecnologias, cultura e sociedade. Há, então, o que Henry Jenkins (2011) vai chamar de cultura da convergência, isto é, a intersecção entre mídias alternativas e massivas que é sustentada por múltiplos suportes, e mudança da relação entre consumidores midiáticos e as mídias. Nas palavras do próprio autor, convergência refere-se ao

fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento [e informação] que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações, tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais [...] (JENKINS, 2011, p.29).

É uma *cultura* da convergência no sentido de transformação cultural que passa pelas modificações das mídias em si e na maneira como nós – consumidores midiáticos – utilizamos os meios de comunicação e nos relacionamos com eles e com os demais usuários. Portanto, vai além de uma convergência tecnológica, pois não se trata de aparelhos multifuncionais, se unificando e/ou substituindo uns aos outros, mas de uma interação e retroalimentação entre mídias ortodoxas e digitais.

Concordando com Jenkis, Guillermo Orozco Gómez (2006, p. 84-85), afirma:

A chegada de um novo meio tecnológico não supõe necessariamente, nem tampouco imediatamente, a suplantação do anterior. [...] Primeiro, porque cada meio ou tecnologia é muito mais que isso [...]. Segundo, porque cada tecnologia demanda um tempo de aprendizagem e apropriação por parte dos usuários [...]. Terceiro, porque as tecnologias demandam uma atenção diversificada para gratificar seus usuários [...]. Quarto, porque cada tecnologia atende melhor à satisfação de uma ou mais necessidades que as anteriores, mas não de todas [...]. Quinto, porque cada tecnologia provoca novas mudanças [...]. Sexto, não há poder aquisitivo para acompanhar o desenvolvimento tecnológico oferecido no mercado.

As novas tecnologias não nascem prontas, necessitam ser apreendidas pela sociedade para que tenham usufruídas suas reais potencialidades e isso demanda tempo, precisam também ser adaptadas ao uso por diversos públicos. Além disso, há pessoas que, simplesmente, preferem utilizar tecnologias tradicionais, como livros impressos, por exemplo. A questão financeira é outra problemática que interfere na apropriação de novas tecnologias. Por isso é que não se abandona o ponto de partida, ele vai sendo aprimorado, mesclando-se inovações ao que é tradicional dos meios de comunicação. Sobre isso, Jenkins (2011) traz uma conceituação muito interessante na qual esclarece o que realmente é um meio de comunicação e, assim, corrobora para a ideia de que a convergência midiática está relacionada à cultura. Ele afirma, baseado na autora Lisa Gitelman, que há um modelo de mídia dividido em dois níveis:

no primeiro, um meio é uma tecnologia que permite a comunicação; no segundo, um meio é um conjunto de “protocolos” associados ou práticas sociais e culturais que cresceram em torno dessa tecnologia. Sistemas de distribuição são apenas e simplesmente tecnologias; meios de comunicação são também sistemas culturais. Tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado (JENKINS, 2011, p. 40).

Neste cenário, a internet possibilita a hibridização das fronteiras midiáticas, permitindo o consumo integrado de diferentes mídias por parte de seus usuários. Os conteúdos veiculados nos meios, os públicos e o modo de produzir são mutáveis, mas os meios permanecem, não são substituíveis. A mudança acontece na cultura dos indivíduos frente a essa convergência que ocorre tanto em mídias tradicionais como em mídias digitais.

Assim, a convergência envolve a apropriação das mídias por parte de uma inteligência coletiva tanto para fins comerciais ou de entretenimento, como para gerar conhecimento, relacionar-se, informar, constituir comunidades. A mídia faz parte do cotidiano, está presente na vida dos atores em sociedade. Enfatizamos, deste modo, que a convergência midiática é contrária à ideia de um único aparelho reunindo inúmeras funções das mídias, vai muito além dessa “falácia da caixa preta”, convergência é o fluxo de informações que permeia uma diversidade de plataformas midiáticas, como afirma Jenkins:

Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e a portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobrirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo uma cultura da convergência (JENKINS, 2011, p. 43).

E um bom exemplo disso na prática é o objeto desse estudo. O Fora do Eixo possui um canal de TV na internet que utiliza a conhecida tecnologia do *streaming*, a chamada PósTV, que teve seu início em 2010 como alternativa às mídias tradicionais, especialmente no que diz respeito a televisão comercial. Alguns de seus programas, como o “Supremo Tribunal Liberal” (Claudio Prado), o “Segunda Dose” (Bruno Torturra) e o “Desculpe a Nossa Falha” (Lino Bocchini), estão alinhados com os objetivos da rede. Além disso, faz transmissões de festivais e ações do FdE, exhibe reuniões, tudo isso oportunizando a interação do público por outros canais da internet, como Facebook, Twitter, IRC e, ainda, a disseminação de informações pelos outros canais digitais apropriados pelo FdE para quem não pode acompanhar no *streaming*.

4.1 Tecnicidades e o papel das técnicas na rede de coletivos culturais FdE

O mundo passou pelo período agrário, pela industrialização e hoje vivemos a era da informação. Compreender o papel da comunicação nos dias atuais é fundamental. As diversas intersecções entre mídia e sociedade têm produzido espantosas transformações na forma como os atores sociais – individuais e coletivos – se fazem presentes na sociedade. Através das tecnologias digitais, a mídia dá voz a indivíduos, a comunidades e sociedades, possibilita também modificações na cultura, nas suas práticas cotidianas e em suas relações interpessoais. As dinâmicas decorrentes das incursões tecnológicas potencializam as ações, uma vez que, por meio do ciberespaço é possível produzir conteúdo e disseminá-lo por um vasto território sem limites ou fronteiras físicas e, do mesmo modo, ter acesso ao que está disponível nesse espaço. A própria cidadania ganha uma nova configuração, na qual é possível ter acesso a documentos e discussões do Estado, ter conhecimento do que está sendo feito pelo Governo sem ter a necessidade de ir até a um órgão público, permitindo assim, que o cidadão intervenha e opine na direção dos negócios públicos de seu país, estado ou cidade. Há de se dizer que se trata de

embriões de uma nova cidadania e de um novo espaço público, configurados por uma enorme pluralidade de atores e de leituras críticas que convergem para um compromisso emancipador e uma cultura política na qual a resistência é ao mesmo tempo formadora de alternativas. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.53)

Portanto, a resistência deixa de ser apenas crítica e passa a operar como geradora de novas propostas. O que antes era tido como oposição política, se transforma em uma cultura do “vamos fazer diferente”, “vamos ser propositivos”, ao invés de apontar os erros – e só apontar os erros – “vamos gerar alternativas para o que consideramos setores carentes dentro da sociedade em que vivemos”. Tudo isso é objetivado, hoje, por atores munidos de técnicas e que operam em coletividade.

A música, o teatro, o cinema, a pintura, a escrita, e diversos outros ambientes culturais também passam por mutações tecnológicas, tanto nas formas de produção, como nas formas de consumo. A cultura incide nos mais diversos lugares, sejam eles periféricos ou não, chega até as diferentes camadas da população, isso porque a tecnologia avançou a ponto de tornar mais barata, fácil e rápida a produção e, por conseguinte, sua reprodução, além de permitir que artistas/produtores alternativos e independentes pudessem produzir e disseminar suas obras. Como afirma Martín-Barbero (2006, p. 54-55):

O lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para espessar-se, condensar-se e converter-se em estrutural: a tecnologia remete, hoje, não a alguns aparelhos, mas, sim, a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escritas. Radicalizando a experiência produzida pela modernidade, a tecnologia deslocaliza os saberes modificando tanto o estatuto cognitivo quanto o institucional das condições do saber e as figuras de razão, o que está conduzindo a um forte apagamento de fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, saber experiente e experiência profana.

Na era da tecnicidade, como afirma Martín-Barbero (2006), o que prevalece não são as máquinas em si e sua abundância, mas o conhecimento como uma forma de produção. O fato de ter informações a seu alcance faz com o que o ator social seja detentor de poder, tendo assim competência para exercer, de maneira mais justa, sua cidadania. É nesse cenário que os atores passaram a se apropriar das tecnologias midiáticas digitais para mediar suas práticas cotidianas e até as

relações individuais e coletivas, as quais estão, nesse momento, incorporadas à lógica midiática.

