

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

MARIA ALCINA LUIZ ALVES

**PRODUTORES CULTURAIS E REDES SOCIAIS: O CASO DA CASA
AZPIROZ**

Jaguarão

2024

MARIA ALCINA LUIZ ALVES

**PRODUTORES CULTURAIS E REDES SOCIAIS: O CASO DA CASA
AZPIROZ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Produção e Política Cultural da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharela em Produção e Política Cultural.

Orientador: Dra. Vera Maria Guimarães

Coorientador: Dr. Alexandre Caldeirão
Carvalho

Jaguarão

2024

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

AM332ppAlves, Maria Alcina Luiz

Produtores culturais e redes sociais: o caso da casa
Azpiroz / Maria Alcina Luiz Alves.

33 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, PRODUÇÃO E POLÍTICA CULTURAL, 2024.

"Orientação: Vera Maria Guimarães".

1. produção cultural. 2. redes sociais. 3. Casa Azpiroz.
I. Título.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Universidade Federal do Pampa

MARIA ALCINA LUIZ ALVES

PRODUTORES CULTURAIS E REDES SOCIAIS: O CASO DA CASA AZPIROZ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Produção e Política Cultural da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel(a) em Produção e Política Cultural.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 10 de dezembro de 2024

Banca examinadora:

Profa. Dra. Vera Maria Guimarães
Orientadora
(UNIPAMPA)

Profa. Dra. Alessandra Buriol Farinha
(UNIPAMPA)

Prof. Dr. Sandro Martins Costa Mendes
(UNIPAMPA)



Assinado eletronicamente por **VERA MARIA GUIMARAES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 26/12/2024, às 11:24, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **SANDRO MARTINS COSTA MENDES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 26/12/2024, às 16:30, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ALESSANDRA BURIOL FARINHA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 26/12/2024, às 23:05, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1636544** e o código CRC **D6C9F17D**.

Unipampa – Campus Jaguarão

Rua Conselheiro Diana, nº 650 - Jaguarão/RS - CEP: 96300-000

Telefones: (53) 3261-4269, (53) 3240-5450

PRODUTORES CULTURAIS E REDES SOCIAIS: O CASO DA CASA AZPIROZ

Maria Alcina Luiz Alves*
Vera Maria Guimarães**
Alexandre Caldeirão Carvalho***

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo refletir a relação entre produção cultural e redes sociais, considerando a importância destes meios para a comunicação e o trabalho do produtor cultural, num campo permeado por desafios e ambiguidades, na busca por inclusão e acessibilidade. Os métodos utilizados nesta pesquisa exploratória foram levantamentos bibliográficos e entrevistas com produtores culturais da Casa Azpiroz Produções na fronteira (Brasil - Uruguai) localizados nas cidades de Jaguarão (BR) e Rio Branco (UY). Dois foram os entrevistados que refletiram sobre a importância das redes sociais e o trabalho do produtor cultural. Afirmaram que buscam um espaço digital mais acolhedor, para os mais diversos públicos que suas redes sociais podem alcançar, para que, suas redes sociais sejam ao máximo possível, um espaço digital acessível, inclusivo e humanizado. Além disso, como resultado, percebemos, no decorrer desta pesquisa, a necessidade de seguirmos refletindo criticamente sobre a utilização das redes sociais na sociedade contemporânea, tendo em vista suas potencialidades e armadilhas.

Palavras-chave: Casa Azpiroz; Efemeridade; Produção Cultural; Redes Sociais.

ABSTRACT

This study aimed to reflect on the relationship between cultural production and social networks, considering the importance of these media for communication and the work of the cultural producer, in a field permeated by challenges and ambiguities, in the search for inclusion and accessibility. The methods used in this exploratory research were bibliographical surveys and interviews with cultural producers from Casa Azpiroz Produções on the border (Brazil - Uruguay) located in the cities of Jaguarão (BR) and Rio Branco (UY). Two of the interviewees reflected on the importance of social networks and the work of the cultural producer. They stated that they seek a more welcoming digital space, for the most diverse audiences that their social networks can reach, so that their social networks are, as much as possible, an accessible, inclusive and humanized digital space. Furthermore, as a result, we realized, throughout this research, the need to continue reflecting critically on the use of social networks in contemporary society, considering their potential and pitfalls.

Keywords: Ephemerality; Cultural Production; Social Networks

*Graduanda do Curso de Bacharelado em Produção e Política Cultural, da Universidade Federal do Pampa/Campus Jaguarão. Trabalho de Conclusão de Curso (formato de artigo), apresentado como parte dos requisitos para obtenção de título de Graduação. Jaguarão, 2024.

**Doutora em Ciências Humanas e Docente do Curso de Bacharelado em Produção e Política Cultural, da Universidade Federal do Pampa/Campus Jaguarão. Orientadora.

***Doutor em Administração e Docente do Curso de Bacharelado em Produção e Política Cultural, da Universidade Federal do Pampa/Campus Jaguarão. Coorientador.

1 INTRODUÇÃO

As transformações tecnológicas da “pós-modernidade” alteraram profundamente as formas de relacionamento e comunicação entre as pessoas. Em meados do século XX e os tempos que o antecedem, mensagens enviadas por intermédio do telégrafo ou por carta podiam levar meses para chegar ao destino, dependendo da distância. Atualmente, a tecnologia permite que nos comuniquemos, instantaneamente, com alguém do outro lado do mundo.

Anteriormente, meios de comunicação como o rádio, o cinema e a televisão possuíam uma característica especial: reuniam as pessoas em um mesmo espaço para compartilhar momentos, informações e entretenimento, sendo, contudo, uma comunicação predominantemente unilateral. Embora essas práticas não tenham desaparecido completamente, é evidente que as rápidas mudanças tecnológicas atuais, introduziram novas formas de interação e transformaram significativamente essas experiências.

No meio cultural, as redes sociais têm demonstrado sua importância, especialmente, durante a pandemia de Covid19¹, quando as pessoas não podiam se reunir e permaneciam isoladas em suas casas. Os produtores culturais precisaram ser criativos e encontrar novas formas para seguirem atuando em um momento tão crítico da humanidade. Este foi um momento para refletir sobre questões da área da cultura, suas dificuldades e o seu papel. Conforme observam Conceição e Conceição (2021):

Em 2020, o número de usuários ativos no Instagram aumentou. De acordo com o Salão internacional de ensino, pesquisa e extensão, muitos artistas buscaram outras maneiras de apresentar sua arte na pandemia, passando a usar o Instagram. (CONCEIÇÃO; CONCEIÇÃO, 2021. p. 13)

Artistas, produtores e outros trabalhadores da cultura foram os primeiros a interromper suas atividades e os últimos a retomá-las. Nesse contexto, as redes sociais se tornaram uma ferramenta essencial para a realização de festivais, eventos e shows, permitindo que, mesmo em um cenário conturbado, a atividade cultural encontrasse uma forma de continuar. Desde então, o uso dessas plataformas se tornou cada vez mais

¹Segundo o Ministério da Saúde, a pandemia de Covid-19 começou em dezembro de 2019, com os primeiros casos registrados em Wuhan, China, e foi causada pelo coronavírus SARS-CoV-2. Em março de 2020, a OMS classificou o surto como pandemia devido a sua rápida disseminação global. Governos em todo o mundo introduziram quarentenas, decretos de uso de máscaras e campanhas de vacinação para tentar parar o vírus. A pandemia matou milhões de pessoas, sobrecarregou hospitais e arrasou economias e rotinas em todo o mundo.

relevante. Como destaca Juliano Muta (2021) na matéria *Cultura nas mídias digitais: novas formas de difusão*, publicada pela *Folha de Pernambuco* em 17/11/2021:

[...] antes das redes sociais a formação de público passava quase que exclusivamente pelos críticos culturais e em veículos tradicionais como jornal, rádio e televisão, o advento dessas novas plataformas reconfigurou esse cenário. (MUTA, 2021)

Porém, hoje em dia, a forma de nos relacionarmos com a arte e os movimentos culturais apresenta uma nova configuração, pois, não mais estamos dependentes de uma curadoria específica para conhecermos determinados artistas ou conhecer novos eventos. Com a cultura digital, onde a comunicação é mediada por computadores, como aponta o jornalista e cineasta Tiago Martins Rêgo, através da *Folha de Pernambuco* em 17/11/2021, “[...]o público consumidor é quem faz seu próprio filtro” (REGO, 2021, *Folha de Pernambuco*), sendo que é o público quem se torna o curador, que seleciona os artistas, que fará a escolha do que irá curtir, compartilhar, buscar, impulsionar, criando com isso, diferentes identidades culturais.

Nas redes sociais não somos meros participantes apáticos, em uma comunicação unilateral, mas pelo contrário, através delas, podemos imediatamente questionar o que nos é colocado mediante publicações, vídeos, imagens. Além disso, tornamo-nos o produtor, deixamos rastros digitais, informações, dados lucrativos para empresas que têm uma visão comercial e enxergam oportunidades oriundas das redes sociais para venda e compra de produtos. Os usuários se tornam a engrenagem de todo processo digital. Martino (2014) afirma que:

[...] estar no ciberespaço e contribuir para sua formação exige pelo menos o acesso a alguns dispositivos de conexão, como computador, um celular ou um tablet. Isso não é gratuito: mesmo quando oferecido por governos ou empresas, essas tecnologias têm um custo a ser pago por alguém, seja na forma de publicidade, seja na obtenção de dados do usuário — e dados pessoais são uma mercadoria valiosa na economia do ciberespaço. (MARTINO, 2014, p.50)

Segundo o autor, nossa passagem pelas mídias digitais, tendo foco nas redes sociais, aplicativos sociais gratuitos em sua legenda, mas que na realidade cobram um preço ao armazenar as informações dos tipos de conteúdo que o usuário consome, quais seus interesses de compras, por quais *sites* ele navega, o que escuta, com quem e como se comunica entre tantas outras informações que são entregues a estas empresas sem que possamos perceber.

