

# PRÁTICAS DE LEITURA E ESCRITA EM CONTEXTO DIGITAL: AUTORIA E(M) NOVOS MÍDIUNS

## PRACTICES OF READING AND WRITING IN DIGITAL CONTEXT: AUTHORSHIP AND (IN) NEW MEDIUMS

Fabiana KOMESU

Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Instituto de Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Fernanda Correa Silveira GALLI

Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Instituto de Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista (UNESP)

### RESUMO

*O objetivo deste artigo é problematizar a noção de autor em novos mídiuns, considerando-se a relação (de oposição) entre usuário (das tecnologias) e sujeito (da linguagem) como imprescindível para a investigação de práticas sociais de leitura e escrita emergentes em contexto digital. Com base em pressupostos dos Novos Estudos do Letramento e da Análise do Discurso de linha francesa, busca-se discutir como uma noção de autor vinculada à projeção da imagem de usuário das tecnologias (aquele que saberia acessar, criar, compartilhar, distribuir, consumir, compreender e selecionar “informação”) mostra-se pouco produtiva numa reflexão sobre linguagem e tecnologias, uma vez que, de uma perspectiva discursiva, (i) a informação não é localizável fora do modo de constituição dos sujeitos; (ii) o sujeito não tem controle sobre produção e disseminação de informação (de sentidos).*

## ABSTRACT

*The objective of this paper is to problematize the concept of author in new mediums, considering the relation (opposition) between user (of the technologies) and subject (of the language) as indispensable to the research of reading and writing social practices emerging in digital context. Based on New Literacy Studies and Discourse Analysis (French approach) assumptions we try to discuss how a notion of author linked to the projection of the technologies user's images (the one who would know to access, to create, to share, to distribute, to consume, to understand and to choose "information") is not very productive in a reflection on language and technologies, since, from a discursive perspective, (i) the information is not locatable outside the subjects constitution; (ii) the subject has no control over production and dissemination of information (of senses).*

## PALAVRAS-CHAVE

*Letramento. Letramento digital. Autoria. Novos mídiuns.*

## KEYWORDS

*Literacy. Digital Literacy. Authorship. New medium.*

## Introdução

Neste artigo, buscamos problematizar a noção de autor em novos mídiuns<sup>1</sup> na *Web 3.0*, considerando-se a relação (de oposição) entre usuário (das tecnologias) e sujeito (da linguagem) como imprescindível para a investigação de práticas sociais de leitura e escrita emergentes em contexto digital. Com base em pressupostos dos Novos Estudos de Letramento e da Análise do Discurso de linha francesa, procuramos

---

<sup>1</sup> Segundo MAINGUENEAU (2008), mídiun é o modo de manifestação material dos enunciados em diferentes suportes. Não se trata, portanto, de "um simples meio de transmissão do discurso, [já que] ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer" (MAINGUENEAU, 2008: 71).

discutir como uma noção de autor vinculada à projeção da imagem de usuário das tecnologias – aquele que saberia acessar, criar, compartilhar, distribuir, consumir, compreender e selecionar “informação” – mostra-se pouco produtiva numa reflexão sobre linguagem e tecnologias, uma vez que, de uma perspectiva discursiva, (i) a informação não é localizável fora do modo de constituição dos sujeitos; (ii) o sujeito não tem controle sobre produção e disseminação de informação (dos sentidos).

De nosso ponto de vista, essa distinção entre usuário (das tecnologias) e sujeito (da linguagem), sinalizada em KOMESU e GALLI (2014), constitui deslocamento necessário para a investigação de práticas sociais de leitura e escrita emergentes em contexto digital. O fato de o usuário, com acesso à rede, criar e compartilhar materiais, encontrar de maneira “personalizada” informação, com base em “ferramentas de expressão e comunicação”, produz como efeito de sentido percepção generalizada de que haveria crescente (incessante) importância do “conteúdo” gerado, compartilhado e selecionado por esse usuário, independentemente de (seu) posicionamento discursivo e de (sua) relação sócio-historicamente estabelecida com o outro, como se toda e qualquer produção na *web* fosse visível para e localizável por aqueles que, segundo relações de força quase sempre dissimétricas (PÊCHEUX, 1997; FOUCAULT, 2000; 2004), ocupam posicionamentos que permitem disseminação de determinados sentidos.

O artigo está organizado da seguinte maneira: com base na apresentação de ferramentas utilizadas em práticas letradas digitais, discutimos a dinâmica da chamada *Web 3.0*, a qual permite a emergência de uma noção de usuário das tecnologias dotada de poder, mais especificamente, de controle da informação (dos sentidos). Em seguida, buscamos problematizar o modo como a informação é concebida no atual cenário da convergência de mídias (JENKINS, 2009), de uma *produção* (BRUNS, 2006), com base no pressuposto de que há discursividades que sustentam a chamada cultura participativa (JENKINS ET AL., 2006)

para todos (consumidores-produtores, produusuários), embora essa cultura não esteja pautada na igualdade de acesso e de possibilidades. Procuramos destacar, ao final, que, de uma perspectiva etnográfica e discursiva (CORRÊA, 2011), não há brechas para que a informação seja concebida como “coisa” (BUCKLAND, 1991) acessada e armazenada pelo indivíduo, assim como não há espaço para que, numa cultura participativa (JENKINS *ET AL.*, 2006) ou de *produção* (BRUNS, 2006), haja controle de informação (dos sentidos).

