

**O impacto do uso da Internet na prática
contemporânea do design de comunicação**

Guilherme Magalhães de Sousa

**Trabalho de Projeto de Mestrado
em Antropologia (Culturas Visuais)**

Novembro, 2021

Trabalho de Projeto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Antropologia, ramo de Culturas Visuais. Realizado sob a orientação científica da professora Filomena Silvano e coorientação da professora Sofia Gonçalves.

Com um agradecimento à minha parceira Laura, aos meus pais, a todos os amigos com quem partilhei os entusiasmos e angústias deste processo, aos participantes do *workshop*, à FBAUL, a todos os colegas, professores, técnicos e auxiliares com quem me cruzei na NOVA-FCSH durante o Mestrado, ao ensino público e, finalmente, às orientadoras que me acompanharam e ajudaram num momento tão desafiante.

À memória do Xico da Ladra.

«Não levamos ninguém a sério, nem mesmo a nós próprios.

Porque quem se leva a sério detém-se com a ideia de que a sua verdade deve ser a verdade para todos e para sempre. E, mais cedo ou mais tarde, dedica a sua força não para que a sua verdade nasça, cresça, seja frutífera e morra (porque nenhuma verdade terrestre é absoluta e eterna), mas sim para matar tudo o que não esteja de acordo com esta verdade.»

Subcomandante Marcos, 2011

Trabalho de Projeto

O impacto do uso da Internet na prática contemporânea do design de comunicação

Autor

Guilherme Magalhães de Sousa

Palavras-Chave:

Design, Internet, Cultura Visual, Comunicação, Habitus, Prática

Resumo:

A Internet é um facto tecnológico que damos como adquirido nas nossas vidas, mas a sua proliferação global é um fenómeno recente e os seus efeitos não podem ainda ser totalmente compreendidos. Neste meio eminentemente visual, voltamos a atenção para a produção das imagens, cada vez mais o centro da comunicação. Consideramos um ciclo em que a produção das imagens molda o mundo e é moldada por ele. Focamo-nos numa disciplina que trabalha a comunicação visual para entender como os seus praticantes são influenciados pela Internet, não só no momento de produzir, mas também no quotidiano. Que imagem têm do mundo? Que imagens fazem do mundo? Para esse efeito, foi levada a cabo uma experiência etnográfica com estudantes de design de comunicação, na qual se descreve e analisa alguns mecanismos práticos e reflexivos que devolvem imagens a um mundo de imagens.

Project Report

The impact of Internet use on contemporary communication design practice

Author

Guilherme Magalhães de Sousa

Keywords:

Design, Internet, Visual Culture, Communication, Habitus, Practice

Abstract:

The Internet is a technological fact that we take for granted in our lives, but its global proliferation is a recent phenomenon and its effects cannot yet be fully understood. In this imminently visual medium, we turn our attention to the production of images, increasingly the center of communication. We consider a cycle in which the production of images shapes the world and is shaped by it. We focus on a discipline that works on visual communication to understand how its practitioners are influenced by the Internet, not only at the moment of production, but also in everyday life. What image do they have of the world? What images do they make of the world? To that end, an ethnographic experiment was carried out with students of communication design, in which some practical and reflexive mechanisms that return images to a world of images are described and analysed.

1. Introdução	8
1.1. Contexto do projeto	8
1.2. O tema da investigação	8
1.3. Estrutura do relatório	10
2. Contributos para uma antropologia do contemporâneo por via do design	11
2.1. O design e o fazer	11
2.2. O digital, a Internet e o contemporâneo	13
2.3. Estruturas de sentimentos: <i>dark moods</i> e imagens da <i>good life</i>	18
2.4. Três questões	24
3. World Wide Work (descrição etnográfica)	25
3.1. Abordagem à componente projetual	26
3.2. Preparação do <i>workshop</i>	28
3.3. Planeamento das sessões	30
3.4. Realização do <i>workshop</i>	32
3.5. Resultados dos exercícios práticos	47
3.6. Publicação dos resultados	53
3.7. Comentário	53
4. Três respostas	56
4.1. O <i>habitus</i> da Internet no design de comunicação	56
4.2. Estruturas de sentimentos <i>online</i> : maneiras de fazer	57
4.3. Práticas etnográficas sobre design, influenciadas pelo design	59
5. Conclusão	61
6. Lista de Anexos	62
7. Referências	63

1. Introdução

1.1. Contexto do projeto

O presente relatório apresenta o projeto que desenvolvi no âmbito da componente não letiva do Mestrado em Antropologia (Culturas Visuais) da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, durante o ano letivo 2020-2021. Com este projeto, procurei investigar etnograficamente a influência da utilização da Internet na prática contemporânea do design de comunicação, explorando cruzamentos entre as disciplinas do design e da antropologia. Os métodos de investigação privilegiados neste projeto foram a etnografia participativa e a pesquisa bibliográfica. A vertente etnográfica foi desenvolvida em Lisboa, com um grupo de seis estudantes universitários de design de comunicação.

Antes de me debruçar brevemente sobre a escolha do tema, é importante apontar que todo este projeto foi desenvolvido durante a situação excecional de crise pandémica. Este facto foi, desde logo, determinante para a escolha de um tema e abordagem, tendo sido obrigado a afastar-me de algumas ideias iniciais. Com a imposição de medidas de isolamento social e o panorama geral de incerteza, a prática etnográfica com grupos de pessoas ficou posta em causa, assim como deslocações para longe da área de residência. Foi neste contexto que surgiu, para mim, o interesse em investigar a Internet, um campo que subitamente se tornara ainda mais presente nas nossas vidas. Aliei este interesse ao interesse prévio de estudar a cultura visual e a minha própria área de formação, o design de comunicação. Estou seguro quando digo que este não seria o projeto que eu faria se não existisse uma pandemia em curso, mas também estou seguro de que isso não lhe tira qualquer valor. Entendo esta adaptação do tema e da abordagem ao contexto como o aproveitamento de uma oportunidade única de fazer etnografia em tempos de emergência, de olhar para fenómenos em curso com toda a sua instabilidade e assumir uma certa humildade perante os cursos da sociedade e da natureza, que à altura do início deste projeto eram absolutamente imprevisíveis.

1.2. O tema da investigação

O principal objetivo desta pesquisa foi investigar etnograficamente a prática contemporânea do design de comunicação, averiguando a possibilidade de existir nela um *habitus* produzido pela utilização da Internet. Acredito que a dimensão *online* da vida e do trabalho abre novas portas na investigação antropológica do design (Miller 2017) e a minha experiência pessoal enquanto designer fez-me crer que a existência deste *habitus* seria

confirmada. A premissa inicial da pesquisa foi subdividida em três premissas de investigação relativas à prática do design de comunicação sob a influência da Internet¹.

1) As condições concretas do trabalho em design (Murphy 2016) e a identificação dos fatores distintivos e constitutivos da utilização da Internet na prática do design de comunicação. Por outras palavras: se o *habitus* existe, como o podemos caracterizar? É preciso observar as dimensões do trabalho – como métodos, espaços e ferramentas – mas também considerar a utilização da Internet para efeitos de construção de identidade (Miller 2017), interação social (Julien 2015), consumo de informação e entretenimento e outras circunstâncias em que a Internet e os *media* digitais se assumiram como recursos indispensáveis do quotidiano e da vida profissional (Coleman 2010).

2) O papel da Internet como um dos principais facilitadores dos processos de globalização e expansão do capitalismo (Mazzarella 2004), e simultaneamente um espaço de resistência a estes processos, onde a natureza instável das interações sociais promove disputas pelo capital cultural que transcendem as noções convencionais de participação social (Nissenbaum & Shifman 2017). Proponho que a influência da Internet no design de comunicação dá lugar a uma prática da «resistência como facto cultural» (Appadurai 2016) e desenvolvo esta tese analisando a forma como a utilização da Internet condiciona a produção e reprodução de estruturas de sentimento que denotam uma determinada relação afetiva com o presente (Berlant 2011). Neste contexto, a expressão «estruturas de sentimento» refere-se concretamente a duas marcas culturais do neoliberalismo identificadas por Ortner (2016): os «*dark moods*» – sentimentos sombrios criados pela proliferação dos efeitos negativos do sistema económico e governativo neoliberal; e as imagens da «*good life*» – ideias éticas e morais otimistas do pós-Guerra no mundo ocidental, focadas em tópicos como a empatia, a esperança, o bem-estar e a prosperidade económica.