Tendo em vista o contexto apresentado, este trabalho busca destacar a relação entre produção cultural e redes sociais, considerando-se a ambiguidade das redes, pois,

enquanto de um lado, as redes sociais democratizam o acesso a conteúdo cultural, por outro, elas podem distanciar as relações humanas, através do surgimento de bolhas digitais. Byung-Chul Han, em *No Enxame* (2018), adota uma perspectiva crítica, sobre a cultura digital, descrevendo-a como parte de uma “sociedade de transparência”, onde tudo se torna visível e imediatista. Nesse cenário, a efemeridade passa a caracterizar o mundo contemporâneo, comprometendo a profundidade das relações humanas e dificultando a criação de vínculos duradouros com as obras que acabam por se tornar, quase, descartáveis.

O habitante digital da rede não se reúne. Falta a ele a *interioridade da reunião* que produziria o Nós. Eles formam um espacial *aglomerado sem reunião*, uma massa [*Menge*] sem interioridade, sem alma ou espírito. Eles são, antes de tudo, *Hikikomori* isolados para si, singularizados, que apenas se sentam diante da tela.² (HAN, 2018, p.29)

No livro *Não-coisas: reviravoltas do mundo da vida* (2022), Han introduz o conceito de “não-coisas” para descrever elementos imateriais que assumem um papel central na vida moderna, diferenciando-se dos objetos físicos. O autor observa que:

Hoje nos encontramos em uma transição das coisas para a era das não-coisas. Não as coisas, mas as informações determinam o mundo da vida. Nós não habitamos mais a terra e o céu, mas o Google Earth e Cloud. O mundo está se tornando cada vez mais incompreensível, mais nublado e fantasmagórico. *Nada é palpável e tangível.* (HAN, 2022, p.12)

As “não-coisas” incluem dados, informações digitais, imagens e conteúdo que dominam a realidade contemporânea, substituindo as experiências tangíveis. Segundo Han (2022), essas “não-coisas” são desprovidas de presença física, não ocupam espaço no mundo real e fluem de forma invisível e contínua no ambiente digital. Ele observa que “a ordem digital descoisifica o mundo ao informatizá-lo” (HAN, 2022, p.11), transformando profundamente nossa relação com a realidade e com os objetos ao nosso redor.

A partir destas considerações, o presente estudo se justifica pela necessidade de compreender o impacto das redes sociais na cultura e o papel dos produtores culturais na promoção de práticas inclusivas e democráticas no processo de produção cultural.

A expansão das redes sociais, como plataforma de difusão cultural, exige uma análise crítica sobre suas contribuições e desafios. Além disso, a falta de estudos sobre o

² Segundo Han (2018), em nota 14 presente no livro, o termo em japonês “*hikikomori*”, refere-se a pessoas de 15 a 39 anos que evitam contatos com outras pessoas; aquele que está “isolado em casa”. (HAN, 2018, p.29)

tema, no contexto brasileiro, evidencia a necessidade de pesquisas que explorem esta temática em suas especificidades locais. Este estudo visa contribuir em torno destas questões, fornecendo alguns subsídios para os gestores culturais poderem desenvolver estratégias eficazes para maximizar os benefícios e minimizar os desafios associados à comunicação, mediada por redes sociais. Ao investigar as dinâmicas de interação entre as redes sociais e a produção cultural, o estudo poderá contribuir para o avanço do conhecimento na área, e para a formulação de políticas culturais mais inclusivas e eficazes.

Deste modo, o objetivo geral deste trabalho é analisar a comunicação mediada por redes sociais no campo cultural, destacando suas contribuições e desafios para a produção cultural na promoção de um ambiente inclusivo e democrático.

A escolha deste tema, também se justifica pelo fato de eu estar concluindo o Bacharelado de Produção e Política Cultural na Universidade Federal do Pampa (Campus Jaguarão), Rio Grande do Sul. Jaguarão é uma cidade fronteiriça, com aproximadamente 26 mil habitantes, segundo o censo do IBGE 2022. Iniciei o curso no início da pandemia Covid-19, ficando dois anos sem poder frequentar a universidade presencialmente, e notei as possibilidades que surgiam no meio cultural mediadas pela tecnologia, mais especificamente, as mais diversas redes sociais. Ao mesmo tempo, isso despertava o meu interesse de entender como essas relações de comunicação mediadas pelas redes sociais influenciam em nossas relações humanas.

Dois anos, após o início da pandemia Covid-19, e a possibilidade de frequentar a universidade em sua presencialidade, deparei-me com uma cidade histórica e fronteiriça, que, nos últimos quilômetros da BR116, antes de chegar, efetivamente, na cidade de Jaguarão/RS³, havia pegado uma estrada longa, que ia me afastando de tudo o que já havia conhecido antes, um território de fronteira que me conquistou assim que pisei naquele chão e que me ensinou, tanto! Uma cidade de fato heroica, mas não pela história e mitos dos “heróis” que por aqui passaram, mas sim pela história de um povo que aqui resistiu e sorriu, sendo marcada em suas margens por um rio chamado rio Jaguarão ou rio *Yaguarón* (**figura 1**), que demarca a fronteira entre dois países, através da Ponte Internacional Barão de Mauá, que liga Brasil e Uruguai, mediando as cidades de Jaguarão e Rio Branco.

³ O município de Jaguarão está localizado a 389 km da capital Porto Alegre/RS.

Com o passar do tempo conheci a história de muitas pessoas que por ali passaram, a história de um povo que resistiu nesta fronteira, histórias de dor, mas também de alegria, de festejar, de viver. São detalhes da minha trajetória que me levam até a escrita deste artigo, buscando compreender as rápidas mudanças no mundo para, futuramente, traçar paralelos com o passado e colaborar na reflexão sobre a comunicação, sobre as relações e sobre o mundo em que vivemos, convivemos e compartilhamos.

Para ilustrar esta discussão, escolhemos um espaço cultural chamado “Casa Azpiroz”, que se localiza no município de Rio Branco, Uruguai, divisa com o município de Jaguarão/Rio Grande do Sul (BR) (**Figura 2**). Elencamos os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar o tipo de conteúdo utilizado nas redes sociais, na produção cultural da Casa Azpiroz Produções, para promoção e divulgação de atividades culturais.
- b) Identificar a forma e frequência, de como são utilizadas as redes sociais, neste contexto.
- c) Identificar as contribuições e desafios do uso das redes sociais, para os produtores culturais em suas atividades, no alcance de seu público.



Figura 1: Imagem do Rio Jaguarão e da Ponte Internacional Barão de Mauá, símbolos da fronteira.⁴

⁴Acervo da autora.



Figura 2: Imagem do *Google Maps* que mostra a localização da Casa Azpiroz em relação à ponte Barão de Mauá e o Rio Jaguarão.⁵

1.2 Aspectos metodológicos

Para alcançar os objetivos propostos, foi adotada a perspectiva de estudo exploratório, adequada à natureza do trabalho, com o intuito de compreender e interpretar a efemeridade digital e sua relação com a produção cultural nas redes sociais, especialmente no Instagram, em diálogo com o conceito de “não-coisas” desenvolvido por Byung-Chul Han.

De acordo com Gil (2002), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, seja para torná-lo mais explícito ou para constituir hipóteses. Este tipo de pesquisa pode contribuir para reflexões, sobre as novas dinâmicas socioculturais da pós-modernidade, nas relações humanas.

Uma das vantagens desse método é sua flexibilidade na organização e no planejamento de um estudo, permitindo a utilização de levantamentos bibliográficos e a análise de exemplos, ambos empregados no desenvolvimento deste trabalho.

⁵ Imagem *Google Maps*.

Para o levantamento bibliográfico, foram utilizados recursos como o Google Acadêmico, com o objetivo de identificar estudos já realizados na área e entender como as questões relacionadas à cultura digital e às redes sociais têm sido abordadas. Paralelamente, foram consultadas referências bibliográficas trabalhadas na disciplina “Cultura Contemporânea”, ministrada no 1º semestre de 2023 (Professora Vera Maria Guimarães). Essa base teórica possibilitou o aprofundamento nas principais discussões contemporâneas sobre o tema.

Para a elaboração deste trabalho, foram realizadas duas entrevistas com os gestores da Casa Azpiroz, que está localizada na fronteira do Brasil - Uruguai, na cidade de Rio Branco, fronteira com o município de Jaguarão (Brasil - RS). Ambas as entrevistas foram realizadas com os dois gestores ao mesmo tempo, sendo que no ano de 2023, eu e uma colega de curso, fomos até a Casa Azpiroz para realizar entrevistas e, já no ano de 2024, os entrevistados se deslocaram até o Campus Jaguarão/UNIPAMPA. Para a captação da entrevista foi utilizado um celular e um aplicativo de gravação de voz. Foram organizadas algumas perguntas que, foram feitas para ambos, e as respostas se deram em forma de uma conversa entre os dois, mas que visava explicar como eles enxergavam os questionamentos e suas relações, em suas vidas pessoais e profissionais.