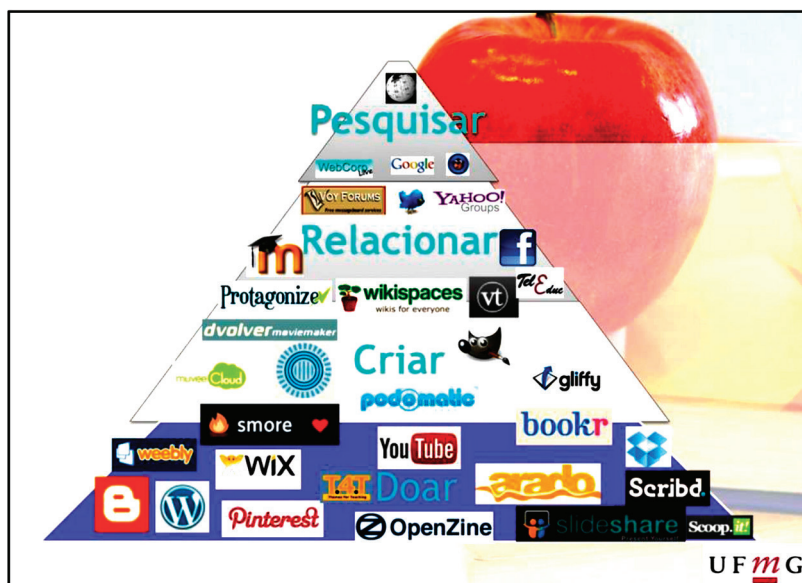
## 1. “Uma ideia na cabeça e um código na tela”<sup>2</sup>

Muitas – e sempre em número crescente – são as ferramentas criadas e sugeridas para serem utilizadas em práticas sociais de leitura e de escrita em contexto digital. Vera Lúcia Menezes de Oliveira e Paiva, professora titular na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG, Belo Horizonte, MG, Brasil), propõe que o fluxo do processo na *Web 2.0* pode ser caracterizado segundo ações como pesquisar, relacionar, criar, doar, conforme visualizamos na Figura 1, considerando-se que esse procedimento metodológico visa a ressaltar aspecto determinado dessas ferramentas, não restrito, entretanto, àquela ação, o que implica dizer que pode haver convivência e/ou sobreposição de ações.

---

<sup>2</sup> Trata-se de título de palestra proferida no *Campus Party Brasil*, conhecido como um dos principais eventos de tecnologia no mundo, ocorrido em 2015 na cidade de São Paulo, Brasil. Os palestrantes tinham como objetivo “desmistificar” o trabalho com linguagem de programação, argumentando que (i) não se tratava de trabalho restrito a profissionais do gênero masculino e (ii) que seria possível “tirar uma ideia do papel” (ou “da cabeça”) e transformá-la em negócio digital, mediante redação lógica de códigos que designariam com exatidão o que o programador gostaria de “ensinar” para a computador. Por intertextualidade explícita, o título retoma ainda o enunciado “Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”, atribuído a Glauber Rocha (1939-1981), expoente do Cinema Novo, que defendia a utilização de meios de produção artística, incluídos os de baixo custo, como os restritos ao uso de uma mera câmera, a serviço da transformação social. Levando-se em conta o chamado ciberativismo e possibilidades de utilização das tecnologias do momento, em particular, dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones*, talvez o ideal do cineasta não esteja distante (ver CASTELLS, 2013; MALINI, ANTOUN, 2013).

FIGURA 1: Ferramentas digitais

(VERA LÚCIA MENEZES DE OLIVEIRA E PAIVA, 2015)<sup>3</sup>

*Web 2.0* é expressão popular que designa versão da internet caracterizada por interface amigável, dinamicidade, compartilhamento, colaboração na distribuição de conteúdos disponíveis. WARSCHAUER E GRIMES (2007), citando COIRO ET AL. (2007), destacam que a apropriação de tecnologias da *Web 2.0*, como a de *wikis*, blogagem, jogos multiusuários, redes sociais, com publicação de *podcasts*, imagens estáticas e/ou em movimento, com possibilidade de *feedback* por meio de mecanismos de avaliação, facultaria a usuários de computador modos “mais interativos” de participação, com publicação de conteúdo multimídia.<sup>4</sup> Esses *sites* que “permitem e dependem da marcação de

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/vlmop>>. Acesso em: 03 jun. 2015.

<sup>4</sup> Ver a esse respeito, adiante, BRUNS (2006) e a caracterização do que denomina *produção/produsuário*.

conteúdo produzida pelo usuário”, conhecida como *folksonomia*,<sup>5</sup> caracterizam a arquitetura dessa segunda geração da *Web*. Permitem ao usuário das tecnologias, na visão dos autores, “gerar, linkar, avaliar, compartilhar ampla variedade de conteúdo *on-line*” (WARSCHAUER; GRIMES, 2007) na passagem de uma era de “linkagem de informação” para uma era de “linkagem de pessoas”, na expressão de WESCH (2007) retomada por WARSCHAUER E GRIMES (2007).