3) O contributo que a antropologia e a prática etnográfica podem dar ao corpo de conhecimento sobre a prática contemporânea do design de comunicação, bem como a sua teoria e prática pedagógica. Em primeiro lugar, como é que as observações etnográficas e a participação dos estudantes podem reverter para um comentário à Academia? Depois, como imaginamos a sua resposta à rápida evolução tecnológica e o seu impacto nos novos praticantes? Pode o conhecimento desta relação produtiva contribuir para formar profissionais mais conscientes da relação estrutural existente entre a sua prática e a construção da ordem social? (Appadurai 2013a). Nesse sentido, dirigimos a atenção para as dinâmicas de aquisição de capital que ocorrem no plano académico e às formas como este capital pode depois ser transformado e

¹ Estas três questões serviram como linhas gerais de interrogação numa fase inicial do projeto, tendo sido trabalhadas posteriormente e sintetizadas na forma das três questões apresentadas no capítulo 2.4 (*Três questões*).

usufruído (Bourdieu 1986). Seremos também cautelosos com afirmações acerca do poder democratizador da internet, reconhecendo que também na sua utilização encontramos fenómenos de desigualdade com as suas próprias leis (Robinson 2009).

Contextualizo esta investigação num interesse mais abrangente em compreender a produção da cultura visual dentro de um sistema económico e governativo caracterizado pela expansão global, e impacto local, do capitalismo neoliberal (Ganti 2014). Dentro do campo da cultura visual, concentro-me na disciplina do design de comunicação por ser uma prática que se dedica a produzir imagens do, e para, o mundo, que não servem apenas uma função estética, comunicativa ou simbólica, mas participam na produção da própria ordem social (Appadurai 2013a). Em confronto com a prática do design de comunicação coloco a Internet, entendida numa aceção holística enquanto campo, sítio, meio e plataforma.

1.3. Estrutura do relatório

As próximas páginas deste relatório podem ser agrupadas em três partes. A primeira, no capítulo 2 (*Contributos para uma antropologia do contemporâneo por via do design*) é uma revisão de literatura que expõe a relevância do tema, analisa algumas abordagens possíveis e lança um desafio etnográfico. A segunda parte diz respeito ao capítulo 3 [*World Wide Work (descrição etnográfica)*], onde é feita uma descrição da experiência etnográfica levada a cabo com seis estudantes finalistas do curso de Design de Comunicação da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (ano letivo 2020/21). A terceira parte consta do capítulo 4 (*Três respostas*), onde constam as observações mais relevantes realizadas durante a etnografia, em diálogo com as três linhas de interrogação apresentadas nesta introdução e sintetizadas no capítulo 2.4 (*Três questões*).

2. Contributos para uma antropologia do contemporâneo por via do design

2.1. O design e o fazer

A ligação entre a antropologia e o design, nas suas mais variadas configurações, está documentada e interrogada num vasto corpo de literatura. Identificaremos aqui apenas algumas correntes de pensamento e visões antropológicas sobre a disciplina do design. Keith Murphy (2016) procurou sistematizar esta ligação em três fórmulas distintas. Identifica, assim, *antropologia do design* (na qual o design é posicionado como objeto de estudo etnográfico), *antropologia para o design* (na qual os métodos e conceitos antropológicos são mobilizados no processo de design) e *design para a antropologia* (no qual os conceitos e métodos do design são usados pelos antropólogos para expandir as formas etnográficas tradicionais). Num esforço semelhante, Caroline Gatt e Tim Ingold (2013) afirmam que o design é parte do mundo a transformar-se e definem duas aproximações da antropologia: uma no espírito do universal (contemplando uma capacidade humana para projetar); outra no espírito descritivo da etnografia (contemplando um modo particular de conhecimento, o design profissional).

As três formulações de Murphy (2016) partilham entre si uma tentativa de encarar as implicações morais das intervenções humanas na vida de outros seres humanos e as duas formulações de Gatt e Ingold (2013) apontam para uma visão do ser humano enquanto fazedor que não é estranha à antropologia. Estas noções destacam a capacidade ancestral do ser humano em projetar. Arjun Appadurai (2013) explora este tema afirmando que o próprio mundo social, até nas sociedades mais simples, é projetado e construído, ele próprio fruto de um design quotidiano que é a base sobre a qual se desenvolve o design profissional e especializado. Neste design quotidiano encontramos a expressão da criatividade sob a forma de improvisação – um modo generativo, relacional e temporal do fazer (Ingold e Hallam 2007). Através dele, em retrospectiva, podemos ler a criatividade “para a frente”, seguindo os fluxos da materialidade onde decorre a ação dos participantes e valorizando a abertura dos processos sobre o fechamento dos resultados (Ingold 2009).

Podemos, então, distinguir dois tipos de design: um design informal do quotidiano, responsável pela construção constante do mundo social e por manter a vida em curso; e um design profissionalizado, apoiado e legitimado pelas suas próprias infraestruturas e instituições. No estudo deste segundo design, Wendy Gunn e Jared Donovan (2012) identificam um projeto emergente com quatro áreas de interesse: as trocas e a pessoalidade na produção e uso da tecnologia, o conhecimento da prática qualificada, a antropologia dos sentidos e a estética do quotidiano. De forma geral, a construção da vida social e a interação humana com a tecnologia são temas transversais da antropologia do design que podem ser questionados prestando atenção

etnográfica às condições concretas do trabalho em design e às dinâmicas específicas do trabalho de estúdio (Murphy 2016).

O estúdio de design apresenta os seus próprios desafios à etnografia. Invocando-o como fonte de inspiração metodológica para a renovação da prática etnográfica, Keith Murphy e George Marcus (2013) afirmam que design e etnografia apresentam semelhanças importantes, como serem ambos produto e processo, focados na pesquisa, centrados nas pessoas, ao serviço de algo além do objeto imediato e abertos à reflexão. Por outro lado, distinguem-se por enfrentarem diferentes contingências económicas e problemas éticos, por terem uma relação diferente com os objetivos (o design depende deles, a etnografia é mais aberta), com a criatividade (o design é mais criativo, a etnografia é mais documental), com o trabalho colaborativo (a etnografia é mais solitária) e por serem construídos e apoiados por infraestruturas pedagógicas bastante diferentes.

Para a prática etnográfica, uma das particularidades mais produtivas do trabalho em design é a sua capacidade e necessidade de produzir e multiplicar “artefactos”, entidades físicas ou digitais que podem mediar o processo de interrogação antropológica (Wallace 2012). Estas entidades – imagens, desenhos, gráficos, maquetas, etc. – ajudam os investigadores a contactar com os múltiplos espaços, participantes e contextos que configuram o processo de design dinâmico onde elas circulam. Indo mais longe, o contacto da antropologia com o design não precisa de se limitar à importação de métodos ou à observação e rastreio da sua materialidade. Joachim Halse (2013) propõe que a antropologia se aproprie do próprio objeto de inquérito do design, aquilo que não existe, o imaginário, e se oriente para a produção de “tecnologias da imaginação” em “momentos de design”. Nesta sua proposta, fala de “etnografias do possível”, uma forma de materializar as ideias e especulações das pessoas, capaz de ligar a imaginação às suas formas materiais e de criar artefactos que permitam aos participantes revitalizar os seus passados, refletir sobre o presente e extrapolar para futuros possíveis.

Estes cruzamentos, independentemente da sua configuração particular, tendem a encaminhar as práticas etnográficas para soluções de ação, colaboração e participação (Murphy 2016). Segundo Paul Sillitoe (2018), as abordagens desta natureza privilegiam a integração informada das perspetivas e interesses das comunidades no desenho do projeto etnográfico, mas também acarretam o risco de se apoiarem em interações rápidas que não são capazes de devolver a profundidade de conhecimento necessária para compreender determinadas situações locais mais complexas e diversas. Fazendo referência ao que um conjunto de antropólogos chama *critical design ethnography*, vemos que a investigação participativa encarrega o investigador de produzir uma descrição detalhada convencional ao mesmo tempo que conduz uma agenda clara de empoderamento dos grupos ou indivíduos – por exemplo, promovendo a autorreflexão dos sujeitos – uma posição controversa dentro da antropologia, que se torna mais complicada quando, no campo do design, é reificada em objetos (Barab et al. 2004).

Alguns antropólogos sugerem que o cruzamento da etnografia com o design numa lógica de participação e colaboração pode ser clarificado pelo recurso ao conceito de “correspondência” como foi explorado por Tim Ingold. Para Gatt e Ingold (2013), uma antropologia por via da etnografia é uma prática de descrição, enquanto que uma antropologia por via do design é uma prática de correspondência, que procura responder às vidas que segue. A antropologia de correspondência por via do design valoriza tudo aquilo que é produzido durante o trabalho de campo, atribuindo-lhe um valor igual ou maior ao do texto etnográfico documental produzido posteriormente. Podemos entender esta correspondência à luz da colaboração entre designers e antropólogos no trabalho de campo, definida por Mette Kjærsgaard e Ton Otto (2012) como um esforço de estudo, reflexão, conceptualização e experimentação em torno de potenciais relações humanas, práticas e objetos.