A Casa Azpiroz nasce com a ideia de se tornar um espaço guarda-chuva para sediar e acolher diferentes projetos culturais. Apesar de estar localizada na cidade de Rio Branco/ UY, seus gestores são brasileiros e têm uma forte atuação na cidade de Jaguarão, sempre pensando no território de fronteira. No início de sua trajetória, a casa também era utilizada como um *Airbnb*⁶ (plataforma de hospedagem), onde pessoas dos mais diversos lugares, poderiam ficar por determinado tempo para conhecer o território de fronteira. Porém, entre a transição do ano de 2023 e o ano de 2024, isso acabou mudando, sendo que a casa em si (espaço físico) deixou de ser o centro de suas atividades e o nome “Casa Azpiroz” se tornou “Casa Azpiroz Produções”.

Seus gestores são a Ana Júlia B. Freitas, arquiteta e urbanista, artista visual, produtora cultural, diretora de arte, ativista cultural, gestora da Casa Azpiroz Produções, vice-presidente da Sociedade Independente Cultural de Jaguarão, gestora da rede Sofá na Rua *Frontera*, e seu companheiro, Santiago Passos, produtor cultural, artista visual,

⁶ Um *site* e aplicativo que permite que proprietários de casas e apartamentos façam aluguéis de curta duração para viajantes. Link de acesso: <<https://www.airbnb.com.br/>>

ativista cultural, gestor da Casa Azpiroz Produções e atual presidente do Conselho de Cultura de Jaguarão. Santiago, além disso, está na direção da Sociedade Independente Cultural⁷ de Jaguarão. Os gestores da Casa Azpiroz foram selecionados para serem entrevistados, devido à sua atuação na fronteira entre Jaguarão e Rio Branco (Brasil e Uruguai).

Os gestores desenvolvem seus trabalhos em diversas frentes da área cultural da fronteira. Esta escolha foi realizada, a partir da procura de um olhar de produtores culturais, que têm desenvolvido suas atividades na comunidade, e para isso, buscaram através das mídias sociais, chegar em seus públicos, mas também, registrar suas atividades, publicamente.

Esta abordagem metodológica permite não apenas explorar o fenômeno estudado, mas também estabelecer conexões entre a teoria e a prática, contribuindo para uma compreensão mais ampla do impacto das redes sociais na produção e na circulação cultural.

Consideramos de importância o tema escolhido devido ao fato que hoje boa parte da vida em sociabilidade é permeada pelas redes sociais, tanto na vida cotidiana e “particular” de cada indivíduo, como para empresas, pequenos e grandes negócios e para a própria cultura. Os autores trabalhados foram selecionados, em sua maioria, por serem referência na área de Filosofia, Ciências Sociais e Comunicação, que vêm refletindo sobre as mudanças socioculturais na pós-modernidade. Na próxima etapa deste trabalho, será apresentado um parâmetro geral de aspectos positivos e negativos sobre o tema.

2 REFLEXÕES SOBRE A LITERATURA

2.1 Uma perspectiva: comunicação digital e suas interações

Para dar continuidade a este estudo, caracterizar o conceito de pós-modernidade, faz-se necessário. Segundo Pires (2006), “designa-se como pós-moderno tudo aquilo que é singular e original na época contemporânea caracterizada pelas suas descontinuidades

⁷ A Sociedade Independente Cultural é, atualmente, considerada um Ponto de Cultura. Seu espaço físico localiza-se em um prédio histórico pertencente ao Círculo Operário de Jaguarão. A SIC nasce com o propósito de democratização da cultura de fronteira, dando voz e espaço para as mais diversas manifestações artísticas.

e rupturas” (PIRES, 2006, p. 91), a ideia das tradições começa a se deteriorar, assim como a ideia de uma verdade ou realidade. O que antes era absoluto para toda uma sociedade se torna uma construção cultural. Segundo Pires (2006):

Numa tentativa de usar o termo com alguma precisão pode dizer-se que, em princípio, ele corresponde ao abandono e à crítica do projecto do iluminismo. Considera-se que a pós-modernidade é um período tempestuoso de transição e metamorfose. Corresponde-lhe a construção de uma teoria cultural, social e filosófica recente que desfaz as divisões ‘cartográficas’ da modernidade, que tinham sido artificialmente construídas e legitimadas em discursos e narrativas ideológicas patentes, por exemplo, nas noções de estado-nação, fronteiras nacionais, disciplinas académicas e formas de cultura hierarquizadas. (PIRES, 2006, p. 92)

Sendo assim, é visível que a comunicação mediada por computadores (CMC) moldou a maneira como nos relacionamos com os outros e com o mundo. Debates estão surgindo em relação a como as novas formas de comunicação influenciam nossas relações. A CMC transformou as interações sociais e a nossa percepção do mundo. Recuero (2009) sublinha que:

O advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa, para este trabalho, é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. (RECUERO, 2009, p.24)

A *internet*, segundo Castells (2003), é uma rede global de comunicação descentralizada, que conecta sistemas de computadores, permitindo a troca de informações e moldando profundamente a sociedade, a economia e a cultura. As redes sociais, de acordo com Recuero (2009), são entendidas como formas de interação social que quando formadas, mediadas por conexões de pessoas e/ou grupos, fazem com que circulem informações, recursos e influências.

As redes sociais podem unir pessoas de diferentes localidades, mas também introduzem uma nova camada de complexidade e efemeridade nas relações sociais, havendo com isso a necessidade de pensarmos sobre como essas novas relações nos afetam.

Alguns defendem que este tipo de comunicação faz com que se produza a construção de comunidades e o rápido compartilhamento de informação. Outros, no entanto, alertam que a CMC pode resultar em afastamento social em que se dá o

endurecimento das relações que frequentemente se tornam rápidas, superficiais e temporárias (RECUERO, 2009, p.26).

Byung-Chul Han (2022) discorre sobre como estas interações digitais, na maioria de natureza imagética e “não-coisa”, alimentam a sociedade do consumo, e a sociedade do consumo apresenta experiências instantâneas e descartáveis, de modo que afetam, negativamente, o aprofundamento das relações e a percepção do vínculo de longa duração. Han (2002) aponta que:

Os *vínculos* são inoportunos. Eles diminuem as possibilidades de vivência, ou seja, a *liberdade no sentido consumista*. Agora, esperamos vivências até mesmo do consumo das coisas. O teor informativo das coisas, como a imagem de uma marca, está se tornando mais importante do que seu valor utilitário. Percebemos as coisas primariamente em termos das informações que elas contêm. Compramos e consumimos emoções pela aquisição de coisas. Os produtos são carregados de emoção por meio de narrativas. (HAN, 2022, p.32-33)

Com a popularização das redes sociais do século XXI, qualquer indivíduo com possibilidade de acesso à internet pode se tornar produtor de conteúdo, democratizando assim a criação de conteúdos no campo da cultura. Esse processo gera uma imensa diversidade de narrativas e expressões culturais, permitindo que vozes antes marginalizadas ou, geograficamente distantes, tenham espaço para serem ouvidas. Manifestações culturais, assim, deixam de ser apenas construção de grandes centros, mas são moldadas, também, por comunidades e indivíduos de diferentes contextos.

A velocidade com a qual novos conteúdos nascem e desaparecem acaba por destruir o valor de algumas produções e enfraquece a construção da memória cultural coletiva com mais rigor. Byung-Chul Han (2018) afirma que esta efemeridade gera um excesso de estímulos e informações, mas sem o tempo adequado para que elas se aprofundem, resultando em uma cultura efêmera. Portanto, a descentralização de espaços e manifestações da cultura, possibilita maior diversidade e acesso, assim como, contribui para uma experiência estética que, muitas vezes, é rápida e fragmentada, afetando como nos relacionamos com o outro e com o mundo cultural.

As redes sociais se tornaram uma das principais ferramentas de comunicação e interação na era digital, impactando diretamente como nos relacionamos e consumimos informações. Uma de suas primeiras manifestações foi o *SixDegrees*, em 1997, nos Estados Unidos da América. Loubak (2020) atenta que:

Durante grande período, a rede social SixDegrees se manteve ativa e foram registradas 3,5 milhões de usuários. Apesar dessa plataforma não ter sido instalada no Brasil, ficou registrada na História como a primeira rede social criada no mundo (LOUBAK, 2020, p.1).

As redes sociais têm evoluído e se diversificado, permitindo a conexão para que bilhões de pessoas em todo o mundo compartilhem suas ideias, interesses, produtos e serviços. Hoje, redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter (X)* não apenas servem como espaços de entretenimento, mas atuam como poderosas ferramentas para comunicação, marketing e construção de identidades, seja pessoal ou profissional.