O passo seguinte no processo das tecnologias digitais é conhecido como *Web 3.0* ou *Web Semântica*, já que os dados disponíveis na internet seriam nessa etapa do processo organizados por motores de busca que não mais se limitariam a armazenar e disponibilizar esses dados *on-line*, mas também a organizar a informação, num uso mais inteligente, segundo necessidades particulares de cada um. Assim, a distinção entre *Web 2.0* e *Web 3.0* consistiria na obtenção, no caso da segunda, de lista de respostas com soluções personalizadas para cada pergunta. A empresa transnacional *Microsoft*, por exemplo, ao anunciar, em junho de 2009, o lançamento do *Bing*,<sup>6</sup> novo motor de busca, procurou destacar que não se tratava de motor de pesquisa, mas de *motor de decisão* (*decision engine*), capaz de potencializar escolhas concretas que devem ser feitas individualmente pelo usuário da rede.

De nosso ponto de vista, interessa problematizar uma noção de *empoderamento* do usuário das tecnologias, a qual emerge no contexto dessas práticas letradas digitais, seja numa relação entendida como um-para-todos – caso de b(v)logueiros, considerados “autores individuais”, pessoas ditas “comuns”, que mantêm enorme audiência na rede, alcançando *status* de *webcelebridade* –,<sup>7</sup> seja numa relação muitos-

<sup>5</sup> A propósito do estudo desse procedimento com base em *hashtags*, ver RECUERO ET AL. (2015) e uma análise dos protestos de junho de 2013 no Brasil.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.bing.com/>>. Acesso em: 11 set. 2015.

<sup>7</sup> No Brasil, por exemplo, é conhecida a história de PC Siqueira, jovem paulistano de 29 anos, conhecido por exibir vídeos produzidos e por ele editados (*vlogs*) na rede social de compartilhamento *YouTube*, nos quais discute, com humor, o que um usuário “não quer saber sobre assuntos banais”. Seu canal no *YouTube* apresentava, até o início do ano de 2015, mais de 130 milhões de visualizações, com mais de um milhão de inscritos.

para-muitos – caso dos usuários de rede social que compartilhariam informação com usuários de outras redes, permitindo, até mesmo, que usuários não inscritos em rede social tenham acesso, dadas as preferências registradas por hábitos de navegação no computador conectado à internet, a “conteúdo personalizado” produzido e distribuído na rede. Pode-se dizer, com base nessa proposta, que numa era de “linkagem de pessoas” caracterizada por inteligência artificial que permitiria localizar “respostas concretas” para cada demanda individual, cada um teria poder de estabelecer, com o outro que fosse escolhido, contato ou relações profissionais/de afeto, podendo, desse modo, criar, compartilhar, distribuir, consumir e selecionar informação do modo como julgar necessário.

É essa noção de poder atribuído a indivíduo ou grupo determinado a que aparece em histórias, cada vez mais populares, sobre empreendedorismo, desenvolvimento, *games*, robótica, ou ainda: criatividade, inovação, entretenimento, ciência na *Web 3.0*. Os perfis dessas *webcelebridades*, instantâneas ou não, parecem evidenciar o fato de que ter “uma ideia na cabeça e um código na tela” seriam condições suficientes para transformar um usuário de tecnologias – jovem estudante (ou não) de quaisquer países, com conhecimentos básicos (ou não) de informática, com acesso à internet, com algum (ou quase nenhum) capital inicial – numa personalidade de sucesso, dado o domínio de produzir, compartilhar, distribuir, consumir, compreender e selecionar informações consideradas fundamentais por determinados grupos.

O que se destaca é que a convergência de várias tecnologias (como veremos adiante com JENKINS, 2009), com emprego de banda larga, acesso móvel à internet, tecnologia de *web* semântica, aliada a saber criar/utilizar aplicativos, plataformas, *sites* parecem facultar plena participação do sujeito na sociedade, em categorias-chave como mobilidade, cidadania, emprego, sustentabilidade, consumo (ou ainda roubo de informações pessoais, violação de propriedade intelectual,

espionagem industrial, espionagem política,<sup>8</sup> plágio, pirataria, pedofilia, calúnia e difamação, ameaça, discriminação). A propósito de uma noção de autoria em novos mídiuns, ressaltamos ainda o fato de essa concepção se deslocar de uma tentativa de visibilidade total do indivíduo ou de um grupo, caso das *webcelebridades* mencionadas (mas não somente), à tentativa de “apagamento” do autor individual ou coletivo, que atuaria na rede de forma plenamente anônima, caso de *hackers* e *haters*, por exemplo. Num extremo como noutro, é uma noção de poder (*fazer, saber, dizer*) a que parece reger essas práticas sociais. Para muitos, trata-se, pois, da emergência de uma noção de autor em novos mídiuns na contemporaneidade, fundamentada no empoderamento de condições de vida, na apropriação de tecnologias de informação e comunicação (TIC), com reconhecimento tanto de práticas coletivas quanto de individuais, porque vinculadas a determinadas escolhas assim concebidas.<sup>9</sup>