Assim sendo, é interessante pensar e compreender o papel das técnicas na rede Fora do Eixo. A rede não só utiliza das tecnologias digitais existentes, mas se apropria, cria formas de uso e as disponibiliza de forma a torná-las cada vez mais populares e acessíveis. Pelo fato de as técnicas serem constituintes da rede, eles criaram alguns dispositivos para gerir as tecnologia de forma colaborativa, como exemplo, trazemos o Compacto.TEC [<http://foradoeixotec.blogspot.com.br/>] que é uma ferramenta de gestão desenvolvida pelo FdE com o intuito de maximizar o desenvolvimento, o planejamento e execução dos projetos e trabalho dos coletivos que compõem a rede. É uma compilação de informações necessárias para a gestão, desde a pré-produção até prestação de contas. Nesse espaço existem planilhas de fornecedores, contatos de atores da rede, formulários, mapeamentos e muitos outros. É a isso que nos referimos como apropriações midiáticas, é a mediação tecnológica que condiciona as transações e é constitutiva das relações interpessoais, utilizando e disseminando as informações.

4.2 Processos midiáticos e mediações: usos e apropriações midiáticas pelo FdE

A sociedade contemporânea está passando por um processo de midiatização, saindo da “sociedade dos meios” para se tornar uma “sociedade de mediações tecnológicas”, onde as mídias afetam os mais diversos campos sociais. A intersecção tecnológica, a articulação entre os atores e campos sociais e a hibridização dos meios de comunicação estão diretamente ligadas com a midiatização da sociedade tecno-cultural na qual estamos inseridos. Cabe deixar clara uma diferença, embora sutil, que existe entre “mediação” (no sentido primeiro da palavra) e “midiatização”, apontada por Muniz Sodré no texto “Eticidade, Campo Comunicacional e Midiatização” (2006). A mediação é encontrada em diversos processos sociais, refere-se às interações e trocas realizadas através de um mediador como, por exemplo, linguagens, leis, textos escritos, artes, entre outros, ou seja, elementos que servem para fazer a mediação entre um ator e outro. Já a midiatização refere-se à mediação realizada por meio das tecnologias de comunicação, ou seja, as mídias em si. Assim, é com esse sentido que a usaremos

na pesquisa, referindo-nos, então, a mediação – por meio das mídias – como sinônimo de midiatização.

Do mesmo modo, por “sociedade midiática” nos referimos ao período em que a mídia era entendida e observada como um campo social autônomo, separado do restante da sociedade e não afetado por ela. Os meios de comunicação eram vistos como um instrumento controlador e organizador do dia-a-dia coletivo, produtor dos sentidos e significações da sociedade, incontestável, dono de uma verdade absoluta. Já na “sociedade midiatizada” os meios são apropriados pelos atores de uma sociedade, são constitutivos de suas relações interpessoais, culturais, políticas e identitárias. Há uma liberdade de interpretação, uma troca mútua quase que instantânea e uma não linearidade dos fluxos comunicacionais, onde todos os que fazem parte do fluxo são detentores do direito de transmitir e receber informações.

[...] a sociedade na qual se engendra e se desenvolve a midiatização é constituída por uma nova natureza sócio-organizacional na medida em que passamos de estágios de linearidades para aqueles de discontinuidades, onde noções de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidades. (FAUSTO NETO *apud* SANCHOTENE, 2009, p. 254).

Nesse sentido, o ciberespaço, através da internet, acaba por ser esse ambiente capaz de proporcionar as diversas formas de apropriações midiáticas. Os canais encontrados nesse ambiente tecnológico digital são responsáveis pela mediação do conteúdo que tem um ponto de partida certo e, a partir daí, se espalha e chega a diversos atores que, além de receber, podem replicar esse conteúdo, fazendo com que o fluxo seja ininterrupto. Assim, receptores se tornam produtores e vice-versa, pois recebem e disseminam informações emitindo opiniões com base nessa midiatização. Para Carlos Renan Samuel Sanchotene (2009), que baseia seus estudos em autores renomados no campo da midiatização como: Eliseo Verón, Muniz Sodré, Antonio Fausto Neto, dentre outros, na sociedade atual:

É notável a importância ocupada pela mídia devido à sua mediação e diálogo com outros campos, promovendo o debate público e, inclusive, pautando a conversação social. É uma relação de interdependência na constituição de suas próprias legitimidades, já que os campos sociais necessitam da mídia para garantir visibilidade frente à esfera pública e a mídia necessita dos demais campos para colocar em prática sua visibilidade. (SANCHOTENE, 2009, p. 251).

Com isso, queremos afirmar que há uma interação entre os atores sociais dos mais diversos campos que constituem a sociedade, com a mídia, seja ela tradicional ou digital. É essa influência mútua que legitima a interdependência de todas as áreas com o campo comunicacional, uma vez que “os processos de comunicação ocupam a cada dia um lugar mais estratégico em nossa sociedade, já que, com a informação-matéria-prima, situam-se até mesmo no espaço da produção e não só no da circulação”. Áreas da sociedade como cultura, política, educação, necessitam comunicar suas ações para torná-las públicas, bem como, a comunicação carece dessas áreas para cumprir sua função de comunicar ao público.

Contudo, é através da utilização da internet e de seus canais digitais que podemos observar a dinâmica do processo midiático, do fluxo comunicacional cotidiano que tem a capacidade de tornar inexistente a relação de distinção entre os papéis de emissão e recepção. Além disso, quando passam a existir novas tecnologias de informação e comunicação, ou quando se modificam as formas de utilizá-las e/ou nascem novas maneiras de apropriações, podemos verificar inúmeras movimentações que a midiatização provoca. Desde a reestruturação do espaço social, reajustando a cultura vigente, até os usos que os atores sociais, pautados na colaboratividade, atribuem às técnicas, é que ditam o ritmo dessa sociedade.

Percebendo, então, as mídias como um ambiente e não um simples aparato tecnológico, trazemos a seguir as apropriações feitas pelo FdE, procurando elucidar de que forma é feito o planejamento das postagens, ou seja, como se dá o fluxo de conteúdo, o processo midiático de suas interações. Nesse sentido, foi feito, primeiramente, o levantamento dos canais utilizados pelo FdE como um todo. Para sua comunicação interna, e também, para a divulgação de conteúdo e informação para o público externo, a rede de coletivos se apropria dos seguintes canais digitais: Twitter, Facebook, Blog, Flickr, Streaming, além de contas de e-mail, Skype, Google Talk, IRC.

4.2.1 Perfis dos gestores da Mídia FdE e o fluxo informacional

Por serem diversos canais, utilizados por mais de 100 coletivos, fizemos um recorte nesse universo e optamos por trazer aqui a experiência das Casas Fora do Eixo, por serem um ponto de articulação permanente que abrangem as frentes

mediadoras (simulacros) como Banco FdE, Partido FdE, Universidade Livre FdE e, a que mais nos interessa para o estudo, a Mídia FdE. Assim, fechamos um total de 11 Casas, sendo elas:

- Casa FdE São Paulo
- Casa FdE Bauru
- Casa FdE São Carlos
- Casa FdE Sul
- Casa FdE Santa Maria
- Casa FdE Pelotas
- Casa FdE Nordeste
- Casa FdE Amazônia
- Casa FdE Minas
- Casa FdE Uberlândia
- Casa FdE Vitória da Conquista

Para entendermos melhor o perfil do responsável pela Mídia FdE, se isso influencia nas postagens e como se dá o planejamento midiático, criamos um formulário no Google Docs e enviamos o link para um e-mail comum do setor da mídia. Por não se tratar de uma imposição, mas de colaboração voluntária, tivemos sete respostas dos onze possíveis preenchimentos, sendo:

- 1) Casa FdE São Paulo
- 2) Casa FdE São Carlos
- 3) Casa FdE Sul
- 4) Casa FdE Pelotas
- 5) Casa FdE Amazônia
- 6) Casa FdE Minas
- 7) Casa FdE Vitória da Conquista

A partir das respostas obtidas com o formulário foi possível traçar um perfil dos atores responsáveis pela Mídia FdE em cada uma das Casas Fora do Eixo, que seguem abaixo.