As redes sociais são uma estrutura composta por pessoas e empresas dentro ou fora da internet. Dessa forma, os usuários se conectam por interesses, valores em comum, ideias e objetivos. A chegada da internet nas nossas vidas fez com que as mídias sociais fossem conhecidas para começarem a criar redes sociais como o Facebook, twitter, Instagram, tik tok e Tinder. (PINHEIRO; ALTMICKS, 2022, p.1)

A mudança e variação das redes sociais mudaram o modo como as pessoas se comunicam e interagem, possibilitando uma ligação global sem igual. Mas essa expansão traz problemas sérios, como a falta de profundidade nas relações, que o reforça as crenças individuais ou de determinados grupos, que podem vir a ser prejudiciais ao coletivo. Mesmo que sejam ferramentas fortes para dividir ideias e formar identidades, seu efeito na cultura e na sociedade pede uma análise atenta sobre como essas plataformas afetam comportamentos e influenciam valores; é importante usá-las com cuidado e responsabilidade.

A seguir, comentaremos dois nomes que pensaram a sociedade atual, ou em relação ao consumo e a fluidez das relações humanas, ou sobre as possibilidades coletivas e positivas das relações mediadas pela *internet*.

2.1.1 Cultura e consumo efêmero

Zygmunt Bauman (2001) descreve a sociedade contemporânea como “modernidade líquida”, onde as estruturas que antes eram sólidas e duradouras, como valores, relações e identidades, tornam-se fluidas e passageiras. Essa transitoriedade se estende à esfera da cultura, que na era digital, passa a ser consumida de forma instantânea e descartável. Nas redes sociais, essa ideia de consumo cultural se dá em curtos momentos de apreciação, sendo que rapidamente surgem novas informações e estímulos, em um ciclo incessante e superficial. Segundo Bauman (2001), essa liquidez implica em uma

incapacidade de criar vínculos duradouros ou significativos com as obras, que acabam diluídas no agora constante movimento das plataformas digitais.

A lógica do consumo rápido e da obsolescência planejada se reforça mediante as estruturas das plataformas digitais, como no *Instagram*, onde os conteúdos são projetados apenas para engajar momentaneamente, para logo serem substituídos. Para Bauman (2001), a cultura torna-se leve, sem peso ou permanência, adapta-se a uma ideia de valorização de novidade, sobre a profundidade, velocidade sobre a reflexão. O autor aponta que:

Associamos 'leveza' ou 'ausência de peso' à mobilidade e à inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leves viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos. Modernidade Líquida Essas são razões para considerar 'fluidez' ou 'liquidez' como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase, nova de muitas maneiras, na história da modernidade (BAUMAN, 2001, p.8-9)

Essa dinâmica não apenas redefine a maneira como nos relacionamos com a cultura, mas também transforma a própria essência do que entendemos como cultura na contemporaneidade. Para entender a cultura na contemporaneidade, observa-se que ela se transforma sob a influência de características marcantes da era digital, especialmente a liquidez. Na sociedade contemporânea, a cultura deixa de ser um conjunto de produtos e práticas que carregam em si um valor duradouro, humano e assume uma forma muito mais fluida e adaptável, moldada pela velocidade e pelo consumo rápido (BAUMAN, 2001, p.42).

Por outro lado, Pierre Lévy (1999) apresenta uma visão mais positiva sobre as tecnologias digitais, destacando a criação de uma inteligência coletiva. Segundo este autor, a cultura digital possibilita novas formas de interação e aprendizado, em que o conhecimento compartilhado é continuamente construído e distribuído em redes colaborativas.

Para Lévy (1999), o consumo de cultura nas redes sociais não precisa ser limitado, ao invés disso, ele traz a ideia que se pode fomentar conexões e o engajamento coletivo, permitindo que usuários se apropriem e ressignifiquem conteúdos de maneira criativa. Essa visão sugere que, embora as redes sociais promovam um consumo rápido e superficial, também oferecem potencial para que a cultura se desenvolva de forma colaborativa e expansiva, criando formas de expressão e identidade coletiva.

Enquanto Bauman (2001) considera o consumo digital como um fator que intensifica a efemeridade e a fragilidade das relações atuais (BAUMAN, 2001, p.42),

Lévy (1999) reconhece na cultura digital um ambiente de construção coletiva (LÉVY, 1999, p. 130). Ambos os autores apresentam contribuições significativas: a era digital, enquanto provoca a transitoriedade, também possibilita surgir uma cultura mais inclusiva e colaborativa, onde as informações são continuamente reimaginadas pela atuação engajada das comunidades virtuais.

De acordo com Muta (2021) pela *Folha de Pernambuco*, Thiago Martins Rêgo criou o grupo de *WhatsApp* Agenda Cultural RMR. Este grupo procura compartilhar shows, filmes, oficinas, entre outros eventos culturais na região metropolitana de Recife.

Até 2021, o grupo contava com 150 (cento e cinquenta) participantes, ilustrando como as redes sociais podem possibilitar um acesso mais democrático e ampliado à informação cultural, proporcionando que artistas locais e menos conhecidos se conectem com um público mais amplo e vice-versa. Assim, forma-se um contraste com as mídias tradicionais de comunicação, onde as informações eram mais centralizadas e unilaterais. Com a *internet* e as redes sociais, é possível que qualquer pessoa, independente do seu alcance físico, torne-se um produtor de conteúdo cultural e tenha suas obras apreciadas, reconhecidas e, até mesmo, viralizadas.

A capacidade das redes sociais de democratizar a produção e disseminação cultural muda o modo como a cultura é consumida, promovendo um ambiente mais inclusivo e plural, mas o que também impõe desafios, como a superficialidade do consumo e a dificuldade de criar vínculos duradouros com as produções culturais. Mesmo assim, as redes sociais fornecem um espaço dinâmico e inovador para criação e o compartilhamento de conteúdo, e a constante evolução dessas plataformas evidencia seu papel essencial na configuração da cultura contemporânea.

2.1.2 Acessibilidade e diversidade nas redes sociais

Para Ramos e Almeida (2019), as redes sociais desempenham um papel crucial na promoção da acessibilidade e diversidade no meio cultural, permitindo, para aqueles que têm acesso, que vozes antes marginalizadas sejam ouvidas e representadas. A acessibilidade digital, que inclui práticas como o uso de texto alternativo, legendas e uma linguagem simples, garante que todos, independentemente de suas habilidades físicas ou cognitivas, possam acessar e interagir com o conteúdo *online*. Essas iniciativas não apenas facilitam o acesso, mas também criam um ambiente inclusivo onde todos se sentem representados.

Além disso, para os pesquisadores Souza *et al* (2024), as redes sociais democratizam a produção e disseminação cultural, permitindo que indivíduos de diferentes origens compartilhem suas experiências sem intermediários tradicionais. Isso se manifesta na expressão cultural autêntica, onde usuários podem criar e compartilhar conteúdos que refletem suas identidades. Movimentos sociais também encontram nas redes sociais uma plataforma poderosa para mobilização, aumentando a visibilidade de questões relacionadas à diversidade e promovendo a conscientização sobre desafios enfrentados por grupos minoritários.

Por fim, segundo a revista *Igual, Inclusão e Diversidade* (2021)⁸, a inclusão nas redes sociais é benéfica não apenas do ponto de vista ético, mas também estratégico para empresas e marcas. Representar a diversidade em suas comunicações pode aumentar o alcance do público e fortalecer a imagem da marca, atraindo consumidores que valorizam a responsabilidade social. Ao fomentar comunidades inclusivas, as redes sociais podem promover um senso de pertencimento essencial para a interação social saudável, contribuindo para uma sociedade igualitária.

Pesquisadores têm se dedicado a explorar a temática da acessibilidade e diversidade nas redes sociais, contribuindo para a compreensão e melhoria desse cenário. Angelucci (2021) destaca a importância da acessibilidade digital como um meio de garantir a participação ativa de pessoas com deficiência em todas as áreas, incluindo as redes sociais. A autora argumenta que a falta de acessibilidade não só aumenta a discriminação, mas também limita a pluralidade das formas de comunicação e o entendimento de diferentes realidades. Rosa (2021), jornalista e ativista dos direitos das pessoas com deficiência, também enfatiza a necessidade de melhorias nas plataformas sociais, citando a falta de recursos adequados para deficientes visuais em aplicativos populares como *Instagram* e *TikTok*.⁹

Outro exemplo relevante, é o estudo realizado por Pinto e Costa (2023), que investigaram a comunicação de pessoas com deficiência nas redes sociais. O trabalho

⁸**IIGUAL.** Saiba mais sobre diversidade e inclusão nas redes sociais. Disponível em: <https://iigual.com.br/blog/saiba-mais-sobre-diversidade-e-inclusao-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 26 nov. 2024.

⁹ *TikTok* é um aplicativo gratuito desenvolvido pela empresa chinesa ByteDance, focada no consumo e criação de vídeos curtos em formato vertical (15 segundos a 3 minutos). A Plataforma destaca por seus algoritmos de recomendação, que personaliza o conteúdo para cada usuário, e por papel na popularização de tendências. SILVA, A. B. S. L. da, MORAES, A. F. de M., SOUZA Júnior, A. A. de, & MENDES, S. A. T. O impacto do TikTok no marketing de influência a partir da perspectiva dos discentes de uma instituição de ensino superior. *Cuadernos De Educación Y Desarrollo*, 16(6),. Disponível em <https://doi.org/10.55905/cuadv16n6-167> Acesso em 28 de novembro de 2024.

revelou que as redes sociais são um meio vital para essas pessoas interagirem e se expressarem, embora ainda enfrentem barreiras significativas. A pesquisa destacou como o celular se tornou um símbolo de inclusão para as pessoas com deficiência, permitindo-lhes trabalhar, estudar e se entreter, além de compartilhar suas experiências e superações.