## 2. Informação e autoria e(m) novos mídiuns

O atual cenário contemporâneo aponta para uma realidade em que velhas e novas mídias parecem colidir, marcando que os limites entre o tradicional e o digital têm se tornado cada vez mais tênues. Na “cultura da convergência” – denominação cunhada por Henry Jenkins, professor de Ciências Humanas, fundador e diretor do programa de Estudos de

<sup>8</sup> O programa de vigilância global e espionagem do governo norte-americano tornou-se conhecido dadas as denúncias do ex-analista da Agência de Segurança dos Estados Unidos (NSA), Edward Snowden. A esse respeito, ver o documentário *Citizenfour*, da cineasta norte-americana Laura Poitras (2015). Disponível em: <<https://citizenfourfilm.com/>>. Acesso em: 11 set. 2015).

<sup>9</sup> Não por acaso, *sites* como *DigitalLiteracy.gov*, iniciativa da administração do presidente norte-americano Barack Obama, enfatizam, num país com as dimensões geográficas e a relevância sócio-histórica e política como os Estados Unidos, o valor da utilização da internet na criação de um currículo, na busca por emprego, na exploração das possibilidades de uma carreira profissional (disponível em: <<http://www.digitalliteracy.gov/>>. Acesso em: 19 jul.2015). Sobre uma distinção entre inclusão digital como acesso “puro e simples às novas tecnologias de informação e comunicação” e como fenômeno sociocultural característico das eras pós-nacional e pós-industrial, ver BUZATO (2007).



Mídia Comparada do MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) –, mídias corporativa e alternativa se cruzam, poderes do produtor de mídia e do consumidor interagem, a partir da proposição de que o fluxo de conteúdos converge por meio de múltiplas plataformas de mídia, favorecendo “à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2009:29). Neste cenário da convergência das mídias, “toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia.” (JENKINS, 2009: 29), de modo que a circulação de conteúdos depende da participação do consumidor, que é constantemente incentivado, muito mais do que em qualquer outra época, a “procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Desse modo, entende-se que a propagação dessa cultura participativa conferiria a usuários das tecnologias certo empoderamento, que parece resultar não só da possibilidade de apropriação das TIC, mas também da possibilidade de apropriação de outras funções, como o de produtor de informações e/ou de autor em novos mídiuns.

Do ponto de vista dos estudos da comunicação, BRUNS (2006) propõe refletir sobre a função do que denomina *produsuário* (“producer”), híbrido de usuário e produtor, num processo caracterizado por colaboração, em oposição, portanto, a modelo de cadeia produtiva industrial tradicional, fundado numa distinção dos papéis de produtor, distribuidor e consumidor. Para BRUNS (2006: 2), num modelo econômico pós-industrial, a produção de ideias emergiria em contexto participativo, em contínua construção, que favoreceria “quebra” de fronteiras entre produtores e consumidores – razão pela qual BRUNS também propõe o neologismo *produzagem* –, particularmente quando o que é produzido é da ordem do intangível, caso da informação. Os principais exemplos desse processo podem ser tomados, segundo BRUNS (2006: 2-4), da colaboração no desenvolvimento de *softwares open source*, da participação

em espaços multiusuários da *Wikipédia*, da produção de conteúdo, com inovação de jogos multiusuário *on-line*, da publicação colaborativa *on-line* na blogosfera, com descentralização e distribuição de informação.

Se, por um lado, esse cenário aponta para a emergência do “produsuário” (BRUNS, 2006) ou de novo *ethos*, na proposição de LANKSHEAR E KNOBEL (2007; 2011), em meio a (novas) práticas de leitura e escrita que envolveriam (novas) maneiras de produção, distribuição, troca e recebimento de textos por tecnologias digitais (ver, por exemplo, o que discutem BUZATO ET AL., 2013, a respeito de *remixes* e *mashups*), por outro, parece faltar, para o que interessa aos estudos discursivos, problematização sobre noção de empoderamento desse cenário decorrente, em especial, no que se refere à (apropriação de) informação pelo usuário das tecnologias – de nosso ponto de vista, sujeito da linguagem. JENKINS (2009) e BRUNS (2006), por exemplo, não discutem o fato de que nessa cultura de convergência a noção de participação passe pela ideia de *ser consumidor*. De uma perspectiva etnográfica e discursiva (ver CORRÊA, 2011, adiante), a ação de consumir pode tanto estar relacionada a uma suposta liberdade de escolha (do consumidor) – claramente fundamentada em princípios liberais que incentivam consumo de bens e serviços, na busca de suposto “equilíbrio” entre oferta e demanda através de livre circulação de capitais, produtos e pessoas, sem intervenção do Estado –, quanto a coerções ao sujeito impostas, já que a ordem (dos discursos) é “consumir” o que, sócio-historicamente, à disposição está.