Vemos, então, que a antropologia encontra no design chamado profissional traços da capacidade humana ancestral para projetar (Murphy 2016), em particular para projetar a vida em sociedade e o futuro, ele próprio um facto cultural em disputa (Appadurai 2013b). Desta forma, podemos entender a disciplina do design como um campo propício ao estudo de fenómenos sociais emergentes, onde a imaginação humana ganha formas potenciais e concretas (Halse 2013). Vemos também que a etnografia tem uma moldura de trabalho adequada para observar o fluxo de ideias, relações e materialidades do processo de design (Murphy e Marcus 2013), ao mesmo tempo que se pode enriquecer adotando metodologias e práticas desse mesmo processo, correspondendo com ele através da colaboração com os praticantes no trabalho de campo (Gatt e Ingold 2013). Seguiremos esta linha de pensamento de uma antropologia dos fenómenos emergentes apoiada por uma etnografia por via do design. Encontraremos contributos importantes para este projeto na exploração do conceito de “antropologia do contemporâneo”. Veremos ainda como ele se relaciona com o estudo das tecnologias digitais, em particular da Internet (Budka 2011), um desenvolvimento tecnológico profundamente transformador das práticas, relações e perceções humanas (Miller 2017), algo que pode ser observado também na prática contemporânea do design (Laranjo 2016).

2.2. O digital, a Internet e o contemporâneo

Elisenda Ardèvol & Dèbora Lanzeni (2017) traçam uma teia de relações entre a etnografia, o design e o digital. Enunciando um carácter dinâmico dos fenómenos digitais, afirmam que ao juntar a etnografia do digital com a etnografia do design são destacadas as formas como a etnografia do contemporâneo pode acompanhar as coisas e processos em curso e em formação. Esta proposta apresenta o digital como algo inacabado, focando-se em processos construtivos e constitutivos da tecnologia e da forma como esta se cruza com o desenrolar da vida humana – características que permitem aos autores fazer a aproximação ao design, cujo lugar contemporâneo na antropologia revimos anteriormente. Isto remete-nos para a etnografia multi-

situada descrita por George Marcus (1995), na qual se estabeleceu a condição global como uma dimensão emergente transformadora da disciplina da antropologia. O foco dinâmico nos processos, em oposição a um olhar fixo sobre o local, permite ao etnógrafo acompanhar os movimentos típicos da contemporaneidade. Ao mesmo tempo, o estudo do digital (e particularmente do digital lado a lado com o design), situa-se claramente dentro de alguns campos identificados por Marcus como sendo importantes nesta nova formulação das relações entre o local e o global – os estudos dos média, da tecnologia e da cultura.

Entre as tecnologias digitais, nenhuma é mais característica da condição contemporânea de um mundo globalizado do que a Internet. Definir a Internet é um desafio complicado pela complexidade e variedade de manifestações físicas e não-físicas da mesma, mas para o efeito desta investigação podemos restringir-nos a uma explicação simples como esta do jornal generalista britânico *The Guardian*:

«A internet é a rede alargada que torna possível o contacto entre redes de computadores à volta do mundo, dirigidas por empresas, governos, universidades e outras organizações. O resultado é uma massa de cabos, computadores, centros de dados, routers, servidores, repetidores, satélites e torres de wi-fi que permite à informação digital viajar à volta do mundo»² (Sample 2018).

Esta definição geral é-nos útil porque destaca o facto de que o *online*, amiúde imaginado como um espaço abstrato onde circulam objetos sem corpo, é, antes de mais, uma infraestrutura material e física. Esta constatação encontrará ecos na forma como a antropologia – por exemplo, a antropologia do ciberespaço ou a antropologia do digital – procura estabelecer relações entre os mundos “reais” e “virtuais”, como veremos mais à frente.

Philipp Budka (2011) encontra paralelos entre a antropologia do ciberespaço e do digital e a antropologia do contemporâneo, um conceito inicialmente explorado por Marcus. Budka evoca este conceito para propor uma abordagem etnográfica inter e transdisciplinar às questões do emergente na sociedade global, citando Rabinow e Marcus quando estes defendem que:

«O contemporâneo não está particularmente interessado pelo “novo” ou com distinguir-se da tradição. (...) O “contemporâneo” indica um modo de historicidade

² No original: *«The internet is the wider network that allows computer networks around the world run by companies, governments, universities and other organisations to talk to one another. The result is a mass of cables, computers, data centres, routers, servers, repeaters, satellites and wifi towers that allows digital information to travel around the world.»*

cuja escala é relativamente modesta e cujo alcance é relativamente limitado»³
(Rabinow e Marcus 2008).

E que:

«O que é atualizado ou emergente nada tem a ver com qualquer tipo de totalidade, mas antes com a combinação de diferentes elementos, uma amálgama que cria novas conjecturas que conduzem a dinâmicas novas ou, pelo menos, diferentes»⁴ (Rabinow e Marcus 2008).

Resumindo, vemos que a antropologia dos fenómenos digitais num mundo globalizado, e em particular a antropologia da Internet, pode ser aliada a uma antropologia do, e por via do, design para interrogar alguns dos mais pertinentes movimentos de transformação da vida humana na contemporaneidade. Essa junção interdisciplinar pode melhor ser entendida à luz do conceito de “antropologia do contemporâneo”.

A Internet em si é um fenómeno emergente e subjetivo da revolução digital, cujas transformações sociais levarão várias décadas até serem compreendidas. Aqui é importante considerar que conceitos como o virtual, o digital ou o *online* não existem à parte de uma suposta realidade material, mas são parte da mesma – os comportamentos *online* estão marcados pelas circunstâncias *offline* dos utilizadores (Hart 2004). A vida doméstica e quotidiana é, assim, um espaço privilegiado para observar algumas das transformações mais profundas que a tecnologia provoca nas vidas dos seres humanos. Os novos meios tecnológicos presentes no espaço doméstico, em particular os dispositivos que permitem o acesso à Internet, funcionam como portais de acesso à vida social e cultural que extravasam as paredes da casa e assim efetuam uma ligação contínua entre as esferas privada e pública (Horst 2012). A antropologia tem a capacidade acompanhar as mudanças trazidas por esta nova realidade, prestando atenção às transformações prolongadas, às relações estabelecidas e às lógicas relacionais, particularmente na produção dos mundos mediáticos dos indivíduos, comunidades e grupos.

«Enquanto as perguntas de pesquisa podem mudar e nós podemos integrar novos materiais e análises – desde visualizações, uso de perfis e outras possibilidades do digital – o foco na experiência da vida quotidiana e nas maneiras como ela está intrinsecamente conectada com o panorama geral continua a ser a perspectiva

³ No original: «*The contemporary is not especially concerned with “the new” or with distinguishing itself from tradition. (...) The “contemporary” indicates a mode of historicity whose scale is relatively modest and whose scope is relatively short in range.*»

⁴ No original: «*What is actualized or emergent has nothing to do with whatever totality, but with the combination of different elements, hence with an assemblage, that creates new conjunctures that lead to new or at least different dynamics.*»

particular da antropologia e do seu contributo para a nossa compreensão da humanidade»⁵ (Horst 2012).

Numa visão semelhante, Daniel Miller considera que a Internet é um espaço onde vivemos atualmente e não uma oposição ou alternativa à realidade (Miller 2017). De um ponto de vista antropológico, a Internet representa hoje os mundos “exóticos” que sempre fascinaram a antropologia. Miller defende que o aparelho teórico-prático da disciplina do design (e aqui faz uma analogia com o design de interiores, remetendo para a vida doméstica) pode ajudar os antropólogos a perceber as formas como o *online* é domesticado e apropriado, tornando-se parte integral do quotidiano e da experiência humana. O mesmo autor chega a três ideias acerca do papel abrangente da antropologia digital: 1) é necessária uma atenção às forças opressivas emergentes, prestando igual atenção e respeito às experiências das pessoas no seu quotidiano (que não são necessariamente negativas, ou entendidas como tal); 2) o compromisso antropológico acontece a longo curso e, mesmo que se debruce sobre considerações morais, deve registar e tentar perceber esses debates, não se limitando a reafirmar as posições do investigador; 3) a antropologia deve ser uma disciplina que abraça a contradição e a reconhece a todo o momento, percebendo que as tecnologias digitais podem ter efeitos negativos e positivos, muitas vezes em simultâneo. Miller (2018) conclui, então, que a antropologia digital, que tanto considera o uso como as consequências, é também um estudo daquilo em que as pessoas e a humanidade se estão a tornar.

Assumindo que a Internet é um espaço que habitamos e uma dimensão integrante do que entendemos como o real, percebemos que nela se manifestam fenómenos antropológicos que antecedem a revolução digital e que, simultaneamente, esta exerce um poder transformativo sobre a sociedade. Exemplo disso é a constatação de que a Internet produz um *habitus* nos seus utilizadores (Julien 2015). O conceito de *habitus* foi avançado por Pierre Bourdieu, que o caracterizou como «um sistema subjetivo mas não individual de estruturas, esquemas de perceção, conceção e ação comuns a todos os membros de um grupo ou classe, constituindo a condição prévia para toda a objetificação e aperceção»⁶ (Bourdieu 2013).