Além disso, segundo o Movimento Web Para Todos, a *Hand Talk*, uma *startup* focada em acessibilidade digital, mostra que apenas 1% dos *sites* brasileiros são inclusivos para pessoas com deficiência. Ele enfatiza a necessidade urgente de políticas concretas que promovam a inclusão digital e garantam que todos possam acessar informações sem barreiras. Esses pesquisadores mostram a importância da acessibilidade nas redes sociais e o impacto positivo que melhorias nesse aspecto podem gerar na vida das pessoas com deficiência (PCD).

2.1.3 A Influência das Redes Sociais na Divulgação Cultural e na Inclusão de Diversas Vozes

Oliveira (2021) comenta que as redes sociais têm proporcionado novas possibilidades de divulgação e participação cultural, especialmente em um contexto em que a acessibilidade e a diversidade são cada vez mais valorizadas. Durante a pandemia, por exemplo, eventos culturais migraram para o ambiente digital, permitindo que peças teatrais e outras manifestações artísticas alcançassem públicos mais amplos sem a necessidade de deslocamento físico. Essa mudança não apenas facilitou o acesso a conteúdo cultural, mas também democratizou a participação, permitindo que pessoas de diferentes origens e localizações se envolvessem em experiências que antes poderiam ser limitadas a espaços físicos específicos.

Além disso, ainda segundo o Jornal da USP (2021), plataformas como *TikTok* e *Instagram* têm se tornado espaços vitais para a expressão cultural e criativa. O *TikTok*, em particular, viu um crescimento explosivo em usuários e se tornou um meio eficaz para escritores e artistas divulgarem suas obras. A interação rápida e dinâmica dessas plataformas permite que conteúdos culturais sejam compartilhados de maneira viral, aumentando sua visibilidade e engajamento.

Essa nova forma de interação não só promove a diversidade cultural, mas também incentiva um diálogo mais amplo entre diferentes grupos sociais e culturais.

Por fim, a inclusão de diversas vozes nas redes sociais enriquece o conteúdo disponível e fortalece comunidades *online*. A promoção da diversidade nas estratégias de

marketing digital é crucial para que marcas e criadores de conteúdo alcancem um público mais engajado. Campanhas que refletem essa diversidade tendem a ressoar melhor com os consumidores, que se sentem representados e valorizados. Assim, as redes sociais não apenas ampliam as oportunidades de divulgação cultural, mas também fomentam um ambiente inclusivo onde todas as vozes podem ser ouvidas.

2.1.4 Desafios e Riscos da Comunicação Cultural nas Redes Sociais

A comunicação cultural mediada por redes sociais apresenta uma série de desafios e riscos que precisam ser considerados. Segundo Danon (2023), um dos principais desafios é a disseminação de informações falsas. As redes sociais permitem a propagação rápida de conteúdos, mas essa velocidade também facilita a circulação de notícias enganosas, o que pode levar à desinformação e à polarização social. A falta de verificação de fatos e a dificuldade em discernir entre informações verdadeiras e falsas podem resultar em consequências sérias, como conflitos sociais e danos à reputação de indivíduos e instituições.

Para Silva *at al* (2014), outro risco significativo é a criação de eco câmaras¹⁰ e bolhas de filtro¹¹, onde os algoritmos das plataformas tendem a mostrar conteúdos que reforçam as crenças e opiniões já existentes dos usuários. Isso pode limitar a exposição a perspectivas diversas, dificultando o diálogo intercultural e promovendo a polarização. Além disso, questões relacionadas à privacidade e segurança são preocupações constantes, pois o compartilhamento de informações pessoais pode resultar em assédio cibernético ou roubo de identidade.

Para Taha (2024), as redes sociais nasceram do avanço tecnológico com um propósito de reduzir distâncias e criar comunidades virtuais colaborativas. Contudo, ao longo do tempo, houve efeitos colaterais relacionados ao desenvolvimento da cooperação entre as pessoas. Um exemplo que marca essa afirmação é a polarização exacerbada pelas chamadas “bolhas digitais”. Segundo a pesquisadora, “As ‘Bolhas Digitais’ podem ser definidas como ambientes virtuais que são formados por meio de algoritmos os quais selecionam e filtram o tipo de informação que um indivíduo será exposto” (TAHA, 2024, p. 619). Por consequência, o usuário pode ficar preso a uma bolha informacional que

¹⁰ Descrevem um ambiente de mídia vinculado e restrito com a capacidade de expandir as mensagens transmitidas e isolá-las das que as contradizem.

¹¹ No contexto digital, as ideias são disseminadas apenas entre indivíduos que compartilham pensamentos semelhantes.

limita sua visão de mundo e intensifica a polarização, já que o algoritmo só vai apresentar conteúdos que reforçam crenças e visões de mundo prévias.

As plataformas digitais utilizam estratégias de controle baseadas em aspectos psicológicos, aproveitando a tendência das pessoas a aceitarem com mais facilidade informações afins com suas crenças, principalmente quando estas crenças apresentam conotação negativa.

Por fim, a comunicação cultural nas redes sociais também enfrenta o desafio da representatividade. Para Oshiro (2024), embora as plataformas tenham ampliado vozes antes marginalizadas, ainda existe uma luta contínua para garantir que todas as identidades sejam respeitadas e representadas adequadamente. A falta de diversidade nas narrativas pode perpetuar estereótipos prejudiciais e excluir experiências valiosas do discurso cultural mais amplo. Portanto, é fundamental que tanto os usuários quanto as plataformas adotem práticas responsáveis para mitigar esses riscos e promover um ambiente mais inclusivo e informativo.

2.1.5 O Papel do Produtor Cultural na Era Digital

Como aponta Dias (2023) sobre o bem-estar corporativo, o gestor cultural desempenha um papel fundamental na promoção do bem-estar social e no fortalecimento de movimentos culturais, especialmente através das redes sociais. Essas plataformas oferecem um espaço dinâmico para a divulgação de iniciativas culturais, permitindo que gestores se conectem diretamente com a comunidade e promovam a participação ativa dos cidadãos. Ao utilizar as redes sociais, os gestores podem disseminar informações sobre eventos culturais, projetos comunitários e oportunidades de engajamento, aumentando a visibilidade e o acesso à cultura para um público mais amplo.

Além disso, para Ziegler (2023), os gestores culturais têm a responsabilidade de fomentar um ambiente inclusivo que valorize a diversidade e a participação de diferentes grupos sociais. Através das redes sociais, é possível criar comunidades *online* onde as vozes de artistas locais, grupos marginalizados e cidadãos em geral possam ser ouvidas e valorizadas. Essa interação não apenas fortalece os movimentos culturais, mas também promove o senso de pertencimento e identidade cultural entre os participantes. A cocriação de conteúdos culturais nas redes sociais pode levar a uma maior representação das diversas realidades sociais, contribuindo para um panorama cultural mais rico e plural.

Por outro lado, Holms *et al* (2022) comentam que os gestores enfrentam desafios significativos ao navegar neste espaço digital. A necessidade de se adaptar rapidamente às mudanças nas plataformas e nas preferências do público exige uma abordagem estratégica e inovadora. Além disso, é crucial que os gestores estejam atentos à desinformação e aos riscos associados à comunicação *online*, garantindo que as iniciativas culturais sejam apresentadas de forma clara e precisa. Ao superar esses desafios, o gestor cultural pode efetivamente utilizar as redes sociais como uma ferramenta poderosa para promover o bem-estar social e fortalecer a cultura em suas comunidades.

3. O CASO DA CASA AZPIROZ

Para introduzir esta etapa, é relevante contextualizar o leitor sobre as entrevistas realizadas com os gestores da Casa Azpiroz (**Figura 3**). A primeira entrevista, que aborda o início da história da Casa Azpiroz, ocorreu no início de 2023. Na ocasião, as entrevistadoras foram eu e Maria Fernanda Cavalcante, então discente do curso de Produção e Política Cultural e atualmente Bacharela na área. Essa atividade foi desenvolvida como parte dos trabalhos da disciplina de História da Arte. Já a segunda entrevista foi conduzida exclusivamente por mim, com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre a perspectiva dos gestores quanto ao uso das mídias digitais nesse espaço de fronteira.

A Casa Azpiroz, localiza-se na cidade de Rio Branco no Uruguai, próxima à ponte Barão de Mauá, que marca a fronteira Jaguarão Brasil - Uruguai, de acesso a ambas as cidades. Os entrevistados e moradores da casa são Ana Júlia Freitas e Santiago Passos. A casa, historicamente, é da família Passos, tendo sido construída no século passado, quando o avô de Santiago ganhou o terreno dos donos da Loja Azpiroz, onde por muitos anos, trabalhou.



Figura 3: Casa Azpiroz durante as gravações do filme Casa de Rio de 2021.¹²

Tive a oportunidade de atuar, profissionalmente, com estes gestores em eventos como o Sofá na Rua Fronteira (**Figura 4**), 1ª e 2ª edição, que é um movimento cultural que se iniciou em 2012 na cidade de Pelotas/RS, junto a efervescência da “Fora do Eixo” (uma rede de coletivos culturais). O Sofá na Rua inicialmente, como um evento de rua, hoje, como uma Rede presente em diversos estados brasileiros e, já alcançando ares internacionais, adentrou no território da Fronteira de Rio Branco/Jaguarão, para abrir o debate sobre a ocupação de espaços públicos na cidade, e o fazer cultural dentro do território.