No domínio das ciências sociais, MIGUEL (2015) observa, a propósito das manifestações da direita brasileira (mas não somente) no ano de 2015 – no que diz respeito, dentre outros assuntos, ao pedido de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff –, que o discurso de que o Estado deveria recuar em favor de uma livre regulação mercado – com imposição de consumo como doutrina econômica e prática política, ressaltaríamos nós – implica reflexão sobre “controle de recursos que os

próprios mecanismos de mercado distribuem de forma muito desigual e que refletem uma série de acasos”. O fato, pois, de que o mercado promoveria “algum padrão de justiça, recompensando qualidades e punindo defeitos”, torna-se questionável, uma vez que as condições na sociedade são, sobretudo, assimétricas. Para MIGUEL (2015), é senso comum, no entanto, opor o Estado, “esfera de coerção”, ao mercado, “esfera de interações livres e voluntárias.” No mercado, diz o autor – e numa sociedade de consumo, destacaríamos nós –, o sujeito não seria coagido a comprar ou vender nada, a não ser que nessas trocas julgue que haveria alguma vantagem para si. Na avaliação de MIGUEL (2015), trocas livres e voluntárias não existem: “A maior parte das pessoas age constrangida por necessidades prementes e esse é um elemento incontornável do funcionamento do mercado capitalista.”

O estatuto de *consumidor* do usuário das tecnologias, tal como concebido, mas não problematizado, em parte dos trabalhos dos Novos Estudos de Letramento voltados ao contexto digital, expõe esse conflito assinalado por MIGUEL (2015) no caso do mercado: diferentemente do que concebe o indivíduo, não há empoderamento com total poder de escolha, por exemplo, da informação a ser (re)produzida; a *produzagem* é também ela regulada por relações de força desiguais atravessadas, dentre outros aspectos, por agentes como os da publicidade comercial e os da mídia; numa cultura participativa, as preferências do consumidor-participante ou produsuário se manifestam com base naquelas que as práticas sociais do mercado buscam induzir, visando a benefícios próprios; os mecanismos de criação, produção, compartilhamento, distribuição, consumo e seleção numa cultura participativa, de convergência ou de produzagem, se ajudam a combater racismo e outros preconceitos sociais, também promovem uma sua disseminação na rede (também fora dela).

Assim, a noção de empoderamento de que nos apropriamos neste trabalho para refletir sobre a concepção de autor em novos mídiuns

tem suas bases em FOUCAULT (2000; 2004), que propõe o poder como positividade que, no interior de um esquema bélico, faz com que a própria paz civil seja reinscrita segundo relações de força nas instituições, nas desigualdades econômicas, nos corpos dos indivíduos, na linguagem – a exemplo do que diz MIGUEL (2015), na avaliação da dinâmica do mercado, e a exemplo do que queremos discutir no caso do sujeito consumidor de informação. Para FOUCAULT (2004: 26), o poder “não se aplica pura e simplesmente como uma obrigação ou uma proibição aos que ‘não tem’, ele os investe, passa por eles, apoia-se neles, do mesmo modo que eles, em sua luta contra esse poder, apoiam-se por sua vez nos pontos em que ele os alcança”. É dessa perspectiva que o empoderamento se constitui em sua faceta positiva,<sup>10</sup> dado seu modo de funcionamento como maquinaria em que ninguém é titular e ninguém ocupa o mesmo lugar que o outro, não havendo, por conseguinte, associação direta entre dominação e repressão.

Se se pode assumir que o usuário das tecnologias teria/tem algum tipo de poder no contexto da *Web 3.0*, seja para criar/produzir, seja para compartilhar, distribuir, consumir, compreender e selecionar informação (ver FIGURA 1), na promoção da circulação de “saberes locais, descontínuos, desqualificados, não letigimados”, numa “insurreição dos saberes” (FOUCAULT, 2000: 13-14), é preciso observar como esse empoderamento se dá segundo mecanismos, efeitos, relações, diferentes dispositivos de poder que se exercem, ainda segundo FOUCAULT (2000: 19), “em campos e com extensões tão variadas.”<sup>11</sup> De uma perspectiva discursiva, “a” informação, bem maior nas relações sociais da contemporaneidade, não é, pois, localizável fora do modo de

---

<sup>10</sup> FOUCAULT (2004) propõe a existência de duas noções de poder: a negativa, que diz respeito ao poder repressor, identificado ao poder do Estado; e a positiva, que se refere ao poder como elemento transformador.

<sup>11</sup> De uma perspectiva discursiva, KOMESU (2010) discute a noção corrente de “liberdade de expressão” em práticas letradas digitais, de maneira particularizada, em *blogs*. Muitas outras ferramentas poderiam ser hoje mencionadas no exercício de “liberdades” que se manifestam, até mesmo, de maneira anônima na internet.

constituição dos sujeitos, e nem mesmo o sujeito tem controle sobre produção e disseminação de informação (dos sentidos).