A Mídia da Casa FdE São Paulo é composta por cinco atores que começaram a colaborar neste setor por gostarem da área e ter afinidade com comunicação. A Cobertura Colaborativa de eventos externos a rede se dá pela afinidade com as políticas e propostas do FdE e através da procura por parte dos organizadores dos eventos. Já o fluxo das informações se dá da seguinte forma:

A maioria das pautas é levantada pelos gestores da Mídia através do e-mail multimedia@foradoeixo.org.br, mas recebemos também várias indicações de fora. Após o recebimento da pauta, indicamos um editor, apuramos, redigimos e, num processo paralelo, escolhemos foto e/ou produzimos um cartaz, buscamos a equipe das redes sociais pra puxar um horário de publicação, fazemos a divulgação da nota e guardamos esse link final num banco de pautas (AGUIAR, 2013 – anexo 2).

Na Casa FdE São Carlos, são seis colaboradores que atuam no setor da mídia por gosto pessoal e formação acadêmica na área de comunicação. A Cobertura Colaborativa é feita em eventos cuja finalidade tenha relação com as políticas e propostas da rede e se dá por meio de procura por parte dos organizadores dos eventos e parcerias. O fluxo de informações ocorre através dos seguintes passos:

O primeiro passo é a chegada da pauta até a mídia. O Partido, a Universidade, o Banco, Música, Audiovisual acessam a mídia que pensa junto qual o público atingido, melhor horário de soltar e quais canais irão ser utilizados. A partir disso, se houver demanda de um flyer virtual, o design é acessado, se for sair pela rádio, ela é acessada, se for foto ou cobertura a equipe de fotografia e assim por diante. Tendo esse material em mãos junto com release ou o projeto, que é de onde sai a fonte para a redação, isso é publicado por algum canal.

Depois de publicado há a reverberação que se dá através de ondas de compartilhamentos em grupos e também acessando pessoalmente parceiros e pessoas que se interessariam na pauta e que poderiam contribuir com sua reverberação. Tudo isso é sistematizado no “Compacto.Mídia”, onde organizamos no cronograma quando sai cada pauta e os encaminhamentos para a realização das ações. Além disso é sistematizado a quantidade de horas que é investida em cada atividade, tendo um resultado final de trabalho, pessoas e investimento de cada um (PORTO, 2013 – anexo 2)

Com a mídia da Casa FdE Sul a questão da Cobertura Colaborativa também ocorre da mesma forma das anteriores, há apenas duas pessoas que possuem afinidade colaborando no setor e o fluxo de informações se dá pelo “mapeamento de ações culturais e de movimento social, articulação política e cultural” (QUEVEDO, 2013). Já na Casa FdE Pelotas, a mídia conta com três gestores que possuem formação acadêmica na área, a Cobertura Colaborativa de eventos se dá da mesma maneira que na Casa FdE Sul, ou seja, além da procura por parte dos organizadores dos eventos, há afinidade da proposta dos eventos com as políticas da rede e ainda ocorre por meio de editais de Cobertura Colaborativa. No que diz respeito ao fluxo de informações, é realizada

cobertura (fotográfica ou audiovisual). Pesquisamos sobre o assunto, através de conversas com os participantes e textos online sobre o evento/causa. Tratamos as fotos ou editamos os vídeos. Achamos um momento vago no calendário de postagens e soltamos um texto sobre o acontecimento junto com uma foto ou vídeo, na maioria das vezes colocamos no texto o link para demais fotos (LUIZA, 2013 – anexo 2)

A Mídia da Casa FdE Amazônia é gerida por cinco pessoas que possuem afinidades e colaboram no setor, a Cobertura Colaborativa segue os mesmos critérios supracitados e o fluxo segue a seguinte lógica: “mapeamento das pautas; agendamento delas no cronograma de mobilizações; escoamento das pautas por meio das redes e nossos canais de comunicação” (OLIVEIRA, 2013). Na Casa FdE Minas existem quatro colaboradores atuando no setor da mídia e o fluxo de informações ocorre por meio de “grupos de e-mail do Google e Facebook” (RUIZ, 2013). Já na Casa FdE Vitória da Conquista o gerenciamento dos canais é feito por uma única pessoa, a Cobertura Colaborativa é realizada por meio de editais e o fluxo informacional se dá através de

redes sociais e de eventos que fazemos todos os finais de semana. Todos os moradores da casa contribuem para a divulgação de acontecimentos ligados a Casa. A rede tem como objetivo conectar agentes da casa e parceiros, que tenham interesse em se conectar e trocar informação de forma livre (NASCIMENTO, 2013 – anexo 2).

Independente da Casa FdE a qual pertença o gestor, é possível notar que os perfis são bem semelhantes, embora alguns possuam formação na área de comunicação, todos eles estão no setor da Mídia FdE por possuírem afinidades e gostarem de atuar no meio. Além disso, ainda que cada um enxergue o fluxo informacional de um modo, ele está presente na rede FdE, há um planejamento das ações, das postagens, do canal, horário e modo como será veiculado.

4.3 Identidade e Alteridades: a construção identitária do Fora do Eixo

Identidade é o conjunto de características próprias que permitem a identificação e reconhecimento de uma pessoa, um grupo, uma comunidade. Essa identidade forma a personalidade do indivíduo ou coletivo e é influenciada pelas interações no meio social. O que diferencia certos atores sociais de outros é o que cria sua identidade, ou seja, o fato de ter características que diferenciam ou tornam semelhantes o indivíduo ou seu coletivo de outros indivíduos ou coletivos é o que faz

estes identificarem-se ou diferenciarem-se uns com os outros. Conforme Matín-Barbero (2006, p. 65):

A identidade não é, pois, o que é atribuído a alguém pelo fato de estar aglutinado em um grupo, mas sim, a expressão daquilo que dá sentido e valor à vida do indivíduo. É, ao tornar-se expressiva, que a identidade depende de um sujeito, individual ou coletivo, e, portanto, vive do reconhecimento dos outros: a identidade se constrói no diálogo e intercâmbio, já que é aí que indivíduos e grupos se sentem desprezados ou reconhecidos pelos demais.

Assim, identidade está sempre associada à alteridade, pois para identificar-se é preciso reconhecer e ser reconhecido pelo outro, tanto como semelhante, quanto como diferente. Constituir-se ou colocar-se no lugar do outro na relação interpessoal, dialogar com esse outro, identificar, valorizar e considerar a existência de outro distinto ou análogo a si, esse é o significado primeiro de alteridade. O estabelecimento de uma relação pacífica e construtiva com o outro favorece o reconhecimento mútuo, uma vez que, nossa existência se dá a partir da existência desse outro. Podemos dizer “quem somos”, nos “identificarmos” como tais, a partir do conhecimento e reconhecimento dos demais atores sociais. François Laplatine (2000, 21) afirma que:

A experiência da alteridade (e a elaboração dessa experiência) leva-nos a ver aquilo que nem teríamos conseguido imaginar, dada a nossa dificuldade em fixar nossa atenção no que nos é habitual, familiar, cotidiano, e que consideramos ‘evidente’. Aos poucos, notamos que o menor dos nossos comportamentos (gestos, mímicas, posturas, reações afetivas) não tem realmente nada de ‘natural’. Começamos, então, a nos surpreender com aquilo que diz respeito a nós mesmos, a nos espiar. O conhecimento (antropológico) da nossa cultura passa inevitavelmente pelo conhecimento das outras culturas; e devemos especialmente reconhecer que somos uma cultura possível entre tantas outras, mas não a única.

Manuel Castells (1999) entende por identidade de atores sociais o processo que se constrói significativamente baseado em atributos culturais que se sobressaem em relação a outras fontes de significação e afirma que essas identidades podem ser múltiplas. Contudo, não se deve confundir identidade com papéis sociais. Os papéis sociais são prontos, instituídos pela sociedade e podem influenciar o comportamento e instituir o modo de agir do sujeito. Já identidades são construídas pelos atores, mesmo que exista a possibilidade dessa construção ser realizada a partir de influências da sociedade, só vão constituir a identidade através da internalização, da apropriação por parte dos atores sociais. Conforme Castells

(1999, p. 23) “identidades são fontes mais importantes de significado do que papéis, por causa do processo de autoconstrução e individuação que envolvem. Pode-se dizer que identidades organizam significados, enquanto papéis organizam funções”.