¹² Acervo de Ana Júlia Freitas. O Filme Casa de Rio é um resgate da história da Casa Azpiroz e da família Passos. Estando localizada na margem do rio Jaguarão, guarda relatos da fronteira Brasil Uruguai. Acesso em: <https://filmow.com/casa-de-rio-t356097/>



Figura 4: Equipe da 1ª edição Sofá na Rua *Frontera*. O evento foi realizado em Rio Branco, na Casa Azpiroz no ano de 2022.¹³

Em 2022-2023 ocorreu o Passeio Cultural no Mercado (**Figura 5 e 6**), 1ª e 2ª edição, em 2022, que nasceu diante da necessidade de ocupação do Mercado Público de Jaguarão, edifício tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), como Patrimônio Arquitetônico e Cultural da Nação. O evento “Passeio Cultural”, com um viés artístico e de ocupação popular, tem como propósito, a inclusão social e envolvimento da comunidade e suas mais diversas culturas.

Figuras 5 e 6: 2ª edição do Passeio Cultural no Mercado no ano de 2022.¹⁴

Ana Júlia e Santiago mudaram-se para a casa em 2020, assim que foi decretada a pandemia da Covid-19. Desta forma, isolados em casa, sem poder ver a família e sem poder atravessar a ponte, eles passaram a se conectar com o seu entorno criando uma relação com a casa. Assim, eles pensaram em um espaço visando hospedagem, mas, ao mesmo tempo, um espaço que pudesse acolher diversas manifestações culturais, bem como a ideia de um “guarda-chuva” para projetos culturais.

Porém, já em 27/11/2024, data da entrevista para este artigo, os entrevistados disseram que em um ano, muitas coisas mudaram, pois, não é mais, uma casa de hospedagem e seus projetos já não trabalham tanto com o espaço físico da Casa Azpiroz,

¹³ Acervo de Julia Melgares.

¹⁴ Acervo de Julia Melgares.

mas sim com sua ideia, transformando-a em “Casa Azpiroz Produções”, hoje fazendo parte de uma rede cultural no espaço de fronteira Brasil - Uruguai.

Mediante autorização prévia para a gravação de voz dos produtores culturais, foram realizadas as perguntas que estão no Apêndice I, deste artigo.

Segundo os entrevistados, diante das mudanças em suas trajetórias, perceberam que as mídias digitais exigiam muito tempo de suas vidas, caso optassem por dar mais atenção e acompanhar as mudanças rápidas ocorridas nas redes sociais. Referente a característica da efemeridade nas redes digitais, Ana Júlia Freitas, artista visual e produtora cultural entrevistada, diz:

Você tem que postar o que o algoritmo vai engajar. [...] eu abandonei as redes sociais porque é isso, eu sentia que eu tinha que estar sempre sabendo que estava acontecendo, acompanhando a tendência, colocando a música que está nos *trends topics*. Tinha que ser *reels*, mas tem que ser rápido, mas não pode ser sempre igual. Aí ao mesmo tempo, tipo, não tinha conteúdo suficiente para você criar sobre uma casa, entendeu? Aí esse ano, eu fui fazendo só o básico, só o mínimo das coisas que eu era obrigada, para divulgar de alguma atividade na casa, por registrar, principalmente, como hoje eu uso muito mais, como um lugar de só registro mesmo. [...] Mas então o que eu quero dizer sobre a efemeridade, eu odeio, acho horrível, eu acho assim, escravizador das pessoas, eu não aguento mais as redes sociais. (Ana Júlia Freitas, entrevistada em 27 de novembro de 2024)

Para o artista visual e produtor cultural, Santiago Passos, as redes sociais, as quais ele administra, são espaços de armazenamento de informações e registros das atividades realizadas pelas entidades em que ele atua. Demonstra que, assim como a Ana Júlia, para alcançar um público grande, para gerar engajamento é necessário utilizar um tempo grande em torno das redes sociais. Sendo que é visto como necessário a criação de vídeos, conteúdos, textos, interação com o público constantemente. Santiago reforça que as atividades culturais realizadas por entidades como a Sociedade Independente Cultural (SIC) de Jaguarão, são voltadas para ações presenciais e que as redes sociais, diante seus objetivos atuais, são apenas voltadas mais para registro de atividades.

Geralmente sou eu que cuido das redes lá do ponto de cultura da SIC, e também eu geralmente alimento mais as redes quando tem algumas atividades nossas, eu digo assim, do ponto de cultura. Então, por conta da efemeridade que eu sei que tu posta alguma coisa, daqui a dois três dias ela já não existe mais, no sentido de que não está mais na *timeline* das pessoas, não está mais circulando, e aí tu não faz uma campanha de marketing direto, né, pagando ali. Então, eu tento manter essas publicações mais próximas do evento, né, um pouco mais para também conseguir registrar o que está acontecendo, o que é as nossas atividades, nossos projetos ali do ponto de cultura e também para tentar atingir um público um pouco maior, né. A gente sabe que o público que a gente atinge nas redes nem sempre se transforma em público real, que vai participar das atividades, mas, ao mesmo tempo, a gente consegue aumentar esse engajamento de tipo, pessoas que estão olhando nosso trabalho, vendo que o

trabalho está acontecendo, sabe. A gente consegue alcançar pessoas que estão mais distantes da gente. Sobre a efemeridade, eu acho que é isso. A gente também no caso do Ponto de Cultura, né, que a gente tem o trabalho, pelo trabalho, não é só coisa de ter que ter público muito grande, nossa intenção não é vender algo, mas sim fazer o trabalho, né, então acaba que as redes ficam mais pro registro porque justamente isso, né, porque se a gente precisa botar dinheiro pra poder não ser só produto, né, que no momento que começa a pagar, tu é o cliente, né, então é aí as redes vão começar a funcionar, porque é como funciona a estratégia de marketing, tu paga para ter uma atenção maior. [...] as redes sociais, elas trazem um desgaste emocional muito forte também. Que tu tem que ficar consumindo, né? Tu tem que colocar, e aí quanto mais tu coloca, mais interações tem, essas interações também te despertam alguns gatilhos, no sentido que tem que responder, aí quando vê, tu passa o dia inteiro no celular, fazendo coisa, trabalhando pra aquilo. (Santiago Passos, entrevistado em 27 de novembro de 2024)

Na percepção dos gestores entrevistados, nota-se que em suas experiências, não apenas a questão do tempo que precisa ser destinado para toda a elaboração constante de conteúdo para redes sociais, é relevante, mas como também, o poder aquisitivo a ser despendido, para impulsionar conteúdos, facilitam a atuação nestes meios. O que pode ser identificado é a questão de privilégios econômicos, ou seja, despendido de capital para impulsionar publicações em redes sociais, aparece mais, quem paga mais, o que pode vir a enfraquecer a ideia de democratização dentro das mídias sociais, tendo em vista um país como o Brasil, que é um país extremamente desigual.

Em uma perspectiva de acessibilidade, foi perguntado aos entrevistados qual suas percepções sobre as estratégias de acessibilidade que eles consideraram mais relevantes para inclusão digital, principalmente, voltada para conteúdos culturais. Eles elencaram algumas ações que, hoje em dia, são essenciais para qualquer publicação, como, por exemplo, a utilização da legenda. Porém, percebe-se que existe uma desinformação, uma sensação de não compreensão de quais, ou o quantas ações, podem ser utilizadas para a promoção da acessibilidade. Segundo Ana Júlia:

[...]legenda, eu tô viciada em legenda. Porque a legenda, pra mim, né, por exemplo, estou com o bebê, fazendo dormir, [...] praticamente tô aqui com ela num braço, no outro, e eu tô ali, assistindo umas coisas. Eu quero ver um vídeo, tem legenda, eu já consigo assistir. (Ana Júlia Freitas, entrevistada em 27 de novembro de 2024)

Santiago em sua resposta, aborda questões amplas relacionadas a grupos minoritários, ressalta que os algoritmos que regem as redes sociais são criados por seres humanos, e historicamente, vivemos em sua sociedade machista, racista etc. Essas questões também podem refletir dentro das redes sociais, o que demanda atenção. Santiago aborda que tenta manter em suas redes um espaço acolhedor e que o máximo de

peças sejam representadas, mas entende que é uma responsabilidade que precisa vir também dos gestores dessas mídias digitais. Segundo Santiago:

E aí, tem que ter uma descrição, ou é sempre bom ter na legenda, embaixo, assim, né, eu, quando faço alguma publicação, eu, geralmente, não posto vídeos, né, eu não faço, não trabalho com vídeo, assim, então, geralmente, eu faço cards, ou apresentações, ou fotografias, assim, sabe, e é sempre bom, sempre tento, não é, sempre que eu consigo colocar um texto junto com a postagem, né, explicando, mais ou menos, o que é aquela postagem, numa linguagem fácil, para que o máximo de pessoas possam entender do que se trata, né. Como a gente tá aqui do lado da fronteira, às vezes, tentar colocar em espanhol, também, mas, nesse sentido de acessibilidade e aumentar a diversidade cultural, acho que é muito o conteúdo que tu posta e com quem tu quer falar, né, eu tenho tentado sempre manter uma linguagem de gênero neutra. Tenho esse cuidado sempre na hora de fazer as postagens, tanto no WhatsApp, em comunidades, e no Instagram, sempre me atentar que o texto, né, ele tenha uma linguagem de gênero neutra ali, pra que o máximo de pessoas se sintam contemplados, né." (Santiago Passos, entrevistado em 27 de novembro de 2024)

Santiago aqui traz a importância de tornar o conteúdo compreensível com explicações claras, utilizando uma linguagem neutra e traduzindo-o para o espanhol, se possível. Estas práticas promovem um compromisso com a inclusão e a acessibilidade, especialmente em contextos multiculturais como as fronteiras.