Esse processo de empoderamento, sabemos, não é transparente para aqueles que participam<sup>12</sup> de uma cultura da convergência ou de produção, assim como parece não haver “cons-ciência” dos participantes (consumidores-produtores, produusuários) de que os discursos sobre a facilidade de acesso a informações mediante tecnologias digitais e a consequente possibilidade de compartilhamento e seleção de conteúdos apontam para uma ideia naturalizada sobre a noção de informação – como algo a ser *consumido*. Do ponto de vista da ciência da informação, BUCKLAND (1991) discute a ambiguidade do termo “informação” e aponta para significados que contemplam atividades e grupos de usos diferentes, mas que convergem para a concepção de informação como “coisas informativas”. Nessa proposta de BUCKLAND (1991), a informação é concebida como algo objetivo, como “coisa”, qualquer coisa, que pode ser tanto armazenada quanto recuperada pelo indivíduo, não havendo, desse modo, espaço para a participação daquele que da “coisa informativa” tentaria se apropriar, como se supõe em JENKINS *ET AL.* (2006) e em JENKINS (2009).

Numa discussão sobre a epistemologia da ciência da informação, CAPURRO (2003) parte da análise desse paradigma físico e linear – “que postula que há algo, um objeto físico, que um emissor transmite a um receptor” – e se debruça sobre as proposições dos paradigmas cognitivo e social de informação. A emergência do paradigma cognitivo, segundo CAPURRO (2003), vem abrir espaço para a participação do indivíduo, mas é criticado no que diz respeito ao enfoque no modo como “os processos informativos transformam ou não o usuário, entendido em primeiro lugar como sujeito cognoscente possuidor de modelos

---

<sup>12</sup> Segundo JENKINS (2009: 30), “alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros”, o que pressupõe que, por uma razão ou por outra, do ponto de vista do autor, a cultura participativa pode não ser parte da realidade de todo consumidor.

mentais do mundo exterior, que são transformados durante o processo informacional”. Por fim, CAPURRO (2003) analisa o paradigma social: aquele que privilegia questões culturais, sociais e históricas ignoradas nas demais abordagens epistemológicas, bem como abandona “a busca de uma linguagem ideal para representar o conhecimento ou um algoritmo ideal para modelar a recuperação da informação”.

Com suas bases na hermenêutica e na teoria crítica, especialmente nas contribuições de Heidegger e de Wittgenstein sobre a linguagem e o sujeito na sua relação com o mundo, o paradigma social contempla, também, o caráter polissêmico e polifônico da informação, além de considerar que “o objeto da ciência da informação é o estudo das relações entre os discursos, áreas do conhecimento e documentos em relação às possíveis perspectivas ou pontos de acesso de distintas comunidades de usuários”, afirma CAPURRO (2003), apoiado em HJØRLAND (2003). Nesse paradigma que valoriza o contexto sócio-histórico-cultural, a linguagem é, então, considerada o “entre” que conecta sujeitos a objetos do mundo informacional (RENDÓN ROJAS,<sup>13</sup> 1996: 27 *apud* MENEZES,<sup>14</sup> 2015: 5), diferentemente da visão em que a primazia está no “ente”, na “coisa informativa”.

Esse modelo social de conceber a informação parece romper com a forma tradicional e ideal de se ter acesso a algo (a coisa informativa, objetiva, pronta para ser consumida, o que estaria “fora”, portanto, do

<sup>13</sup> RENDÓN ROJAS (1996) discute 3 teorias da informação, nascidas no século XX e ainda presentes no século XXI: i) a teoria sintática da informação, ii) a teoria semântica da informação; e iii) a teoria pragmática da informação (VINÍCIOS SOUZA DE MENEZES, 2015: 5). De nosso ponto de vista, elas têm uma proximidade com a abordagem paradigmática da informação apresentada por CAPURRO (2003).

<sup>14</sup> Numa abordagem filosófica sobre a noção de informação, VINÍCIOS SOUZA DE MENEZES (2015: 8) destaca que: “A palavra informação assinala para uma dupla direção: a privação da forma, que significa palavras como *informis* (*e*), *informitas*, *informiter*, *informabilis*, e a doação da forma, como em *informo*, *informas*, *informare*, *informavi*, *informatum*, *informato*. Os dois caminhos indicados pela palavra são gerados pelo prefixo latino *in-*, pois esse é uma das apropriações do latim para ao menos dois prefixos gregos, *en-* e *a-*. Na linha de argumentação já clássica, informação enquanto dar a forma, o prefixo *in-* está atuando no âmbito de significação do prefixo grego *en-*”.

sujeito), já que abre espaço para refletir sobre o posicionamento do sujeito da linguagem, sem o qual a informação não passaria, de fato, de conteúdo a ser consumido pelo usuário, ou, ainda, de “uma [simples] ideia<sup>15</sup> na cabeça [ou] um código na tela”, tal como discutido.

De nosso ponto de vista, esse modelo se afasta, ainda, do caráter artificial de conceber a informação e os procedimentos automáticos de leitura e escrita, os quais implicam, sobretudo, domínio de operações sistemáticas e estruturais pelo usuário de tecnologias de informação e comunicação. Nessa esteira de reflexão, destacamos, com PÊCHEUX (2011), que o deslocamento da forma (dada) para o sentido (construído) da informação é uma característica, ou propriedade, para usar os termos de PÊCHEUX, “do campo da análise de discurso, que se diferencia por essa razão mesma de toda perspectiva estritamente informacional, documentária ou intelectiva” (2011: 281).