A abordagem relacional de Bourdieu aos fenómenos sociais revela-se particularmente útil em estudos do *online* que o entendem como um espaço real no qual existimos, evidenciando

⁵ No original: «*While the research questions may change and we integrate new forms of material and analyses—from visualizations, use of profiles and other possibilities that come with the digital—the focus upon the everyday lived experience and the ways in which it is intricately connected to the big picture continues to be anthropology’s particular perspective on and contribution to our understanding of humanity.*»

⁶ No original: «*(...) the habitus could be considered as a subjective but not individual system of internalized structures, schemes of perception, conception, and action common to all members of the same group or class and constituting the precondition for all objectification and apperception.*»

desde logo a natureza das desigualdades, que não só se reproduzem com o uso da Internet mas são acentuadas por ele (Robinson 2009). Gabe Ignatow e Laura Robinson (2017) afirmam que os conceitos interrelacionados de campo, capital e *habitus* teorizados por Bourdieu se tornaram centrais em abordagens das ciências sociais a fenómenos de desigualdade e estratificação. Esta abordagem conceptualiza a ação social como ocorrendo dentro de um espaço social feito de campos que se intersejam, condicionando e constringendo o comportamento dos indivíduos e moldando as suas motivações. A natureza relacional da realidade mostra como fenómenos sociais aparentemente distintos estão, na verdade, interrelacionados e entrelaçados.

Para Bourdieu (1986), a lógica de acumulação de capital – originalmente categorizado como podendo ser “económico”, “social” ou “cultural” – está na base da estruturação do mundo social e do seu funcionamento. De forma a entender a estrutura social, é necessário contemplar as formas de capital que vão além da visão puramente mercantilista da teoria económica em que a forma económica do capital é apresentada como “interessada”, em contraste com outras formas de capital (por exemplo, geradas pela arte e pela cultura) que são descritas como “desinteressadas”. Diferentes etnografias mostram como esta teoria pode ser expandida para incluir a produção e conversão de um capital informativo ou digital através do uso da Internet (Robinson 2011). Por exemplo, os *memes* – artefactos digitais repetidamente usados na Internet, cuja existência varia dentro de modelos – são habitualmente vistos como humor trivial, quando na realidade desempenham importantes funções sociais para quem os usa, tendo no centro uma natureza instável e amplamente disputada (Nissenbaum e Shifman 2017). A relevância dos *memes* como uma forma de comunicação e afirmação social constitutiva na contemporaneidade pode também ser vista à luz desta passagem de Julien (2015):

«A mais clara indicação de um habitus digital é a prevalência do meme acerca de um evento atual. Neste tipo de meme, eventos recentes do mundo são interpretados através da criação de memes e da linguagem particular da Internet; por outras palavras, o habitus digital, que nasceu do capital social digital no campo da Internet, conduz a uma determinada perceção do mundo físico»⁷ (Julien 2015).

Os exemplos que convoquei para esta última sequência de texto servem para indicar, de forma muito superficial, o impacto transformativo da Internet na sociedade, disputando a separação entre real e virtual. A pertinência de Bourdieu neste projeto de investigação advém de ele nos dirigir à prática – uma prática da Internet que vai transformar o mundo à sua volta e

⁷ No original: «The clearest indication of a digital habitus is the prevalence of the current event meme. In this type of meme, recent events in the world are interpreted through the creation of memes and the particular language of the internet; in other words, the digital habitus, which was engendered by digital social capital in the field of the internet, leads to a particular perception of the physical world.»

transformar-se com ele. Serve também este universo conceptual para enriquecer a nossa interrogação do design contemporâneo, ele próprio profundamente transformado pela disseminação das novas tecnologias digitais e em particular da Internet. Seguimos esse curso sabendo que, para realmente compreender o impacto da Internet no design e, conseqüentemente, na produção do mundo social, teremos de olhar não só para o seu papel na esfera técnica, criativa e profissional, mas também na esfera doméstica e quotidiana, pois é nesta totalidade das práticas que se produz o *habitus*. Terminaremos a construção deste guarda-chuva teórico da nossa etnografia com um olhar sobre os estudos do neoliberalismo, força política e social que considero ser aqui de referência incontornável pela sua relevância para os fenómenos da globalização, e para o conceito de estrutura de sentimentos, que nos permitirá ter em consideração as materializações e imaginações deste *habitus* da Internet.

2.3. Estruturas de sentimentos: *dark moods* e imagens da *good life*

Como um prelúdio alargado ao subtema deste ponto – as estruturas de sentimento – faremos um breve resumo de algumas perspectivas sobre um processo global e globalizador específico: o neoliberalismo, ou a neoliberalização do mundo. A literatura referida à frente defende que o neoliberalismo se configura como uma omnipresente força política e social que continua a transformar a constituição do indivíduo e das suas práticas sociais, sendo assim importante para compreender qualquer fenómeno emergente. Não quero, com isto, afirmar que apenas pelos estudos do neoliberalismo podemos aceder ao conhecimento sobre o papel da Internet na produção do *habitus*, no design ou fora dele. Considero, contudo, que é sob o manto das reformas neoliberais instituídas no ocidente, e depois “exportadas” para o resto do mundo, que encontramos alguns pontos de charneira da transformação da sociedade contemporânea.

David Harvey define o neoliberalismo como sendo:

«(...) numa primeira instância, uma teoria da política económica que propõe que a melhor maneira de alcançar o bem-estar humano é liberalizando as liberdades e capacidades de empreendimento individual dentro de uma moldura institucional caracterizada por direitos de propriedade individual robustos, mercados livres e trocas livres»⁸ (Harvey 2005).

Expandindo essa definição, o autor identifica um processo global de neoliberalização, denotando uma subjugação progressiva de estados e territórios a esta formulação política e

⁸ No original: *«(...) in the first instance a theory of political economic practices that proposes that human well-being can best be advanced by liberating individual entrepreneurial freedoms and skills within an institutional framework characterized by strong private property rights, free markets, and free trade'»*

económica. Nesse processo acontece uma “destruição criativa” de normas, instituições e relações sociais e laborais, cuja expansão geográfica depende em grande parte do desenvolvimento e controlo das tecnologias de informação (Harvey 2005), que já aqui identificámos como sendo centrais para a globalização.

O neoliberalismo enquanto moldura de trabalho na antropologia aproxima-se dos conceitos de globalização e sistema-mundo, mas revela «uma narrativa muito mais obscura, a história de uma cruzada alimentada pela ideologia e/ou o ódio para inclinar a economia política mundial ainda mais a favor das classes e nações dominantes» (Ortner 2011). Considerando que a questão das desigualdades digitais é uma janela para os fenómenos *offline* que são reproduzidos e amplificados *online*, um olhar sobre o neoliberalismo é uma janela para as formas particulares da desigualdade no nosso tempo. Formas essas que são, numa perspetiva marxista, suportadas por um esforço ao nível da superestrutura (Marx 2008), ou do “discurso”, como aponta Bourdieu:

«(...) o discurso neoliberal não é apenas mais um discurso entre muitos. Em vez disso, é um “discurso forte” (...). É tão forte e tão difícil de combater apenas porque tem do seu lado todas as forças de um mundo de relações de forças, um mundo que é o que é fruto do seu próprio contributo. Notavelmente, isto acontece porque ele orienta as escolhas económicas daqueles que controlam as relações económicas. Dessa forma, acrescenta a sua própria força simbólica a estas relações de forças. Em nome deste programa científico, convertido num plano de ação política, está em curso um imenso projeto político, embora o seu estatuto enquanto tal seja negado porque aparenta ser puramente negativo. Este projeto tem como objetivo criar as condições sob as quais a “teoria” pode ser concretizada e funcionar: um programa para a destruição metódica dos coletivos.»⁹ (Bourdieu 1998)

De forma a recentrar a importância do neoliberalismo na antropologia, podemos novamente articular Bourdieu com Sherry Ortner, quando esta afirma que:

«As etnografias (...) dão profundidade, riqueza, complexidade, humanidade, até humor, de forma a dar vida às descrições abstratas da “reestruturação económica” e

⁹ Na tradução inglesa: *«neoliberal discourse is not just one discourse among many. Rather, it is a “strong discourse” (...). It is so strong and so hard to combat only because it has on its side all of the forces of a world of relations of forces, a world that it contributes to making what it is. It does this most notably by orienting the economic choices of those who dominate economic relationships. It thus adds its own symbolic force to these relations of forces. In the name of this scientific programme, converted into a plan of political action, an immense political project is underway, although its status as such is denied because it appears to be purely negative. This project aims to create the conditions under which the “theory” can be realised and can function: a programme of the methodical destruction of collectives.»*

da “polarização da riqueza”. Mas acima de tudo (...) as etnografias lembram-nos que as pessoas vivem em mundos de significados e também de condições materiais»¹⁰ (Ortner 2011).