É fato que as identidades são construídas, porém há diversos fatores, motivos, formas pelas quais e para as quais se constituem. Castells propõe então uma distinção entre três tipos de identidade, conforme suas formas e origens de construção, sendo elas:

- *Identidade legitimadora*: introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais.
- *Identidade de resistência*: criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade.
- *Identidade de projeto*: quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social. (CASTELLS, 1999, p. 24).

Todas essas formas de construir identidades acabam gerando diferentes sociedades. A *legitimadora* é, praticamente, imposta e apropriada por alguns atores que acabam reproduzindo tal identidade de dominação justamente por essa imposição. Nesse sentido, está relacionada a sociedade civil, com suas demarcações, hierarquias, classes e todos os tipos de divisões que acarretam. As identidades de *resistência* e de *projeto* constituem-se a partir da legitimadora, entretanto, com a finalidade de se opor e contrariar essa imposição dominante. Essa identidade identificada como sendo de projeto, propõe uma nova sociedade, pois, partindo da coletividade que antes era oprimida e destituída de poder, busca “um projeto de vida diferente”, objetivando, talvez, fazer com que essa identidade torne-se a base de uma nova sociedade.

Trazendo essas questões identitárias para o período social em que nos encontramos agora, ou seja, essa era da sociedade em rede [ou sociedade informacional, ou cibercultural, ou midiaticizada], Castells alega que a identidade de *projeto* só é possível a partir da identidade de *resistência*. Para tanto, a identidade é construída a partir da coletividade, isso é, de agrupamentos de atores individuais com características semelhantes em prol de objetivos comuns. Assim, a cultura e as tecnologias sociais e digitais são características que podem constituir a identidade de uma coletividade e possibilitar a resistência ao engessamento social e a

formação de um projeto de sociedade ao qual julgam suprir melhor as necessidades dos atores desse meio.

A partir das diferenciações propostas por Castells, podemos dizer que a identidade do Fora do Eixo se constitui entre a chamada “identidade de projeto” e a “identidade de resistência”, uma vez que, a máxima da rede FdE é se opor e contrariar a imposição das lógicas de governo que desconhece, muitas vezes, as propostas e necessidades sociais. Portanto, o FdE acaba gerando algo novo, possibilidades de uma alternativa de vivenciar e modificar a sociedade em que estão inseridos. Assim, os atores sociais que atuam na coletividade proposta pelo FdE têm na comunicação, na cibercultura, nos processos midiáticos e apropriações, a constituição de sua identidade, dessa inteligência coletiva.

Traremos, então, no próximo item, nossas considerações, que não são finais, pois como citado na introdução desse trabalho, acreditamos que um estudo desta proporção e com estes fins não se encerra quando termina uma pesquisa, apenas dá direcionamento e base para que outras comecem. Retomaremos algumas das principais proposições, vislumbres e exposições feitas até aqui.

5 Considerações

O presente trabalho buscou elucidar a inserção das tecnologias digitais dentro do cotidiano e a observação dos usuários e suas práticas sociais frente à internet. Além disso, objetivou desvendar como o Fora do Eixo consegue construir-se como uma inteligência coletiva, tendo a cibercultura e seus canais digitais como sua condição existencial no formato em que se encontra hoje. Cabe ressaltar aqui que teoria e objeto se construíram como duas coisas distintas, isto é, o Fora do Eixo não se utiliza de nenhum dos conceitos abordados como “manual” de constituição. O que trouxemos aqui foi nossa perspectiva de entrecruzamento de teoria e prática, a visualização de conceitos como o de Lévy (1999), considerado utópico na época, e que é possível evidenciar hoje no modo como o FdE se estrutura. Assim, cada conceito escolhido serviu para que respondêssemos o ‘como’ inteligência coletiva e cibercultura se encontram na formação e estruturação dessa rede.

Assim sendo, afirmamos que o Fora do Eixo desenvolve-se como uma rede colaborativa voltada para a cultura, paralelamente à construção de um mercado independente e interconectado. Os coletivos que fazem parte dessa grande rede – uma inteligência coletiva que reconhece mutuamente as trocas e aprendizados – conectam-se por meio do ciberespaço e seus derivados digitais que permitem aos indivíduos serem emissores e receptores de informações, deixando evidente a característica de flexibilidade do meio. É através dessa conexão que conseguem trocar informações, conhecimento, tecnologias sociais, realizar reuniões com gestores dos mais diversos pontos onde se encontre um coletivo FdE, sem a necessidade de deslocamento físico. Isso permite que os coletivos sejam organizados e estruturados de forma a criar uma identidade comum da rede e, por outro lado, comporta também a individualidade, uma vez que, suas regras são mutáveis e adaptáveis à realidade local.

Buscamos também entender como a rede se apropria dos canais digitais já existentes, lembrando que, o que prevalece não são as máquinas. A rede não só se utiliza das tecnologias digitais existentes, mas se apropria delas, cria formas de uso e as disponibiliza de modo a torná-las cada vez mais populares e acessíveis. Além disso, utiliza plataformas para disseminar atividades, informações, cobrir eventos que tenham relação com seus princípios, tudo isso de modo planejado e organizado coletivamente. Há também, a criação de dispositivos para auxiliar na gestão dos

coletivos, como a criação de tecnologias baseadas nas experiências comuns dos gestores que são disponibilizadas na internet, a fim de servir de guia para todos que precisarem, inclusive para quem não faz parte do Fora do Eixo, a exemplo do já citado Compacto.TEC. O conceito de que produção de conhecimento deva ser aberto, livre e gratuito, faz-se presente na rede por meio da utilização de plataformas e licenças de compartilhamento flexíveis. É essa a lógica aqui tratada como apropriações midiáticas, é a mediação tecnológica que condiciona e constitui as transações e relações interpessoais, valendo-se e disseminando informações para construir conhecimento.

Outra proposta deste estudo era a de investigar como a internet pode ocupar o papel central não só na comunicação, mas também na estruturação e desenvolvimento da rede Fora do Eixo. E o que consideramos é que esse tipo de iniciativa só é possível com o estabelecimento de conexões sociais através da cibercultura, da internet, que permitem que as ações tomem proporções e extrapolem os limites físicos da rede. A internet é tida como expectativa de um espaço para intensificar as trocas e gerar uma transação em rede de disseminação cultural, o que talvez não fosse possível se não existisse o ciberespaço, pois, exigiria o deslocamento físico dos atores o que aumentaria os custos, o tempo gasto e traria inúmeros impasses devido ao modo como estão organizados.

Nesse sentido, a base de tudo, e o que vamos chamamos aqui de “motor da rede Fora do Eixo”, é a inteligência coletiva, pois quando parte-se do princípio que todos podem contribuir com conhecimento e podem alimentar-se de informação coletiva para gerar conhecimento, os atores sociais que constituem essa coletividade são valorizados como seres humanos, independente de sua riqueza material, mas sim, intelectual. Essa experiência proporcionada pelo FdE se torna um grande laboratório onde tudo é experimental, tudo é formação. Por conseguinte, vislumbra-se que a mídia e a própria comunicação em si, passaram do status de ferramentas à sinônimo de forma de organização e estruturação dos movimentos sociais e culturais formadores da rede.