## Considerações finais

É sabido que o *Google Search* é um motor de busca da multinacional *Google Inc.*, com base no qual o usuário faz pesquisas sobre os mais diversos assuntos na internet. A abrangência na ação de pesquisa motivou o neologismo “gugar” como sinônimo de “procurar algo na rede”. Em 2012, a Academia Sueca, ao propor incluir numa lista de neologismos o termo *ooglebar* – “ingugável”, em sueco –, referente a algo que o usuário não pode encontrar na *web* por meio de um motor de busca, foi impedida judicialmente por ação da multinacional, a qual alegou que não existe o que não pode ser encontrado na rede por meio de um motor de busca como o *Google*. O procedimento de “exclusão” de um termo como “ingugável” mostra, de nosso ponto de vista, tanto a preocupação da empresa em preservar autoimagem consolidada, quanto

<sup>15</sup> Com base em filósofos como Platão, Heidegger e Agamben, VINÍCIOS SOUZA DE MENEZES (2015: 11), aponta que há aproximações entre os conceitos de (in)forma e ideia, no que diz respeito ao “ente”.

poder atribuído à tecnologia em si, desconsiderando-se, portanto, que o sujeito da linguagem (diferentemente do usuário das tecnologias) não pode (ainda que queira) acessar, criar/produzir, compartilhar, distribuir, consumir, compreender, selecionar toda e qualquer informação.

Da perspectiva dos Novos Estudos de Letramento, destacamos, com STREET (2007), que o empoderamento, possibilitado pelo efeito de apropriação da informação, parece potencializar a ideia de que ler e escrever no contexto digital se resumem a atividades de acessar informações, segundo “modelo autônomo” (STREET, 1984) de abordagem dessas práticas letradas, tanto no que se refere a uma suposta responsabilidade individual (habilidade ou competência) daquele que lê e escreve, quanto no que diz respeito a potencialidades que seriam inerentes às tecnologias (de escrita tradicional ou digital). Ressaltamos, ainda com STREET (2007), que práticas de leitura e escrita em contexto digital são práticas sociais atravessadas por questões de poder e identidade, segundo “modelo ideológico” (STREET, 1984), que busca reconhecer multiplicidade e complexidade de sua constituição, “não [...] simplesmente tecnologias neutras” (STREET, 2007: 466). Conceber práticas de leitura e escrita sob esse viés é considerar não apenas condições histórico-ideológicas de sua emergência, mas, também, considerar diferentes modos de constituição dos sujeitos segundo dinâmica de empoderamento (FOUCAULT, 2000; 2004) não restrita a foro individual ou da técnica.

CORRÊA (2011), ao discutir questões de letramento acadêmico, propõe distinguir as noções de “sujeito etnográfico” (como concebido nos Novos Estudos de Letramento) e “sujeito discursivo” (como entendido nos estudos discursivos) na apresentação de uma *perspectiva etnográfica e discursiva* que leve em conta interesses do pesquisador que trabalhe com práticas de leitura e escrita. É, pois, com base na proposta de CORRÊA (2011) que marcamos o deslocamento de uma noção de “usuário” (das tecnologias) para a de “sujeito” (da linguagem) como ponto de partida para refletir sobre autoria em novos mídiuns.



Trata-se, conforme coloca CORRÊA (2011: 347), de complexa trama formada de práticas que constituem a linguagem, trama que extrapola, no caso da presente discussão, técnicas de acessar, produzir, distribuir, compartilhar, consumir e selecionar informações na internet. Se, numa certa concepção etnográfica de sujeito, pode-se entender que o usuário das tecnologias (consumidor-participante, produ usuário) teria poder para acessar e armazenar “coisas informacionais” (BUCKLAND, 1991), com controle da produção e distribuição da informação, numa concepção discursiva de sujeito esse poder não se mantém. Entende-se, neste presente trabalho, que as tecnologias acabam por “ocultar” não apenas contradições, “que definem, em termos de linguagem, as pessoas, as instituições e as próprias identidades sociais”, mas também particularidades (na ordem de uma *alteridade* - termo empregado por CORRÊA, 2011) constitutivas dos sujeitos.

Acreditamos, portanto, que a distinção entre usuário das tecnologias e sujeito da linguagem é fundamental para a investigação de práticas letradas digitais em emergência (mas não somente). Nessa proposta de distinção, a informação “não pode ser vista com base no paradigma físico, que considera o sujeito como mero receptor, nem no paradigma cognitivo, que concebe o sujeito como cognoscente; tomar a informação do ponto de vista discursivo é não perder de vista a inscrição do sujeito e a produção dos sentidos na história” (GALLI, 2014: 157). Dessa perspectiva, é possível refletir/teorizar, de modo produtor, sobre o funcionamento da autoria em contexto digital.

## Referências

BUCKLAND, M. K. **Information as thing**. Journal of the American Society for Information Science (JASIS), v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991. Disponível em: <[www.uff.br/ppgci/editais/bucklandcomocosa.pdf](http://www.uff.br/ppgci/editais/bucklandcomocosa.pdf)>. Acesso em: 03 ago. 2015.

BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. 11.ed. Trad. Carmen C. Varriale et al. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

BRUNS, A. **Towards Produsage**: Futures for User-Led Content Production. In: SUDWEEKS, F.; HRACHOVEC, H.; ESS, C. (Ed.). *Proceedings Cultural Attitudes towards Communication and Technology*. Tartu, Estonia, 2006. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.108.1324&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 12 set. 2015.

BUZATO, M. E. K. **Entre a Fronteira e a Periferia**: linguagem e letramento na inclusão digital. Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas. 2007. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada).

BUZATO, M. E. K. et al. **Remix, mashup, paródia e companhia**: por uma taxonomia multidimensional da transtextualidade na cultura digital. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Impresso), v. 13, p.1191-1221, 2013.

CAPURRO, R; HJÖRLAND, B. **O conceito de informação**. *Perspectivas em Ciências da Informação*, v. 12, n.1, p. 148-207, 2007. Disponível em: < <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e de esperança**: movimentos sociais na era da internet. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

COIRO, J. et al. (Ed.) **Handbook of research on new literacies**. Mahwah, NJ: Erlbaum, 2007.

CORRÊA, M. L. G. **As perspectivas etnográfica e discursiva no ensino da escrita:** o exemplo de textos de pré-universitários. Revista da ABRALIN, v. eletrônico, n. especial, 2. parte, p. 333-356, 2011. Disponível em: <<http://www.abralin.org/site/data/uploads/revistas/2011-vol-especial-2oparte/manoel-luiz-goncalves-correa.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade:** curso no Collège de France (1975-1976). Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder.** 20. ed. Trad. Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 2004.

GALLI, F. C. S. **Redes de leitura:** informação e conhecimento na contemporaneidade. In: GARCIA, D. A.; GALLI, F. C. S.; SILVA, J. R. B.; SOUSA, L. M. A.; CHICOTE, M. L. L. C.; YADO, T. H. M. (Orgs.). Ressonâncias de Pêcheux em nós. São Carlos-SP: Pedro & João Editores, 2014, p. 149-159.

JENKINS, H. et al. **Confronting the challenges of participatory culture:** media education for the 21<sup>st</sup> century. Chicago, IL: The MacArthur Foundation, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** Trad. Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOMESU, F.; GALLI, F. C. S. **Práticas de leitura e escrita em contexto acadêmico:** relações (hiper)textuais singulares. Raído (UFGD), v. 8, p. 79-93, 2014. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufgd.edu.br/index.php/Raído/article/viewFile/3750/2016>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

KOMESU, F. **Espaços e fronteiras da “liberdade de expressão” em blogs na internet.** *Trabalhos em Linguística Aplicada* (UNICAMP), v. 49, p. 343-357, 2010 (2010). Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-18132010000200003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-18132010000200003)>. Acesso em: 03 ago. 2015.

LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M. **Sampling “the new” in New Literacies.** In: KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. (Org.) *A new literacies sampler*. NY: Peter Lang, 2007, p. 1-24.  
\_\_\_\_\_. **New literacies: everyday practices and social learning.** Berkshire; NY: Open University Press, 2011.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação.** 5. ed. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva; Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2008.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

MENEZES, V. L. M. O. P. **Ferramentas digitais.** Disponível em: < <http://pt.slideshare.net/vlmop>>. Acesso em: 03 jun.2015.

MENEZES, V. S. de. **Informação, um excursão crítico-filológico.** *Perspectivas em Ciência da Informação* (Online), v. 20, p. 3-18, 2015. Disponível em: < <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/issue/view/127>>. Acesso em: 03 ago 2015.

MIGUEL, L. F. **O mercado é mesmo bom?** Blog da Boitempo. Disponível em: < <http://blogdaboitempo.com.br/category/colunas/luis-felipe-miguel/>>. Acesso em: 05 jun.2015.

PÊCHEUX, M. **Análise de discurso e informática.** In: ORLANDI, E. P. (Org.) *Análise de discurso: Michel Pêcheux – textos selecionados.* Campinas: Pontes, 2011. p. 275-282.

\_\_\_\_\_. **Ler o arquivo hoje**. Trad. Maria das Graças L. Morim do Amaral. In: ORLANDI, E. P. (Org.) Gestos de leitura. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

RECUERO, R. et al. **Hashtags Functions in the Protests Across Brazil**. Sage Open, p.1-20, 2015. Disponível em: < <http://sgo.sagepub.com/content/5/2/2158244015586000>>. Acesso em : 01 jun.2015.

STREET, B. V. **Literacy in Theory and Practice**. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

\_\_\_\_\_. **Perspectivas interculturais sobre o letramento**. Filologia e Linguística Portuguesa, São Paulo, v. 8, p.465-488, 2006. Disponível em: <[www.revistas.usp.br/flp/article/download/59767/62876](http://www.revistas.usp.br/flp/article/download/59767/62876)>. Acesso em: 03 ago 2015.

WARSCHAUER, M.; GRIMES, D. **Audience, Authorship, and Artifact**: the Emergent Semiotics of Web 2.0. Annual Review of Applied Linguistics, v. 27, p. 1-23, 2007.

WESCH, M. Web 2.0: **The machine is us/ing us**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>>. Acesso em: 04, jun. 2007.