Como as redes sociais podem ser utilizadas para promover a representatividade de grupos minoritários? Representatividade? Como, como é que é? Como as redes sociais podem ser utilizadas para promover a representatividade de grupos minoritários, assim? Ah, acho que colocando essas pessoas em foco, né, abordando esses temas de alguma maneira, através da produção de conteúdo, aí, claro, vai de cada rolê, cada página, né, com o objetivo de cada um, digamos, né. [...] Eu acho que falando de uma maneira ampla, assim, né, eu acho que existem muitas páginas ou tipo, específicas, né, tipo, de grupos minoritários, assim, eu acho que no sentido da rede social, ela vem no sentido de democratizar do que tu pode ir lá, cada um pode ir lá e fazer a sua página, se expressar daquela maneira. (Santiago Passos, entrevistado em 27 de novembro de 2024)

Já neste trecho, Santiago reflete sobre como as redes sociais podem ser ferramentas para amplificar vozes de grupos minoritários, dando espaço para narrativas próprias e promovendo a democratização da comunicação. No entanto, ele também ressalta a língua espanhola em suas publicações considerando sempre o território de fronteira.

Mas a gente também sabe que quando a gente vem falar de algoritmo, de compartilhamento e coisa, ainda também existe muito racismo, muita discriminação dentro desses algoritmos, né. Porque são feitos por empresas, por pessoas, é uma coisa que é natural, assim, que como querem vender, não, o algoritmo é algo que é imparcial, assim, se tu faz tal, tal coisa, tu vai ter o mesmo engajamento. A gente sabe que isso não acontece, né, mas eu acho que

é uma maneira importante, né, das pessoas poderem se comunicar. (Santiago Passos, entrevistado em 27 de novembro de 2024)

Após a entrevista com os gestores da Casa Azpiroz, é possível perceber como as práticas de comunicação estão imersas em uma constante tensão entre acessibilidade, representatividade e as limitações impostas pelos próprios algoritmos. O esforço de tornar os conteúdos mais acessíveis se alinha com a ideia de que as redes sociais têm potencial para democratizar a comunicação e promover maior diversidade. Porém, esse processo não é isento de desafios, uma vez que, como destaca Santiago, a estrutura dos algoritmos, que regulamenta o alcance das postagens, ainda reflete questões de discriminação, um desafio histórico que se reflete nas mídias digitais, barreiras para o enfrentamento dessa questão e para a representatividade de grupos minoritários, principalmente, em plataformas populares como o *Instagram*.

Já a questão da efemeridade, por sua transitoriedade, tende a criar uma experiência de consumo acelerada, superficial e desgastante para o usuário. Ana Júlia traz uma crítica direta à ideia de efemeridade imposta pelas redes sociais e o seu impacto. Ela expõe uma pressão para seguir tendências e se adaptar constantemente aos algoritmos de engajamento, criando um ciclo de produção superficial e contínuo. A necessidade de criar conteúdo rápido e de mantê-lo, constantemente atualizado, sem ter espaço para uma produção mais reflexiva ou autêntica, reflete o que Byung-Chul Han (2022) descreve enquanto efemeridade digital, que exige do usuário uma incessante e imediata constância dentro das mídias digitais, uma efervescência de informações constantes que podem levar ao adoecimento e sem agregar algo positivo e informativo,

Hoje nós corremos atrás de informações sem obter nenhum saber. Tomamos ciência de tudo sem chegar a nenhum conhecimento. Vamos a todos os lugares sem obter nenhuma experiência. Nós nos comunicamos ininterruptamente, sem participar de nenhuma comunidade. Armazenamos imensas quantidades de dados sem buscar memórias. Acumulamos *friends* e *followers* sem toparmos com outros. Assim, as informações desenvolvem uma forma de vida sem constância e duração. (HAN, 2022, p.22)

A frustração de Ana Júlia ao se sentir “escravizada” por essas exigências é uma manifestação da exaustão provocada pela efemeridade, um fenômeno que promove a superficialidade das interações e diminui o valor duradouro das produções culturais, tornando-as fugazes e desprovidas de profundidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos, durante este trabalho, que as potencialidades para a área da produção cultural na divulgação, acessibilidade, inclusão e democratização da cultura são imensas, porém, essas possibilidades estão envoltas nas tensões causadas pelos próprios algoritmos das mídias digitais. Estes algoritmos são criados a partir de um pensamento humano, que historicamente, carrega desigualdades, preconceitos e exclusão, o que é reforçado pela ideia de bolhas digitais. No entanto, as bolhas digitais nos mantêm em um espaço virtual confortável diante das nossas crenças, o que pode reforçar as polarizações, violências e exclusões.

Observamos, também, através do caso apresentado, que a necessidade de acompanhar as rápidas mudanças na sociedade causam um desgaste emocional e físico dos entrevistados, levando-os a utilizar as redes sociais, principalmente o *Instagram*, mais como um espaço de armazenamento de informações, do que, como uma interação com os usuários. Ao mesmo tempo, há um esforço para que as redes sociais, administradas pelos gestores da Casa Aspiroz Produções, sejam acessíveis, inclusivas e acolhedoras, buscando um cuidado para não ceder totalmente ao fluxo contínuo das redes, e poder captar suas melhores potencialidades.

Com base nas entrevistas realizadas, verificou-se que os gestores estão mais focados na publicação de registros das atividades culturais e no uso das redes como um espaço de memória. Apesar da pressão por conteúdos mais dinâmicos e adaptados aos algoritmos das plataformas, como *reels* e publicações em redes sociais que acompanham tendências, optam por conteúdos que dialoguem com suas práticas culturais locais. Esse uso reflete as limitações de tempo e recursos, evidenciando uma tensão entre a necessidade de engajamento e a preservação de autenticidade nas publicações culturais.

O desenvolvimento deste trabalho resultou na identificação do tipo de conteúdo postado nas redes sociais da Casa Azpiroz Produções. Através das entrevistas, percebe-se que, para o público-alvo dos gestores, são postados os registros dos eventos culturais e usam as redes como um acervo digital da memória. Apesar da pressão em postar conteúdos mais leves e dinâmicos, que atendam aos algoritmos das plataformas, mas não se tornando delas refém, os gestores também optaram por priorizar a publicação de conteúdos que complementem as práticas culturais locais.

No que diz respeito aos benefícios e desafios da utilização das redes sociais, as entrevistas mostram dois aspectos. A rede social ajuda a expandir o alcance dos eventos culturais, conscientizar as pessoas e permitir conexões com públicos distantes. No entanto, existem muitos desafios, incluindo a necessidade de fazer alterações imediatas nos requisitos do algoritmo, o custo de aumentar a visibilidade e o estresse emocional da criação de conteúdo. As entrevistas destacaram a importância de estratégias reflexivas e participativas, enfatizando o papel do produtor cultural diante dos limites da efemeridade digital dada e buscando práticas mais inclusivas.

Enfim, consideramos que, portanto, existem muitos desafios a serem enfrentados socialmente. O deslumbre com uma ideia de democratização da cultura mediada por redes sociais não deve ser maior do que a reflexão e a crítica de como esta ideia de democratização chega para os indivíduos na pós-modernidade. Não negamos a importância e relevância da influência e do envolvimento do mundo digital em nossas vidas, porém, enquanto produtores culturais, necessitamos estarmos atentos, buscando enfrentar e questionar o que é posto pelos algoritmos, estes que carregam sua carga de desigualdade e violência. Nessa perspectiva, os produtores culturais devem estar atentos a este meio, tendo em vista sua inserção nas redes sociais. Num universo de tantas possibilidades, entendemos que a ideia de bolhas digitais acaba por afastar os indivíduos, os isolando em ilhas onde eles acabam por não perceber a solidão que os comete. Que possamos enxergar uns aos outros, o olho no olho e o sol de todo amanhecer.

REFERÊNCIAS

ANGELUCCI, Biancha. Pouca acessibilidade digital aumenta discriminação para pessoas com deficiência. **Jornal da USP**, 2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atuais/pouca-acessibilidade-digital-aumenta-discriminacao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CONCEIÇÃO, Janaina Souza Lira da; CONCEIÇÃO, Vitoria Souza Lira da. Instagram

na Arte: As Relações Sociais entre Artista e Público. **Revista da Fundarte**. Ano 21. n.47. out-dez, 2021.

DANON, Alberto Maurício. **O impacto das redes sociais na comunicação moderna: desafios e oportunidade**. Migalhas. 01 de agosto, 2023.