E podemos também ler Carol Greenhouse, quando esta defende que os limites do neoliberalismo são acessíveis através da etnografia, resumindo desta forma a importância desse contacto:

«Com a sua valorização do individual, a sua preferência pelos mercados sobre os direitos como uma base para a reforma social, e a sua remoção do estado do setor dos serviços, o neoliberalismo sobrepõe às velhas noções do público baseado em solidariedade orgânica uma forte camada mecânica – como uma melhoria, ou modernização, de elos sociais mais tradicionais. Perceber esta inversão é crucial para entender a natureza das questões interpretativas às quais o neoliberalismo dá origem na vida quotidiana, uma vez que as reformas neoliberais moldam a relação entre a sociedade e o estado, eliminando o que existia antes»¹¹ (Greenhouse 2010).

Tejaswini Ganti (2014) identifica duas configurações do neoliberalismo em contexto antropológico: como uma força estrutural que afeta a vida das pessoas e como uma ideologia governativa que dá forma às subjetividades. Tendo em conta essas duas visões, a antropologia permite ter uma noção do desenvolvimento global da política económica a partir de diferentes geografias, mas ao mesmo tempo corre o risco de ofuscar algumas particularidades locais. Ilana Gershon (2011) convoca um “regresso” ao discurso antropológico sobre a cultura para poder estudar o neoliberalismo em etnografias que vão além da sua mera contextualização num determinado local. Para a autora, o problema reside na agência neoliberal, que transforma os indivíduos em projetos corporativos e acumulações de capacidades profissionais (“skills”), uma condição que se torna insustentável no momento de construir relações sociais duradouras – é por isso preciso interagir com a agência e moralidade neoliberais através da imaginação antropológica.

¹⁰ No original: *«Ethnographies (...) provide depth, richness, complexity, humanity, even humor, to bring to life abstract accounts of “economic restructuring” and “polarization of wealth.” But most of all (...) ethnographies remind us that people live in worlds of meaning as well as of material conditions.»*

¹¹ No original: *«In its valorization of the individual, its preference for markets over rights as the basis for social reform, and its withdrawal of the state from the service sector, neo-liberalism overwrites older notions of the public based in organic solidarity with a strong mechanical overlay—as an improvement, or modernization, of more traditional social bonds. Understanding this inversion is crucial to understanding the nature of the interpretive questions to which neoliberalism gives rise in everyday life, since neoliberal reform reshapes the relationship between society and the state without eliminating what came before.»*

A concepção do ser humano enquanto uma cápsula de *skills* leva-nos de volta a Bourdieu, omnipresente na literatura sobre o tema, em particular no campo da educação, que é aqui particularmente relevante. Bonnie Urciuoli (2010) defende que esta reconstituição neoliberal do indivíduo decorre, em grande parte, nos espaços do ensino, particularmente as universidades, que envolvem os alunos numa lógica neoliberal de preparação para o mercado de trabalho e para um futuro onde o valor de cada cidadão é definido pela sua produtividade, alcançada através do uso de *skills*. Recorrendo a outros autores e ao seu próprio contacto com estudantes do ensino superior, afirma que estas lógicas estão a ser internalizadas – o discurso neoliberal no ensino *está a funcionar*. Referindo-se às contradições inevitáveis de quem, dentro da Academia, critica a corporização da vida intelectual e académica ao mesmo tempo que reproduz o discurso neoliberal, a autora conclui:

«Tais contradições ilustram a hegemonia do imaginário neoliberal – as pessoas podem não gostar de como as coisas são, mas não questionam os seus termos nem veem uma alternativa. O valor particular de análises influenciadas pelo discurso etnográfico é a sua capacidade para demonstrar as maneiras específicas como o neoliberalismo se instalou e se estabeleceu enquanto a forma como as coisas são, saturando as crenças e práticas académicas contemporâneas»¹² (Urciuoli 2010).

A ausência de alternativas em vista, que pode ser também uma ausência generalizada de esperança no futuro (Miyazaki 2010), remete-nos para o conceito de *hipernormalização*, avançado por Alexei Yurchak para descrever um momento particular da história da União Soviética, no qual a população tinha a consciência de que o regime e a sua construção social iriam cair mas, não conhecendo realmente uma alternativa, não era capaz de imaginar a sua queda, e assim imaginava-os como virtualmente infinitos (Yurchak 2005). Mais recentemente, o mesmo conceito foi explorado pelo documentarista britânico Adam Curtis num filme com o mesmo nome, onde se argumenta que uma semelhante situação está em curso no seio do capitalismo tardio, em particular nos Estados Unidos e na União Europeia: se é evidente que o sistema está a ruir, na aparente ausência de alternativas, as pessoas ultrapassam essa evidência e mantêm uma espécie de fé cega no *status quo* (Curtis 2016).

Não é objetivo desta investigação averiguar a situação da esperança na sociedade contemporânea, nem adivinhar o futuro da ordem capitalista neoliberal à volta do globo, mas

¹² No original: *«Such contradictions illustrate the hegemony of the neoliberal imaginary—people might not like how things are but they see no other way, nor do they question its terms. The particular value of ethnographically embedded discourse analysis is its capacity to demonstrate specific ways in which neoliberalism has settled into place and established itself as the way things are, saturating contemporary academic beliefs and practices.»*

interessa-nos tomar nota da mudança social em curso decorrente destes fenómenos. Isto porque teremos uma melhor imagem das transformações trazidas pela revolução digital se tivermos em conta a substância política ocultada pela sua aparente neutralidade tecnológica. Por outras palavras, a Internet transforma a sociedade e o indivíduo, tal como o neoliberalismo. Sabemos que a relação entre ambos é forte, uma força motora da globalização, e por isso não ignoramos a sua simbiose – trazemo-la para a frente. Para esse efeito, viramo-nos para a cultura, onde as marcas dessa mudança podem ser mapeadas através das chamadas “estruturas de sentimentos”, um conceito proveniente da crítica literária, desenvolvido por Raymond Williams, para analisar questões de estilo, afetividade e formação cultural. Esta ferramenta teórica é particularmente interessante porque centra a sua atenção na mudança social e política decorrente da articulação de alternativas às visões dominantes do mundo (Filmer 2003). Trata-se, então, de um olhar para o emergente e, numa moldura de trabalho que considera o potencial transformador do neoliberalismo, uma importante consideração sobre formas de adesão e resistência à ordem social, ao poder e ao discurso cultural dominante.

«[o conceito de estrutura de sentimentos] foi invariavelmente aplicado como uma maneira de formular a realidade das experiências sociais (...) que estão a ser vividas e que, por isso, não são ingénuas nem experiencialmente inocentes, mas que, apesar de emergentes, ainda não alcançaram o reconhecimento coletivo que irá assinalar a sua institucionalização enquanto formações sociais»¹³ (Filmer 2003).

O que interessa a Williams no que diz respeito a estas estruturas de sentimentos é o fenómeno da experiência vivida, o sentimento e a perspetiva dos participantes sobre a cultura. Para estudar essa dimensão sentimental, propõe que se adicione às infraestruturas sociais e materiais a consideração de uma infraestrutura afetiva, sendo aqui o afeto entendido como «a infraestrutura delicada que regula as nossas propensões e modos de pertença e participação em situações sociais» (Sharma e Tygstrup 2015). A atenção à maneira como a cultura é continuamente reproduzida através da interação entre formas e práticas do quotidiano e as instituições e relações do poder obriga a dois movimentos interligados: uma mudança do foco no estável e reconhecido para um foco no imediato e emergente; e um esforço para tratar o imediato e o emergente enquanto fenómenos sociais sérios, que podem e devem ser teorizados. No centro desta «hipótese cultural», que permite definir formas e convenções da arte enquanto «elementos inalienáveis do processo social e material», estão

¹³ No original: «It was applied invariably as a way of formulating the reality of social experiences (...) which are being lived, and which are therefore neither naive nor experientially innocent, but which, though emergent, have not yet achieved the collective recognition that will mark their institutionalization as social formations.»

«(...) elementos de impulso, constrangimento e tom; especificamente elementos afetivos da consciência e das relações: não sentimentos contra o pensamento, mas o pensamento como sentido e o sentimento como pensamento: consciência prática do tipo presente, numa continuidade vivida e interrelacionada»¹⁴ (Williams 2015).