Portanto, podemos dizer que a partir do poder oportunizado pelas tecnologias do ciberespaço, o Fora do Eixo objetiva fazer com que esse modelo social coletivo e colaborativo, dessa cibercultura que reconhece a inteligência coletiva como fonte de geração de conteúdo, informação e conhecimento, que tem a comunicação como cerne constituinte de seu modo de ver, agir e se comportar no mundo, seja

realmente a nova sociedade contemporânea. Não se trata de transgredir a ponto de passar por cima do governo, ou das leis, ou ser algo extremamente a parte, ou superior, mas de ser uma sociedade voltada ao conhecimento e a cultura, valendo-se do existente e transformando-o de acordo com as carências, usá-lo a favor das necessidades de uma coletividade cooperativa e heterogênea. Por fim, podemos afirmar que a cibercultura condiciona a existência da rede de coletivos Fora do Eixo tal como é organizada no momento, ou seja, com seus 200 pontos que trabalham colaborativamente realizando suas trocas à distância.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Luciana. *Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital*. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/368>>. Acesso: 28 mar. 13.
- ANGROSINO, Michael. *Etnografia e Observação Participante*. Disponível em: <<http://imagens.extra.com.br/html/conteudo-produto/12-livros/299904/299904.pdf>>. Acesso: 20 mar. 2013.
- BONIN, Jiani. *Revisitando os bastidores da pesquisa: Práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação*. In: MALDONADO, A. E, et al. *Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares trilhas e processos*. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- CASTTELS, Manuel. *A Sociedade em Rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- _____. *A Sociedade em Rede: O poder da identidade*. Vol. II. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2011*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012. Disponível para download em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>.
- CONGRESSO FORA DO EIXO. *Fora do Eixo 2011*. Disponível em: <<http://congresso.foradoeixo.org.br/2011/12/22/fora-do-eixo-2011/>>. Acesso: 11 nov. 2011.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO Raquel; AMARAL Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011
- GÓMEZ, Guillermo Orozco. *Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos*. In: *Sociedade midiaticizada*. Dênis de Moraes (org.) Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
- INSTITUTO SOUZA CRUZ. *Atores Sociais*. Disponível em: <http://www.institutosouzacruz.org.br/groupms/sites/INS_8BFK5Y.nsf/vwPagesWebLive/DO8KMJ9L?opendocument&SKN=1>. Acesso: 31. jan. 2013
- INSTITUTO SOUZA CRUZ. *Capital Social*. Disponível em: <http://www.institutosouzacruz.org.br/groupms/sites/INS_8BFK5Y.nsf/vwPagesWebLive/DO8KSK8L?opendocument&SKN=1>. Acesso: 31. jan. 2013
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2011.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. *Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 2011.

LAPLANTINE, François. *Aprender Antropologia*. São Paulo: ed. Brasiliense, 2000.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Método do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. São Paulo: Atlas, 1992.

MARIA, Isis [equipe do Partido Fora do Eixo]. *Entrevista concedida por e-mail*. São Paulo. 2012.

MAGALHÃES, Nando [equipe da Universidade Livre Fora do Eixo]. *Entrevista concedida por e-mail*. São Paulo. 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Tecnicidades, identidades e alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século*. Sociedade midiaticizada. Dênis de Moraes (org.) Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Economia Criativa*. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/economia-criativa-2/>>. Acesso: 08 mar.13.

PORTA, Paula. *PRODEC*. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/texto-sobre-o-prodec-paula-porta.pdf>>. Acesso: 08 mar. 2013.

PORTAL FORA DO EIXO. *Carta de Princípios*. Disponível em: <<http://foradoeixo.org.br/institucional/carta-de-principio-do-circuito-fora-do-eixo-2009>>. Acesso: 18 jan. 2012

PORTAL FORA DO EIXO. *Regimento Interno*. Disponível em: <<http://foradoeixo.org.br/institucional/regimento-interno-do-circuito-fora-do-eixo>>. Acesso: 18 jan. 2012

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura*. Barueri, SP: Manole, 2007.

RÜDIGER, Francisco. *Introdução às teorias da cibercultura: tecnocracia, humanismo e crítica no pensamento contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANCHOTENE, Carlos. R. S. *A mediação como processo de reconhecimento, legitimidade e prática social*. Emancipação, Ponta Grossa, 9(2): 249-258, 2009.

SODRÉ, Muniz. *Eticidade, campocomunicacional e mediação* Sociedade midiaticizada. Dênis de Moraes (org.) Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

TORTURRA, Bruno. *Ministério da Cultura*. São Paulo: Trip Editora. 2011. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/revista/199/reportagens/ministerio-da-cultura.html#10>>. Acesso: 11 nov. 2011.

TRAMA VIRTUAL. Macaco Bong. Disponível em: <http://tramavirtual.uol.com.br/macaco_bong>. Acesso: 31 jan. 2013

WIKIPEDIA. *Creative Commons*. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons>. Acesso: 31. jan. 2013.

WIKIPEDIA. *ONG*. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o_n%C3%A3o_governamental>. Acesso: 31 jan. 2013

WIKIPEDIA. *OSCIP*. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Oscip>>. Acesso: 31. jan. 2013

ANEXO 1 – Questionário FdE²³

▪ Quantos são e onde se encontram os Coletivos FdE?

A rede conta hoje, entre pontos de articulação e linguagem, com 109 coletivos, divididos entre as regionais, estão localizados nas cidades:

Regional São Paulo

Ajuntaê | Campinas (SP) / CECAC | Serrana (SP) / Cidadão do Mundo | São Caetano (SP) / Colméia Coletivo | Araraquara (SP) / Edith Cultura | Bragança Paulista (SP) / Enxame Coletivo | Bauru (SP) / Fuligem | Ribeirão Preto (SP) / Guerrilha Gig | Franca (SP) / Maiêutica | Paraibuna (SP) / Casa FdE São Carlos | São Carlos (SP) / Aparelho Coletivo | São Carlos (SP) / Colombina | Taquaritinga (SP) / Timbre | São José do Rio Preto (SP) / Desdobra | Marília (SP) / Angaa | Ubatuba (SP) / Culturama | Monte Alto (SP) / Marte | Santo André (SP) / Castelo | Sorocaba (SP) / Roda Torta | Itu (SP) / Projeto CLAM | Guarulhos (SP) / Gema Genérica | Barretos (SP) / Coletivo Mogi | Porto Ferreira (SP) / Poranduba ONG | Mogi das Cruzes (SP) / Milk Shake | Santos (SP) / Coletivo Áú | Santos (SP) / Piracema | Piracicaba (SP) / Casa Fora do Eixo SP | São Paulo (SP)

Regional Nordeste

Coletivo Cultucar | Cajazeiras (PB) / Casa Fora do Eixo NE | Fortaleza (CE) / Domquixarte | Quixada (CE) / Coletivo Estação | Sousa (PB) / Coletivo Natora | Campina Grande (PB) / Coletivo Mundo | João Pessoa (PB) / Tropa Trupe | Natal (RN) / D'Outro Jeito | Recife (PE) / Instituto Candeias | Jaboatão dos Guararapes (PE) / Groovebeat | Floresta (PE) / Popfuzz | Maceió (AL) / Virote | Aracaju (SE) | Feira Coletivo | Feira de Santana (BA) / Quina Cultural | Salvador (BA) / Borda da Mata | Jequié (BA) / Chocolate Groove | Ilheus (BA) / Suiça Bahiana | Vitória da Conquista (BA) / Cumbuca Cultural | Teresina (PI) / Coletivo Velga | São Luís (MA) / Positivo | Salvador (BA) / Redecem | Fortaleza (CE) / DoSol Natal (RN)

Regional SUL

Tube Coletivo | Curitiba (PR) / ManiFestaSol | Caxias do Sul (RS) / Cardume Cultural | Florianópolis | SC / Sem Fronteiras | Florianópolis | SC / Barriga Verde | Rio do Sul (SC) / Macondo Coletivo | Santa Maria (RS) / Outro Sul | Pelotas (RS) / Tomada | Esteio (RS) / Casa Fora do Eixo Porto Alegre (RS) / Feitoria | São Leopoldo (RS) / Inverso | Porto Alegre (RS) / Ruído | Erechim (RS) / Projeto Caos | Santo Ângelo / Catarse | Porto Alegre (RS) / Cenário Coletivo | Santa Maria (RS) / Aponte | Gravataí / Coletivo Rede | Pelotas (RS)

Regional RJ/ES

Cidadela | Rio de Janeiro (RJ) / Ponte Plural | Rio de Janeiro e Niterói (RJ) / Serra Elétrica Coletivo | Nova Friburgo (RJ) / FdE ES | Vitória (ES)

Regional Minas

²³ Respostas obtidas em 07 de fevereiro de 2012.