<<https://www.migalhas.com.br/depeso/390896/o-impacto-das-redes-sociais-na-comunicacao-moderna>> Acesso em 14 nov. 2024.

DIAS, Eduarda. **Cultura de bem-estar nas organizações: o que é e como criar?** Gogood. Disponível em: <<https://gogood.com.br/blog/cultura-de-bem-estar-nas-organizacoes/>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HAN, Byung-Chul. **Não-coisas: tecnologia e a desconstrução do mundo**. Petrópolis: Vozes, 2022.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis: Vozes, 2018.

HAND TALK. **O que é acessibilidade digital?** Disponível em: <https://www.handtalk.me/br/blog/o-que-e-acessibilidade-digital/>. Acesso em: 14 nov. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Página inicial**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/pt/inicio.html>. Acessado em: 3 dez. 2024.

KAPLÚN, Mário. Educomunicação e leitura crítica da mídia. Organicom: **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**.

<https://www.revistas.usp.br/organicom/artigo/visualizar/139254>. Acesso 14. nov. 2024.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOUBAK, A. L. SixDegrees: sete curiosidades sobre a primeira rede social do mundo. TechTudo, 2020. Disponível em:

<<https://www.techtudo.com.br/listas/2020/05/sixdegrees-setecuriosidades-sobre-a-primeira-rede-social-do-mundo.ghtml>> Acesso em 14nov., 2024.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Covid-19**. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/covid-19>>. Acesso em: 23 nov. 2024.

MUTA, Juliano. Cultura nas mídias digitais: novas formas de difusão. **Folha de Pernambuco**, Recife, 17 jan. 2021. Disponível em:

<https://www.folhape.com.br/cultura/cultura-nas-midias-digitais-novas-formas-de-difusao/205991/> Acesso em: 23 nov. 2024.

OLIVEIRA, Zilda Gaspar de. Explosão no uso das redes sociais abre possibilidades para setor cultural. **Jornal da USP**, 2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/explosao-no-uso-das-redes-sociais-abre-possibilidades-para-setor-cultural/>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

OSHIRO, Marcio. Diversidade nas redes sociais: importância e impacto. **WPerformance**, 2024. Disponível em: <<https://wperformance.com.br/glossario/diversidade-nas-redes-sociais-importancia-e-impacto/>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

PINHEIRO, Pollyanne Garagnani Pereira; ALTMICKS, Alfons Heinrich. O mundo da Internet e o funcionamento das redes sociais. In: **CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE**, 22., 2022, Salvador. Anais [...]. Salvador: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2022.

RAMOS, L. C. ALMEIDA, M. E. B. **Acessibilidade digital e inclusão cultural: tecnologias assistivas na era das redes sociais**. São Paulo: Editora Contexto, 2019.

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

REVISTA IIGUAL - INCLUSÃO E DIVERSIDADE. **Saiba mais sobre diversidade e inclusão nas redes sociais**. Disponível em: <https://iigual.com.br/blog/saiba-mais-sobre-diversidade-e-inclusao-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SILVA, A. B. S. L. da, MORAES, A. F. de M., SOUZA Júnior, A. A. de, & MENDES, S. A. T. O impacto do TikTok no marketing de influência a partir da perspectiva dos discentes de uma instituição de ensino superior. **Cuadernos De Educación Y Desarrollo**, 16(6), 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.55905/cuadv16n6-167>. Acesso em 28 de novembro de 2024.

SOUZA, A. M. F. DE; OLIVEIRA, G. F. DE; MACIEL, S. Produção para mídias sociais digitais pautadas na acessibilidade na extensão universitária: o caso do Instagram @bfalada. **UFF & Sociedade**, v. 4, n. 4, p. 1-14, 11 jun. 2024.

TAHA, Juliana Silva Pereira; GARCIA, Marcos Roberto. O impacto das bolhas digitais no comportamento humano. **Psicologia em Argumento**, vol. 42, no. 117, pp. 616-629, abr./jun. 2024.

ZIEGLER, Esteban. Cultura é fundamental na promoção do bem-estar dos colaboradores. **Portal da Comunicação**. Disponível em: <<https://portaldacomunicacao.com.br/2023/07/cultura-e-fundamental-na-promocao-do-bem-estar-dos-colaboradores/>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus guias que me acompanharam durante esta jornada, agradeço aos meus pais, Miguelina Luiz Alves e Pedro Eloi Marques Alves, que com sangue e suor me permitiram que eu estivesse aqui, amo vocês com todo meu coração, aos meus avós, Dalila, José e Maria Alcina (que me orgulho em carregar seu nome), aos meus irmãos Mauricio, Maurilice, Maurenice e Mariana, sobrinhos Pedro Miguel, Bianca, Arthur, Isabeli, Valentina e Yasmin que me dão inspiração e vida. E na vida e no universo agradeço aos meus amigos, que aqui pertinho ou longe, estiveram comigo e fizeram parte da minha construção pessoal e humana.

Agradeço especialmente a Eduarda Leão, minha ruiva, minha amiga, minha inspiração, quem me deu força e motivação para continuar, que em muitos momentos sombrios foi minha luz. Quem também precisou me aguentar, quem dividiu comigo a vida e universo desde Caçapava do sul, Jaguarão e para o mundo onde quer que a gente esteja, conta comigo Mulher.

Agradeço aos meus professores e meus orientadores.

Agradeço ao professor Caiuá, que com sensibilidade acreditou em mim, no coletivo e nos movimentos estudantis.

Cris, Mateus, Mabe, Vih, Mafê, Philipo, Joantina, Sandro, Ana Júlia, Ana, Santiago, Rariel, Hérica, Malle, Dani, Cátia, Vih, Bezu, Ruan, Erika, Deborah, Geovani, Mangela, Gisele, Tônia, Denilson, Luciano, Menina Dinossauro e Alex Bessane... entre tantos que peço desculpas por não nomear aqui. E agradeço de todo coração ao meu pé de Hortelãzinha que nasceu no meu jardim, que escolheu compartilhar essa caminhada comigo, por todo o carinho, atenção, sensibilidade, amor e amizade. Te amo muito.

Obrigada por todo o carinho, pelas trajetórias, histórias, lágrimas e abraços compartilhados. Com todo amor, respeito e carinho (<3)...

APÊNDICE I

Questionários por Etapas do Trabalho

1. Efemeridade

1. Como você percebe a influência da efemeridade cultural no engajamento do público em produções divulgadas nas redes sociais?
2. De que maneira a transitoriedade dos conteúdos digitais impacta o vínculo entre o público e os produtos culturais?
3. Quais estratégias você considera eficazes para mitigar os efeitos da obsolescência rápida das postagens culturais nas redes sociais?

4. Em sua opinião, as plataformas digitais favorecem mais a superficialidade ou a profundidade na interação com conteúdos culturais? Por quê?
5. Como seria possível equilibrar a velocidade da informação com uma abordagem mais reflexiva e duradoura no consumo cultural?

2. Acessibilidade e Diversidade nas Redes Sociais

1. Quais práticas de acessibilidade digital você considera mais relevantes para ampliar a inclusão cultural nas redes sociais?
2. Como as redes sociais podem ser utilizadas para promover a representatividade de grupos minoritários no campo cultural?
3. Que tipos de barreiras você identifica para a participação de pessoas com deficiência em produções culturais digitais?
4. Em sua visão, o que falta para que as redes sociais sejam realmente inclusivas em termos de acessibilidade e diversidade cultural?
5. Como produtores e gestores culturais podem garantir que a diversidade seja respeitada e promovida nas plataformas digitais?

3. Influência das Redes Sociais na Divulgação Cultural

1. De que forma as redes sociais contribuem para democratizar o acesso às produções culturais?
2. Como você avalia o impacto das redes sociais no alcance de públicos diversos, especialmente durante a pandemia?
3. Quais elementos das plataformas como TikTok e Instagram você considera mais eficazes para impulsionar a divulgação cultural?
4. Em sua opinião, como as redes sociais podem equilibrar a divulgação massiva com a promoção de conteúdos culturalmente relevantes?
5. Quais são os principais benefícios das redes sociais na ampliação do diálogo cultural entre diferentes grupos sociais?

4. Desafios e Riscos da Comunicação Cultural

1. Como você analisa os impactos da desinformação na percepção de produções culturais nas redes sociais?
2. De que maneira a polarização gerada por bolhas de filtro pode prejudicar o diálogo intercultural?
3. Quais práticas podem ser adotadas para aumentar a segurança e a privacidade dos usuários nas redes sociais?
4. Como garantir uma representatividade justa e diversa nas narrativas culturais promovidas digitalmente?
5. Quais ações poderiam ser implementadas para combater a superficialidade na comunicação cultural nas redes sociais?

5. Papel do Gestor Cultural na Era Digital

1. Quais estratégias você considera mais eficazes para gestores culturais aumentarem o alcance de suas iniciativas nas redes sociais?
2. Como gestores culturais podem promover comunidades digitais inclusivas e participativas?

3. Quais desafios específicos os gestores enfrentam ao criar conteúdos que equilibram engajamento e relevância cultural?
4. De que maneira os gestores podem lidar com a rápida evolução das plataformas digitais e as mudanças no comportamento do público?
5. Como gestores culturais podem atuar para combater os riscos associados à desinformação e à polarização nas redes sociais?