Lauren Berlant (2011) operacionaliza este conceito de estruturas de sentimentos no seu livro *Cruel Optimism*, no qual se debruça sobre as marcas culturais de um presente onde acontece «a transformação do evento afetivo em matéria histórica e o improvisado do gênero¹⁵ no meio da incerteza persistente»¹⁶, demonstrando que as manifestações estéticas ou formais dos afetos evidenciam a existência de um processo histórico. Olhando para a produção cultural e as estruturas de sentimento emergentes desde o pós-Guerra no ocidente, a autora mobiliza os conceitos de “*cruel optimism*” e “*good life*” em relação à arte, à literatura ou à cultura pop. «Uma relação de otimismo cruel existe quando algo que desejamos é, na verdade, um obstáculo à nossa prosperidade». Berlant pergunta porque é que as pessoas se agarram a fantasias da boa vida (*good life*), quando abundam provas da sua instabilidade, fragilidade e custos insuportáveis. Porque sobrevivem estas fantasias e o que acontece quando começam a ruir? Entre as fantasias da boa vida Berlant nomeia a mobilidade de classe, a garantia de emprego, a igualdade política e social e a intimidade vívida e duradoura. Estas promessas da sociedade capitalista e liberal do pós-Guerra são postas em causa pelo vulgar (*ordinary*), que se torna numa acumulação constante de crises (ou numa crise sistémica). Distinguindo-se dos estudos da vida quotidiana, a autora afirma estar interessada não no quotidiano organizado pelo capitalismo, mas no quotidiano desorganizado por ele. Muito importante nesta teoria é o reconhecimento da capacidade dos seres humanos se agarrarem à vida e ao otimismo até nas mais extremas situações de sofrimento e opressão, preservando e fazendo uso da sua agência:

«Até aqueles que poderíamos imaginar como derrotados são seres vivos a descobrir como se podem manter ligados à vida por dentro dela e a proteger qualquer otimismo que tenham, pelo menos, para esse efeito. A descrição profética de Marcuse da sociedade norte-americana no pós-Guerra mapeia esta ideia: ao mesmo tempo que as pessoas se confortam com histórias sobre derrotar o sistema ou ser derrotado por ele,

¹⁴ No original: «(...) elements of impulse, restraint, and tone; specifically affective elements of consciousness and relationships: not feeling against thought, but thought as felt and feeling as thought: practical consciousness of a present kind, in a living and interrelating continuity.»

¹⁵ No original: «genre».

¹⁶ No original: «(...) the becoming historical of the affective event and the improvisation of genre amid pervasive uncertainty (...)»

elas “continuam a lutar pela existência em formas dolorosas, dispendiosas e obsoletas”»¹⁷ (Berlant 2011).

Este texto traz-nos à última referência desta secção, que aqui analisaremos um pouco mais a fundo. Voltamos a encontrar-nos com Ortner na sua leitura da teoria antropológica desenvolvida desde os anos 1980 face à disseminação do neoliberalismo (Ortner 2016). É nesta década que a disciplina da antropologia ganha uma maior consciência da necessidade de estudar questões de poder e desigualdade. Daí surge a ascensão daquilo a que a autora chama *dark anthropology*, que enfatizou a natureza dura, violenta e punitiva do neoliberalismo, reconhecendo a depressão, pessimismo e desespero resultantes dos processos globais de neoliberalização. Como reação à ascensão da *dark anthropology*, terá surgido uma *anthropology of the good*, focada nas ideias do “bom”, da moralidade e da ética (novamente a *good life*), e que, na opinião da autora, deve ser sempre conciliada com a realidade política do poder e da desigualdade. Por fim, nesta genealogia são identificados os novos trabalhos sobre resistência e ativismo, onde se situa a crítica cultural, o trabalho teórico e etnográfico sobre o sistema capitalista, o estudo etnográfico dos movimentos sociais e a antropologia da resistência.

Subjacente a toda a análise de Ortner neste texto, mas sobretudo no que diz respeito à última configuração (os novos trabalhos sobre resistência e ativismo), está uma profunda valorização do campo da prática, em particular na sua visão *bourdieusiana* – «se construímos o mundo através da prática social, também o podemos desconstruir e reconstruir através da prática social». É desta prática que resultam duas marcas culturais que serão fundamentais em toda esta investigação: os *dark moods* (estruturas de pensamento sombrias) e imagens da *good life* (ideações positivas da ética e da moralidade). Referindo-se à forma como Ortner encara a resistência ao neoliberalismo, Appadurai afirma que ambas as marcas culturais mencionadas – ou dito de outra forma, tanto as visões otimistas do mundo como as pessimistas – têm de ser reconhecidas numa antropologia que entenda a «resistência como um facto cultural», algo que pode ser simultaneamente oposição e participação idealizada no neoliberalismo (Appadurai 2013b).

2.4. Três questões

O percurso traçado nesta revisão de literatura serve para situar claramente esta investigação no campo da prática e dos fenómenos emergentes (o design), encarando forças sociais, políticas

¹⁷ No original: «*Even those whom you would think of as defeated are living beings figuring out how to stay attached to life from within it, and to protect what optimism they have for that, at least. Marcuse’s prophetic description of postwar U.S. society charts it out: while people comfort themselves with stories about beating the system or being defeated by it, they “continue the struggle for existence in painful, costly and obsolete forms.”*»

e tecnológicas transformadoras (a Internet e o neoliberalismo), e dirigindo o nosso olhar para as marcas culturais dessas transformações (as estruturas de sentimentos) para, em última análise, interrogarmos a agência humana na contemporaneidade.

Vimos que a disciplina do design pode dar à antropologia métodos e ferramentas que ampliam o alcance de um projeto etnográfico centrado nas formas como as pessoas produzem os seus mundos, imaginam os seus futuros e concretizam os seus projetos. Uma “antropologia do contemporâneo” ajuda-nos a entender como as tecnologias digitais se tornaram indispensáveis no nosso quotidiano e nos nossos processos de construção do futuro. Entre estas tecnologias encontra-se a Internet, na qual antropólogos e sociólogos identificam uma capacidade de produzir um *habitus* nos utilizadores. O *habitus* da Internet passa, então, a integrar os modos de vida dos seus utilizadores. A forma como essa integração acontece e as consequências da sua integração podem ser relacionadas com as lógicas neoliberais que modelam o ensino, o trabalho e a vida social desde o pós-Guerra, inicialmente no ocidente, e depois noutras geografias. Estes factos podem ser observados na forma como o *habitus* da Internet influencia a produção cultural de estruturas de sentimentos. Deparamo-nos com um fenómeno (a produção do *habitus* pela Internet), um campo de estudo (a prática do design), e uma moldura teórica geral que podem ser analisados numa etnografia do contemporâneo. Este trio de ideias remete, de forma geral, para a busca por conhecimento acerca da forma como as pessoas transformam e são transformadas pelo mundo contemporâneo.

Daqui emergem, a meu ver, três perguntas que orientam a prática etnográfica desta investigação: 1) Existe um *habitus* da Internet no design contemporâneo? 2) Se sim, este *habitus* da Internet manifesta-se na forma como os designers produzem e materializam estruturas de sentimentos? 3) Como é que uma pesquisa desta natureza pode assentar sobre uma prática etnográfica influenciada pelo design?

Nos capítulos seguintes, irei explicar como esta base teórica se transformou numa etnografia, descrever o processo etnográfico e os artefactos por ele produzidos e, por fim, tentar elencar respostas às três perguntas enumeradas.

3. *World Wide Work* (descrição etnográfica)

3.1. Abordagem à componente projetual

3.1.1. Porquê um projeto etnográfico?

Após encontrar um campo geral de investigação – o cruzamento entre design de comunicação e Internet – tive de definir a minha abordagem à componente não letiva do Mestrado em Antropologia. Ponderando sobre as três opções disponíveis nesta fase, cheguei à conclusão de que o formato mais adequado às minhas intenções era o de projeto com relatório. Desde logo, uma abordagem prática ao problema está em linha com a minha formação e experiência profissional na área do design. Sendo o meu objetivo investigar um fenómeno real, a etnografia dá-me uma plataforma de observação desse mesmo fenómeno. O alcance desta observação é limitado e só me pode dar contacto com um caso de estudo concreto, uma manifestação particular do fenómeno maior que eu me propus a investigar. Por outras palavras, a abordagem etnográfica permite-me observar o impacto eminentemente local de um fenómeno que não é apenas global, mas de alguma forma deslocalizado, por dizer respeito ao ciberespaço e às suas práticas adjacentes. A etnografia é um desafio novo para mim e uma forma de trabalho de investigação que eu quis experimentar neste momento da minha vida e do meu percurso académico – esta intenção está diretamente relacionada com os motivos que me trouxeram do design à antropologia. Por fim, considere que ao debruçar-me sobre um caso prático poderia produzir resultados escritos publicáveis fora da Academia. Este último ponto é absolutamente essencial para mim. Não desvalorizo o papel da produção académica e a adesão aos seus códigos internos, mas também percebo que existem muitas dificuldades em comunicar conhecimento para fora da Academia, ou mesmo para outras áreas disciplinares dentro dela. Por isso, considero que devo realizar um esforço adicional para publicar resultados que não sejam apenas dirigidos ao público da Academia ou da disciplina da antropologia, mas também a um público externo ligado ao design (estudantes, educadores, profissionais e investigadores). A dimensão da partilha de conhecimento teve uma grande importância na opção por uma abordagem etnográfica.