Casa Fora do Eixo BH | Belo Horizonte (MG) / Coletivo Pegada | Belo Horizonte (MG) / Coletivo Megalozebu | Uberaba (MG) / Coletivo Semifusa | Ribeirão das Neves (MG) / Coletivo Peleja | Patos de Minas (MG) / Coletivo Vatos | Vespasiano (MG) / Instituto Cultural Coletivo Fórceps | Sabará (MG) / Colcheia | Sete Lagoas (MG) / Coletivo 77 | Barbacena (MG) / Coletivo Sem Paredes | Juíz de Fora (MG) / Coletivo A Margem | Itabirito (MG) / Corrente Cultural | Poços de Caldas (MG) / Pé de Cabra | Ipatinga (MG) / Machadada | Machado (MG) / 103 | Viçosa (MG) / Muzinga | Ouro Preto (MG) / Coletivo Anti-Herói | Divinópolis (MG) / Beerock | Guaxupé (MG) / Coletivo Retomada | Montes Claros (MG) / Coletivo Namarra | Santa Luzia (MG) / Coletivo Futucatuia | Contagem (MG) / Coletivo Bambata | Belo Horizonte (MG) / Coletivo Calcariu | Lagoa Santa (MG) / Coletivo Avulso | Coronel Fabriciano (MG) / Coletivo Locomotiva Cultural | Itajubá (MG)

Regional Centro-Oeste

CUFA MT | Cuiabá (MT) / Coletivo Esquina | Brasília (DF) / Fósforo Cultural | Goiânia (GO) / Casa FdE | Anápolis (GO) / Coletivo Brejo | Piracanjuba (GO)

Regional Norte

Coletivo Palafita | Macapá (AP) / Coletivo Catraia | Rio Branco (AC) / Coletivo Ekatu (antigo Vilhena Rock) | Vilhena (RO) / Interior Alternativo | Ji Paraná (RO) / Canoa Cultural | Boa Vista (RR) / Coletivo Difusão | Manaus (AM) / Coletivo Caos | Porto Velho (RO) / Coletivo Cuia | Manaus (AM) / Casarão Cultural Floresta Sonora | Belém (PA)

▪ Os Coletivos têm autonomia? Até que ponto?

Sim os coletivos têm total autonomia para elaborarem seus planejamentos e executar suas ações de acordo com seus interesses, demandas e diferenças locais. A articulação em rede vem exatamente para potencializar cada Ponto Fora do Eixo, ampliando a força e alcance das ações locais.

Além disso, como mecanismo de garantia coerência, organicidade e cooperação dentro da rede, foram elaborados colaborativamente em Congresso Nacional, nossa Carta de Princípios e nosso Regimento Interno.

A Carta de Princípios estabelece uma série de valores que os coletivos da rede devem pautar em suas ações. E o Regimento Interno serve para regulamentarmos o funcionamento da rede, ou seja, as instâncias deliberativas, os modos de participação e estabelecer alguns procedimentos padrões para a orientação dos coletivos.

▪ Como são divididas as tarefas na CAFE?

Na Casa Fora do Eixo SP, nos revezamos nas tarefas - temos uma ajudante as segundas, quartas e sextas, e nos outros dias, uma equipe escalada faz almoço, lanche e jantar. Cada um é responsável pela arrumação do seu quarto, e os

hóspedes também vem compor nosso cronograma de revezamento, assumindo tarefas junto aos moradores. Os hóspedes ficam pela organização do seu leito. Temos um gestor da residência, que cuida dos fluxos da produção da casa, sempre alinhando com os outros gestores. Ele cuida do atendimento, traslados, hospedagem, alimentação, e ajuda na manutenção da estrutura da Casa.

- **Como é feita a circulação das bandas?**

A Circulação de bandas dentro do circuito é articulada de diversas formas. Em 2011 foram viabilizadas através da rede 125 turnês, sendo 59 delas dentro do Grito Rock. Nessa perspectiva, os Festivais (180 no total) têm se configurado cada vez mais como ferramentas essenciais para a viabilização dessa circulação, e somando ainda mais a esse projeto temos os circuitos regionais de festivais, que alinham suas datas e planejamentos, buscando ampliar as possibilidades e contra-partidas aos artistas interessados em fazer as diversas cidades inseridas nesses circuitos. Além disso, só em 2011 foram realizadas 511 Noites FdE, eventos de médio porte, realizados com 2 a 3 atrações musicais independentes, tendo sempre uma atração de fora da cidade, se configurando como um estímulo contínuo ao intercâmbio nos diversos pontos FdE.

Buscando potencializar ainda mais essa plataforma de circulação temos em cada regional da rede uma série de agentes responsáveis por fazer a gestão e acompanhamento das turnês que são pensadas pelas bandas e produtores de cada cidade. Assim, vão se criando espaços de negociação entre os vários pontos da rede, vamos criando as oportunidades e oferecendo para os produtores que já estão inseridos de alguma forma no circuito, e assim, vamos construindo cada rota, pensando como podemos fazer com que a turnê seja feitas com o melhor custo-benefício possível. Para isso, essas equipes regionais trabalham fortemente a sistematização das ações de circulação, estruturando as micro e macro-rotas de cada regional, fazendo o levantamento das condições locais de cada cidade e fazendo os balanços financeiros dessas circulações.

- **A Mídia FdE possui algo físico (estúdio, agência)? Utiliza apenas plataformas livres?**

A Mídia é uma célula presente em todos os organogramas dos coletivos, ou seja, em todos que possuem sedes pelo país são espaços físicos onde ela acontece. Em São Paulo por exemplo, temos uma Casa Fora do Eixo com estúdio de gravação e transmissão, sala de redação e espaço para mostras, além de outras atividades culturais. Considerando as tecnologias disponíveis trabalhar apenas com tecnologias livres (câmeras e celulares, que são acessíveis, por exemplo), além disso muitas as ferramentas de comunicação não apresentam alternativas livres viáveis ainda, mas estamos sempre buscando novas viabilizar essas plataformas dentro da nossa área de atuação. Outro ponto é que a FESL (Fora do Eixo Software Livre) está diretamente ligada ao nosso organograma, sempre nos atualizando dessas tecnologias

- **A rede preza pelo uso de software livre. Certo? Poderia me falar um pouco mais sobre isso?**

Além de prezar o uso em si de software livre, a rede preza pela discussão e avanço no campo da discussão de tecnologias livres em geral (não só software). Para isso temos uma frente temática chamada FESL (Fora do Eixo Software Livre), que é responsável por trazer a pauta das tecnologias livres dentro do circuito. Como o fora do eixo é uma rede descentralizada de coletivos heterôgeneos, as políticas de discussão e uso de tecnologias livres precisam ser construídas gradualmente para não gerar uma abordagem hierárquica de migrações.

Porém trabalhamos em diversas frentes para um avanço pragmático nesse campo. Ações como observatórios e oficinas focam a formação dos coletivos nessa área. Também operamos projetos, como dos selos livres (seloslivres.wordpress.com) que visam um avanço gradativo dos usuários no uso de tecnologias através de selos, que são dados à medida que o usuário adota um conjunto de ferramentas. Além disso aplicamos uso de ferramentas livres em partes estruturantes da rede, como na plataforma de reuniões virtuais (que são feitas utilizando IRC), e nosso portal (desatualizado, mas em processo de migração), que é desenvolvido em Noosfero (rede social livre).

- **Como são feitas as coberturas colaborativas?**

A primeira etapa se chama “Mapeamento de Agentes”, fazemos um formulário online chamando pra o cadastro da cobertura colaborativa, fazemos em seguida um texto sobre a campanha de Cobertura Colaborativa para estimular a participação das pessoas. Esse texto servira para divulgação em blogs, newsletters enviadas ao publico e colaboradores e nas redes sociais do festival. Depois ligamos pra os inscritos e marcamos reunião presencial.

A segunda etapa é a de Elaboração de Dinâmicas de grupo, onde fazemos a apresentação de toda a equipe e estruturamos o formato da cobertura, assim como os responsáveis por cada ação no plano de cobertura, tudo com suas devidas tecnologias de produção. A terceira etapa é a de Formação, buscando entrosar a equipe e executar uma série de oficinas de formação nas áreas escolhidas pela cobertura.

Em seguida executamos o plano de cobertura, uma hora antes do evento fazemos uma reunião, fazemos relatórios diários e no final do dia debatemos como funcionou a cobertura, buscando re-alinhar algumas questões que podem ter surgido. E finalmente, quando terminar tudo, fazemos um relatório, preenchemos as TECs, e convocamos outra reunião para debater planos de uma formação/continuidade de um núcleo de Mídias Integradas baseado nessa experiência.

- **A comunicação do FdE é feita de que modo? Tendo em vista que tem pontos espalhados por todo o país.**

A comunicação acontece através de todos os meios possíveis, para mantermos a organicidade da rede e conseguirmos planejar e executar de maneira afinada

precisamos estar com equipes conectadas, estimuladas e entrosadas. Para tal, utilizamos diversas listas de emails (51 no total), sendo categorizadas de diversas formas, entre nacionais, temáticas, das frentes gestoras, regionais e estaduais. Da mesma forma, acumulamos uma série de Grupos do Facebook (10 grupos). Além disso, utilizamos o Gtalk e o chat do Facebook para contatos diários e imediatos, o Skype, o telefone, o Livestream e o IRC para as nossas reuniões. Cada uma dessas plataformas é utilizada por uma razão diferente, cada uma têm uma dinâmica oferece um aspecto que é necessário de alguma forma. Além disso tudo, buscamos articular a maior quantidade possível de encontros presenciais, seja em reuniões, em vivências, encontros informais, imersões e congressos, fazemos isso pois entendemos que a relação presencial é extremamente importante para o estímulo e para o desenvolvimento dos laços afetivos destes que compõem a rede.

- **Fale um pouco sobre o Banco FdE. Como funciona? Qual o propósito?**

O Banco Fora do Eixo tem como principal responsabilidade o desenvolvimento de ações no âmbito da sustentabilidade da rede, criando alternativas para a gestão e distribuição dos mais variados recursos que o arranjo do fora do eixo dispõe. Existente desde o princípio, o Banco tem em sua essência os princípios e valores norteadores da rede fora do eixo como principais fios condutores de suas ações estratégicas, sendo premissa o processo colaborativo, coletivo, compartilhado, humano, criativo e solidário para o desenvolvimento sustentável.

Na configuração organizacional, o Banco se encontra alocado na mediação das demais frentes da rede junto ao PCult (Partido da Cultura), a Universidade Livre (UniFdE e Unicult) e a Mídia Fora do Eixo, que juntos formam o sistema dos simulacros fora do eixo. Os simulacros traduzem a intersecção necessária entre as frentes mediadoras afim de garantir o equilíbrio entre as dinâmicas e atividades dos pontos e frentes do fora do eixo.

O Banco Fora do Eixo é responsável por pensar e trabalhar nos processos de gestão financeira da rede, seja em recurso em moeda corrente ou em card. Em cada Casa Fora do Eixo podemos dizer que funciona sim uma agência do Banco Fora do Eixo, por serem os locais propícios para o desenvolvimento e laboratório de tecnologias novas, mas essas agências não são como agências tradicionais de bancos, são na verdade espaços e locais onde são aplicados e pensados os projetos estratégicos desenvolvidos pela frente. O caixa coletivo é uma das primeiras tecnologias desenvolvida pelo Banco Fora do Eixo, que surgiu como uma ferramenta de gestão sustentável dos coletivos e carrega muito forte o símbolo do viver coletivo. Hoje vem a cada dia sendo mais experimentada pelos coletivos da rede.

- **Como funciona o FdE Card? Cada coletivo tem o seu?**

O Fora do Eixo Card é o selo que agrega todas as moedas complementares solidárias da rede. Cada ponto tem sua própria moeda, sendo ele praticada de forma física e/ou não. As moedas complementares funcionam a base de trocas de serviços e produtos entre pontos da rede e/ou parceiros diversos que se relacionam através

dessa rede solidária. Existem pelo menos três formas praticadas de trocas: 1) Trocas diretas, sem considerar o valor ou o tempo de trabalho. Por exemplo: Trocar um carro por um ar condicionado. 2) Trocas a partir do registro de horas de trabalho. Independente do valor / hora estabelecido pelo agente integrado, o importante é registrar para que se equipare as trocas com o mesmo valor acordado. 3) Trocas a partir da moeda física que se equivale ao R\$, ou seja, 1 card = 1 real. Todas as trocas devem ser registradas e valoradas para que tenhamos indicadores para divulgar e disputar com o mercado tradicional. Esse registro é utilizado em contrapartidas, negociações, mídia e etc. O registro se dá essencialmente pelo extratocard dos agentes integrados e Compacto.tec's. O Fora do Eixo Card também se trata do nosso sistema regente que agrega as frentes mediadoras PCult, UniFdE, Banco FdE e Centro Multimídia FdE.

O FdE Card é uma ferramenta que vem para fortalecer ainda mais os processos de trocas de serviços no campo cultural, construindo uma ampla rede de trocas solidárias envolvendo profissionais, gestores, grupos, organizações e outros possíveis parceiros, além de diversas moedas sociais do Fora do Eixo articuladas em diversas cidades brasileiras. Isso implica que um agente integrado poderá trocar serviços e produtos tanto com as Casas Fora do Eixo, quanto com coletivos da rede, com outras pessoas, grupos, etc, que fazem parte dessa rede de relações. A idéia é promover alternativas de geração de recursos para os agentes integrados a essa rede, que podem acessar o banco de serviços e produtos disponíveis.

Hoje temos ao todo 9 coletivos trabalhando com uma moeda complementar em sua versão física, 17 coletivos utilizando versões virtuais, controlando sua distribuição por extratos, e 40 coletivos que estão no processo de lançamento da sua respectiva moeda complementar.

▪ **Os projetos são financiados pelo governo (LIC, Rouanet) ou tem um fundo próprio?**

Os coletivos buscam articular os diversos recursos disponíveis, desde troca de serviços, locais, através de suas moedas complementares, patrocínios, prestação dos serviços presentes no cardápio de cada coletivo, participação massiva em editais e, também através de captação de recursos pelas diversas de Leis de Incentivos a Cultura.

Quase 60% dos recursos movimentados na rede provém de recursos próprios, somando moeda complementar e moeda oficial. A segunda fonte de recurso mais utilizada são os Editais. A utilização de Leis de Incentivo Estaduais variam muito de acordo com o estado. A Bahia, Minas Gerais e o Pará são os estados nos quais conseguimos maior valor em captação de recurso por meio de renúncia fiscal. Já a Lei Rouanet é o mecanismo de captação que foi menos utilizado pela rede até agora, a maioria dos casos existentes, estão vinculados a um edital que prevê a inscrição na Lei.

▪ **As despesas (viagens, alimentação, hospedagem, etc.) dos colaboradores da Rede são cobertas de que maneira?**

Da mesma forma, são articuladas diversas maneiras para cobrir esses custos. Seja através de captação de recursos para o respectivo evento, editais, *crowdfunding*, articulação com parceiros e recursos próprios. Uma das maiores ferramentas da rede para cobrir custos de hospedagem e alimentação são as campanhas de Hospedagem Solidária que são fomentadas de tempos em tempos nas cidades. Ou seja, lançamos campanhas de mapeamento de colaboradores que querem hospedar em suas casas e estabelecimentos os diversos agentes culturais que estão em circulação, é o caso da campanha Hospeda Cultura, por exemplo.

Buscando potencializar as possibilidades de articulação de recursos para as mais diversas demandas grande parte dos coletivos da rede trabalha com uma tecnologia chamada Caixa Coletivo, isso é, a utilização de um corpo financeiro comum (caixa único) para um conjunto de indivíduos. Nessa perspectiva toda renda é destinada ao caixa coletivo, independente do projeto ou origem, ou seja, desde a bilheteria do show, a verba articulada através de um edital, ou mesmo o presente da mãe, tudo vai para o mesmo caixa. Da mesma forma, toda despesa, independente do destino, é paga com o saldo desse mesmo caixa, aí estão inclusas as contas de água, energia, internet, as passagens, a feira do mês, o lanche, o cigarro, o laptop, o tênis novo e etc. Nesse sentido, não existe um salário ou um montante fixo de retirada mensal de cada membro participante do caixa, e sim necessidades pessoais que são negociadas coletivamente.

Assim, fazemos a gestão desse caixa com uma série de TECs de controle, tendo como principal referência as necessidades coletivas, gerir gastos e rendas passa pela percepção de que a necessidade é o ponto principal de empenho financeiro, portanto, todo valor a ser pago e recebido é direcionado para suprir as necessidades básicas dos indivíduos e, a partir daí, determinar possibilidades de conforto, buscando sempre fazer com que os investimentos prioritários sejam estabelecidos coletivamente, ou seja a decisão é conjunta, e assim a harmonia na utilização do capital investido reside no diálogo entre os envolvidos.