3.1.2. Porquê um *workshop*?

A pesquisa inicial do projeto despertou o meu interesse pelo formato *workshop*. Este é um formato habitual no design, com o qual contactei recorrentemente ao longo da minha licenciatura. O que mais me cativou nessa solução foi a possibilidade de criar momentos cruzados de trabalho prático e discussão teórica. Ao contrário da maior parte dos *workshops* em que participei no passado, não me interessava tanto alinhar numa lógica de formação unidirecional. Ou seja, não seria meu objetivo ensinar algo aos participantes deste *workshop*,

mas antes tentar tirar proveito do potencial exploratório e reflexivo de um laboratório alternativo às práticas pedagógicas oficiais da disciplina. O projeto começou a ganhar forma como uma plataforma de observação da prática, na qual os praticantes seriam designers de comunicação. Este aspeto teve implicações na escolha do local de realização do *workshop* e consequente seleção do seu público-alvo, algo que será explicado no ponto seguinte. Resta, no entanto, fazer uma nota adicional. Esta fase do trabalho coincidiu com o agravamento da pandemia de COVID-19 e a instalação do Estado de Emergência em Portugal. A perspetiva de um recolhimento obrigatório prolongado e a incerteza quanto à possibilidade de estabelecer o contacto social necessário numa etnografia fizeram-me encontrar no *workshop* uma flexibilidade extremamente valiosa. Tendo privilegiado a realização presencial do projeto, tive sempre pronto um plano B que consistiria na realização virtual do *workshop* (uma solução menos desejável, mas não de todo desadequada, tendo em conta o tema da investigação).

3.1.3. Porquê a Academia?

Já condicionado pelas imponderabilidades de uma pandemia global, o trabalho prosseguiu no sentido de definir o que seria este *workshop* no centro da minha etnografia. Uma série de considerações levou-me a decidir fazê-lo em contexto académico, mais especificamente na instituição onde me licenciiei, a Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL). Em primeiro lugar, a minha pesquisa demonstrara que tanto a antropologia do design como a antropologia do digital e da Internet recorrentemente se viram para os espaços pedagógicos como importantes plataformas de estudo etnográfico, colaboração participativa e ação criativa, algo que pode ser confirmado pela leitura da secção anterior deste relatório. Em segundo lugar, esta era uma das opções que me deixava mais confortável do ponto de vista da organização. Tratando-se da minha primeira experiência etnográfica, e tendo em conta o complicado contexto do momento, valorizei o pragmatismo de trabalhar num meio conhecido, que sabia ser receptivo a este tipo de iniciativa. O meu projeto traçaria assim uma modesta ponte institucional entre duas faculdades que representam diferentes áreas de conhecimento cruzadas na minha investigação. A facilidade na organização destas iniciativas é uma das condições que torna os espaços académicos particularmente propícios à experimentação e exploração especulativa. Por isso, antes ainda de ter um plano de ação, sabia já que queria trabalhar com estudantes de Design de Comunicação da FBAUL, mais especificamente com os finalistas do nível de licenciatura (3.º ano). O contacto com estes alunos providenciaria uma visão do trabalho em design num momento de formação, dando destaque à questão geracional e permitindo-me trabalhar sobre uma prática futura (ou do futuro) agora em construção. Ao dirigir a minha etnografia para a instituição e para estes alunos assumi definitivamente que este era um estudo de alteridade mínima, onde esperava encontrar traços semelhantes aos do meu próprio percurso académico e profissional. Este facto permitiu-me ser mais preciso na elaboração do plano de

trabalhos, por já ter algum conhecimento do meio que iria estudar, mas obrigou-me a ter cuidados redobrados com a gestão do meu distanciamento enquanto investigador. Regra geral, deixei que a minha experiência enquanto designer e ex-aluno daquela escola informasse a investigação. Este trio de decisões – projeto etnográfico > formato *workshop* > localizado na Academia – antecedeu o trabalho projetual mais concreto que viria a resultar numa proposta de ação.

3.2. Preparação do *workshop*

3.2.1. Intenções gerais

O formato *workshop* permitiria explorar uma prática etnográfica de ação, que não se limitasse ao registo documental, mas que se envolvesse em momentos de debate, reflexão e trabalho prático. Além do texto etnográfico convencional, baseado na observação e no diálogo, este processo poderia gerar artefactos (Wallace 2012) do trabalho em design. Para que tal acontecesse, teria necessariamente de elaborar exercícios ou enunciados (Murphy e Marcus 2013), capazes de introduzir as ideias e conceitos debatidos numa prática crítica e reflexiva, tentando preservar ao máximo a liberdade criativa na elaboração das soluções. Interessava-me não só que o resultado dos exercícios pudesse ser alvo da minha análise, mas também de uma apresentação pública, em linha com a intenção de ter uma vertente editorial que documentasse toda a experiência etnográfica.

Por fim, considerei importante realizar o *workshop* de forma presencial, apesar da situação pandémica, dado que fosse possível cumprir as regras em vigor no momento da realização. Para isso, o projeto teria de ser suficientemente flexível para se adaptar à evolução da situação, o que significava, por exemplo, dirigir o *workshop* a um grupo mais pequeno de participantes. Sabendo que o ano letivo 2020-2021 iria ter, pelo menos, uma vertente presencial, inquiri a FBAUL acerca da possibilidade de realizar um evento desta natureza durante o primeiro semestre e as indicações que recebi foram positivas. Segui então com este plano A, mantendo sempre em aberto a possibilidade de ter de adaptar todo o meu programa a um formato virtual à distância, que seria o plano B.

3.2.2. Metodologias e recursos

Uma pesquisa sobre outros *workshops* de design permitiu-me definir desde cedo as metodologias a que iria recorrer. Sabia assim que podia contar com momentos de exposição teórica da minha parte, onde apresentaria várias questões da investigação, introduzindo também os temas da antropologia. Estas curtas apresentações teriam como objetivo estimular o debate, mais longo, entre o grupo. Estes dois momentos, que posso definir como mais teóricos, serviriam como base do trabalho prático. Esse trabalho produziria dois resultados concretos para a investigação: a observação do trabalho (daí a importância da realização presencial) e os

objetos visuais resultantes do mesmo. Considerarei, por fim, que o convívio à margem dos momentos de trabalho, tais como os intervalos ou os encontros antes e após as sessões, seriam importantes para eu compreender melhor os participantes e dar-lhes oportunidade de conversarem abertamente, sem quaisquer formalidades ou necessidade de responder a um programa da minha investigação.

Do ponto de vista dos recursos, o trabalho de preparação concentrou-se sobretudo em requisitar à FBAUL o acesso a uma sala de trabalho que reunisse as condições para acolher o *workshop*. Ficou decidido que seria utilizada a sala 4.16. Este é um espaço de laboratório e trabalho coletivo usado habitualmente pelos alunos de Design de Comunicação fora das aulas. Anexa a essa sala está uma outra sala de impressão onde os alunos podem imprimir os seus trabalhos, tendo que pagar pelo serviço. A sala 4.16 é também um espaço onde habitualmente se realizam *workshops* organizados pela faculdade, estando equipada com um projetor e vários computadores. É uma sala relativamente espaçosa, que permite reorganizar as mesas e cadeiras conforme as necessidades de utilização. Foi também acordado mutuamente, desde cedo, que o *workshop* se iria realizar ao sábado de manhã, sendo esse o dia da semana em que faculdade estava aberta a visitantes externos, acrescentando o facto de a sala 4.16 não estar requisitada durante esse período.

3.2.3. Proposta

Do ponto de vista formal, a proposta para a vertente etnográfica consistiria na realização de um *workshop* na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa. Os participantes seriam oito alunos finalistas da licenciatura em Design de Comunicação. O *workshop* teria seis sessões semanais de três horas, realizadas ao sábado de manhã, durante o primeiro semestre do ano letivo 2020-2021. Durante esse *workshop* seria realizado trabalho teórico, sob a forma de apresentações e debates, e trabalho prático, sob a forma de exercícios. Os resultados e observações da experiência seriam alvo da minha análise e posterior publicação na Internet.

Paralelamente à resolução das questões formais, fui desenvolvendo o planeamento do *workshop* nas suas dimensões conceptual e prática. Isto significava encontrar, dentro do tema da minha pesquisa, assuntos e problemas concretos que pudessem ser explorados sob a forma de debates e exercícios práticos. Estes, por sua vez, deviam produzir resultados que me ajudassem a perceber se existe neste grupo um *habitus* da Internet na prática do design. A análise posterior desses resultados, bem como das minhas observações, poderia confirmar ou negar a existência desse *habitus*, mas também, no caso da sua confirmação, descrevê-lo e tentar perceber como ele se forma.

A minha proposta inicial da vertente etnográfica previa já dois aspetos que dizem respeito ao conteúdo temático e ao trabalho prático: subjacente ao tema principal da influência da Internet no design de comunicação estaria uma exploração dos conceitos de “*dark moods*” e

“*good life*” (Ortner 2016) no trabalho realizado em contexto académico; esta exploração daria origem a dois fundos virtuais em formato vídeo para utilizar em plataformas de videochamadas, um tipo de artefacto digital que se popularizou durante a pandemia.