- **As banquinhas FdE estão presentes em todos os eventos?**

Hoje são 65 pontos FdE que montam banquinhas nos diversos eventos de sua cidade, seja nos eventos que o seu coletivo produz, quanto nos eventos de parceiros. Na rede temos uma série de pontos de distribuição fixos, como lojas de CD e espaços para exposição de produtos culturais em espaços parceiros.

ANEXO 2 – Formulário Mídia FdE

1) Nome:	2) De qual Casa Fora do Eixo você faz parte?	3) Quais canais midiáticos digitais possui a Casa?	4) Quantas pessoas fazem parte do gerenciamento destes canais na Casa?	5) Qual motivo as levou a colaborar nesta área?	6) Quais os critérios utilizados para selecionar eventos que não são diretamente ligados a rede FdE para realizar a Cobertura Colaborativa?	7) Como se dá o fluxo das informações nas mídias digitais do FdE?
Ana Luisa	Casa FdE Pelotas	twitter. com/casafdepelotas facebook. com/casaforadoeixc https: //casafdepelotas. jux.com/	3	formação acadêmica na área, o setor estava carente de pessoal	afinidade com as políticas e propostas da rede, procura por parte dos organizadores dos eventos, através de editais de Cobertura Colaborativa	Fazemos a cobertura (fotografia ou audiovisual) Pesquisamos sobre o assunto, através de conversas com os participantes e textos on line sobre o evento/causa Tratamos as fotos ou editamos os vídeos Achamos um momento vago no calendario de postagens e soltamos um texto sobre o acontecimento junto com uma foto ou video, na maioria das vezes colocamos no texto o link para demais fotos
Dríade Aguiar	Casa FdE São Paulo	Twitter - https: //twitter. com/casaforadoeixc Facebook - http: //www.facebook. com/casaforadoeixc E-mail de contato - contato@foradoeixc	5	gosto pessoal e afinidade	afinidade com as políticas e propostas da rede, procura por parte dos organizadores dos eventos	A maioria das pautas são levantadas através do e-mail multimedia@foradoeixc mas recebemos bastante indicações também. Após o recebimento da pauta, indicamos um editor, apuramos, redigimos, num processo paralelo escolhemos foto/cartaz, buscamos a equipe das redes sociais pra puxar um horario de publicação, fazemos a divulgação da nota e guardamos esse link final num banco.

1) Nome:	2) De qual Casa Fora do Eixo você faz parte?	3) Quais canais midiáticos digitais possui a Casa?	4) Quantas pessoas fazem parte do gerenciamento destes canais na Casa?	5) Qual motivo as levou a colaborar nesta área?	6) Quais os critérios utilizados para selecionar eventos que não são diretamente ligados a rede FdE para realizar a Cobertura Colaborativa?	7) Como se dá o fluxo das informações nas mídias digitais do FdE?
Michelle Parron Ruiz	Casa FdE Minas	Site: casaforadoeixomina twitter: twitter. com/casafdeminas Facebook: https://www.facebook.com/casaforadoeixoc	4	gosto pessoal e afinidade	afinidade com as políticas e propostas da rede	O fluxo acontece por grupos de email do google e facebook.
Eduardo Porto	Casa FdE São Carlos	Página - https://www.facebook.com/CasaFdESanc Perfil - https://www.facebook.com/casasanca?fref=ts Twitter - @casafdesanca	No atual momento 6.	gosto pessoal e afinidade, formação acadêmica na área	afinidade com as políticas e propostas da rede, procura por parte dos organizadores dos eventos, parcerias	O primeiro passo é a chegada da pauta até a mídia. O Partido, a Universidade, o Banco, Música, Audiovisual acessam a mídia que pensa junto qual o público atingido, melhor horário de soltar e quais canais irão ser utilizados. A partir disso, se houver demanda de um flyer virtual, o design é acessado, se for sair pela rádio, ela é acessada, se for foto ou cobertura a equipe de fotografia e assim por diante. Tendo esse material em mãos junto com release ou o projeto, que é de onde sai a fonte para a redação, isso é publicado por algum canal. Depois de publicado há a

1) Nome:	2) De qual Casa Fora do Eixo você faz parte?	3) Quais canais midiáticos digitais possui a Casa?	4) Quantas pessoas fazem parte do gerenciamento destes canais na Casa?	5) Qual motivo as levou a colaborar nesta área?	6) Quais os critérios utilizados para selecionar eventos que não são diretamente ligados a rede FdE para realizar a Cobertura Colaborativa?	7) Como se dá o fluxo das informações nas mídias digitais do FdE?
						reverberação que se dá através de ondas de compartilhamentos em grupos e também acessando pessoalmente parceiros e pessoas que se interessariam na pauta e que poderiam contribuir com sua reverberação. Tudo isso é sistematizado no Compacto.Mídia, onde organizamos no "cronograma" quando sai cada pauta e os encaminhamentos para a realização das ações. Além disso é sistematizado a quantidade de horas que é investida em cada atividade, tendo um resultado final de trabalho, pessoas e investimento de cada um.
Ricardo Silva Oliveira	Casa FdE Amazonia	Twitter, Facebook, e-mail, site	5	gosto pessoal e afinidade	afinidade com as políticas e propostas da rede, através de editais de Cobertura Colaborativa	O fluxo segue a seguinte lógica: - Mapeamento das pautas; - Agendamento delas no cronograma de mobilizações; - Escoamento das pautas por meio das redes e nossos canais de comunicação
Fernanda Quevedo	Casa FdE Sul	Twitter, facebook	2 pessoas	gosto pessoal e afinidade	afinidade com as políticas e propostas da rede	Mapeamento de ações culturais e de movimento social, articulação política e cultural.

ANEXO 3 – Questionário PósTV

▪ Como funciona a PósTV?

Em sintonia com os movimentos sociais de diversas linguagens a PósTV surge em 2010 como alternativa às narrativas do meios de comunicação tradicional. É também um instrumento de democratização da informação que tem por objetivo contribuir para o aumento de criticidade acerca dos acontecimentos globais. É uma plataforma midiativista de transmissão ao vivo que em 2013 ganha ainda mais força com adesão de dezenas de novos parceiros. Este ano a grade de programação esta ainda mais diferenciada, trazendo programas com temáticas diversas, desde políticas, direitos humanos, gênero, esporte, culinárias, entre outros. Na prática, o veículo reinventa e potencializa o streaming (transmissão de vídeo pela internet) e conta com curadoria colaborativa.

▪ Que tipo de conteúdo é transmitido?

Muitos debates relativos a temas variados sobre os quais os movimentos se mobilizam e lutam. Políticas culturais, questões agrárias, de moradia, direitos humanos, acaba por se tornar uma Tv dos movimentos, livres para dizerem o que quiserem. Há também experimentos de formação de conteúdo de diversidade, questões holísticas, culinária, programas infantis, etc. A plataforma é aberta para se contruir variados programas, cada qual com seu formato, sem nenhum tipo de restrição.

▪ Como se dá o planejamento do que será veiculado pelo canal da PósTV?

A PosTV é organizada a partir de um cronograma mensal de adesão de programas. Nele são inseridos todos os programas mapeados bem como peças graficas, videos e materiais que componham a construção do programa. Para quem quiser adicionar programas a grade, basta enviar um email para canalpostv@gmail.com. Pelo que entendi, é um canal único que funciona com transmissões ao vivo.

▪ Tendo em vista o número grande de coletivos que compõem a rede FdE, como se dá a utilização deste canal?

O site comporta diversas transmissões simultâneas e tem sua linha de acesso aberta, podendo cada realizador de um programa inseri-lo no site e fazer o fluxo de comunicação.

▪ Fale um pouco da experiência de ter um canal de TV aberto, independente, colaborativo, sem financiamento e sem censura ou delimitação de conteúdo e formato.

Além dos primeiros programas de 2010, a PósTV conta com programas históricos. A campanha Cidade Que Queremos, organizada em todo o território nacional com debates e entrevistas com candidatos das eleições municipais de 2012. Foram cerca de 200 programas realizados nos últimos 20 dias do período de campanha eleitoral e foram focados em delinear propostas colaborativas para as cidades. Foi a

primeira a a divulgar as imagens da prisão do rapper Emicida durante um show em Belo Horizonte maio de 2012, trazendo a tona o debate acerca do genocídio da juventude negra brasileira. Foi também o veículo escolhido pelo ex-ministro Franklin Martins em junho do ano passado, para sua primeira entrevista após deixar o governo.