3.3. Planeamento das sessões

3.3.1. Planeamento geral das sessões

A estrutura geral do *workshop* dividiu as seis sessões em duas fases relativamente distintas, com três sessões cada. O plano detalhado que serviria como uma base flexível para a realização do *workshop* pode ser consultado no ANEXO A. Nesta estrutura, a primeira fase introduz conceitos importantes da minha investigação através da exploração coletiva dos trabalhos realizados pelos alunos ao longo do curso. Aqui seria particularmente importante a clarificação da dinâmica existente entre “*dark moods*” e “*imagens da good life*” (Ortner 2016) e de como ela conduz à noção de resistência como facto cultural (Appadurai 2016). Num plano mais geral, a primeira metade do *workshop* deveria reforçar a natureza relacional da prática do design com o seu contexto, o mundo social. A segunda metade do *workshop* acrescentaria a dimensão da tecnologia, concretamente a Internet e a sua capacidade de produzir um *habitus* nos utilizadores. O exercício principal e os debates paralelos debruçar-se-iam sobre a influência que o uso generalizado da Internet (tanto na vida pessoal, como profissional e académica) tem sobre a prática contemporânea do design de comunicação. Cada fase teria o seu exercício correspondente, sendo que o primeiro exercício funcionaria como uma preparação do segundo, já contemplado na proposta inicial e referente à produção de dois fundos virtuais para videochamadas. A lógica interna das sessões previa uma divisão do tempo entre momentos de exposição teórica e debate e momentos de trabalho prático, sendo que na segunda fase o foco seria sobretudo no trabalho prático, abrindo-se a possibilidade de o debate ser feito durante o próprio trabalho.

3.3.2. Exercícios práticos

No *Exercício 1: Moodboard*, os participantes deveriam elaborar um painel a partir de imagens e outros elementos visuais retirados dos seus trabalhos académicos. Estes conteúdos deveriam respeitar um critério: terem sido encontrados e descarregados da Internet, antes de serem usados nos projetos dos participantes. O painel deveria ter em conta a classificação dos conteúdos seleccionados enquanto *dark moods* ou *imagens da good life* e o facto de, em conjunto, estes produzirem determinadas estruturas de sentimentos. O painel seria apresentado em dois formatos: uma *board* na rede social Pinterest que pudesse ser expandida com mais conteúdos e uma imagem estática que pudesse ser projetada na sala de trabalho para discussão

coletiva entre os participantes do *workshop*. Este exercício teria início na primeira sessão e seria finalizado na terceira. O seu principal propósito seria ajudar os participantes a perceber por eles próprios como a prática pode ser um veículo de investigação sobre as imagens, sugerindo uma reflexão sobre a sua origem na Internet e o seu impacto no mundo social depois de serem processadas pela atividade do designer. Durante a fase de preparação, realizei este exercício com base no meu próprio trabalho, de forma a perceber a sua dinâmica do ponto de vista dos participantes e também para o poder usar como exemplo no momento de lançar o exercício

ANEXO B.

O *Exercício 2: Background* começaria com uma expansão do painel criado no exercício anterior. À *board* de Pinterest original, os participantes deveriam ir adicionando outras imagens retiradas da Internet, seguindo uma lógica de classificação das mesmas como *dark moods* ou imagens de *good life*. Estes conteúdos visuais seriam depois usados para elaborar dois vídeos de fundo para usar em videochamadas. Para esse efeito, o grupo seria dividido em dois, sendo que um dos grupos deveria usar apenas conteúdos considerados *dark moods* na concretização do vídeo, e o outro usar apenas conteúdos considerados imagens da *good life*. Este exercício teria início na quarta sessão e seria terminado na última. O seu propósito seria o de provocar uma reação prática às discussões prévias que me permitisse observar diretamente o trabalho de design dos participantes e ao mesmo tempo receber, sob a forma de um dispositivo visual, o seu comentário ao tema da investigação e do *workshop*.

3.3.3. Instrumentalização de conceitos

Como referi previamente, decidi introduzir no programa do *workshop* uma exploração de temas e conceitos da antropologia aplicados ao design. A pertinência destes para a minha investigação está explicada na revisão de literatura, pelo que aqui farei apenas uma listagem dos conceitos trazidos para as apresentações teóricas, os debates e os enunciados. Desde logo, todo o *workshop* deve o seu programa às noções de estrutura de sentimentos (Williams 2015) e de *dark moods/good life* (Ortner 2016), que seriam introduzidas logo na primeira sessão. Estes conceitos serviriam o propósito principal de relacionar a prática do design com o seu impacto no mundo social. Na segunda sessão, seria discutida uma reflexão sobre criatividade e improvisação (Ingold e Hallam 2007), associada a questões de autoria e identidade no design de comunicação. Na terceira sessão, finalizando a primeira fase do *workshop*, falar-se-ia de dois conceitos de Appadurai: a vida social do design e a resistência como facto cultural (Appadurai 2016), voltando assim ao texto de Ortner. Na segunda fase do *workshop* seriam introduzidos os conceitos de Bourdieu: campo, *habitus* e capital (Bourdieu 1986). Estes viriam a surgir novamente em textos de outros autores citados pontualmente. Nas três últimas sessões não existiria uma estrutura teórica tão rígida, mas mesmo assim seriam discutidas ideias como a distinção entre *online* e *offline* (Miller 2017) e o uso interessado e desinteressado da Internet

(Ignatow e Robinson 2017). Sabia de antemão que esta carga teórica poderia ser demasiado pesada para seis sessões apenas, dado que os alunos participantes no *workshop* provêm de uma área de estudos diferente. Sendo assim, procurei integrar estes temas como provocações ou interrogações em contexto de outras discussões mais familiares, ligadas ao design de comunicação, à experiência académica ou ao uso e cultura da Internet. Para reforçar a importância estrutural destas ideias para a minha pesquisa e para o trabalho prático a realizar, preparei uma apresentação mais longa para a primeira sessão, onde apresentei previamente este percurso teórico de forma resumida.

3.3.4. Previsão de resultados

Com este plano definido, a minha abertura quanto aos resultados era total. Sabia que teria de encontrar um ângulo de análise teórica subjacente à questão geral da minha investigação, que diz respeito ao *habitus* da Internet no design de comunicação. Sendo este um tema muito abrangente, o decorrer do *workshop*, ainda que imprevisível, acabaria por me ajudar a encontrar uma especificidade sobre a qual escrever. Esperava, no geral, um grande envolvimento, por saber que a turma de finalistas tinha pessoas interessadas nestes temas e habitualmente empenhadas em projetos desta natureza. Esperava um interesse no tema em particular devido à pandemia, que reforçou a importância dos meios digitais na vida destes estudantes. Tinha, ainda assim, algumas dúvidas quanto ao interesse gerado pelos momentos de debate e também quanto à possibilidade de realizar os dois exercícios propostos dentro do tempo de trabalho definido. Do resultado destes exercícios esperava, no geral, um sentido de humor intimamente ligado com a cultura da Internet, uma visão tendencialmente pessimista do mundo social e um recurso estilístico às tendências contemporâneas do design de comunicação a nível global e dentro da própria faculdade.

3.4. Realização do workshop

3.4.1. Comunicação e inscrições

Para efeitos de seleção dos participantes, optou-se por abrir um processo de inscrição no qual os primeiros oito alunos a inscreverem-se ocupariam os lugares disponibilizados. Esta hipótese prevaleceu sobre outras nas quais eu teria um papel mais interventivo, procurando garantir um certo tipo de equilíbrio ou representatividade no grupo, particularmente no que diz respeito à idade e género dos participantes. Ainda assim, foi deixada em aberto a possibilidade de, após formado o grupo inicial, eu poder abrir mais vagas para compensar algum desequilíbrio nesta formação que pusesse em causa a validade do trabalho. Para agilizar este processo, participei por videochamada numa aula da turma de finalistas, onde pude apresentar o projeto de investigação e o programa do *workshop*. Nessa sessão disponibilizei um endereço de *email* para

onde os alunos podiam enviar os seus pedidos de inscrição. Considero que este processo correu bem, visto que as inscrições foram todas preenchidas durante a sessão – precisamente oito potenciais participantes o fizeram. Este processo de abertura de inscrições marcou também o lançamento de uma faceta pública deste projeto de investigação, o que me obrigou a desenvolver materiais de comunicação de natureza visual e textual. Assim, redigi uma breve apresentação do *workshop*, ao qual dei o nome *World Wide Work*, e produzi uma animação visual com este título (v. ANEXO C). Estes elementos foram difundidos via *email* para informar os alunos finalistas, complementando a sessão virtual, e também para divulgação pelos canais de comunicação digital da FBAUL, que assim o requisitou.

3.4.2. Perfil e motivações dos participantes

Com o fecho das inscrições, estabeleci uma linha de contacto por *email* com os participantes, que seria o canal principal de comunicação entre as partes fora da faculdade. Neste período entre as inscrições e o início do *workshop* houve duas desistências por motivos idênticos: obrigações profissionais que impediam as pessoas em causa de assistir às sessões no dia e hora previstos (sábados de manhã). Informei a restante turma que havia dois lugares disponíveis, o que não deu lugar a mais nenhuma inscrição. Nesse momento poderia ter insistido ou procurado dois outros participantes em turmas diferentes, mas acabei por fixar o grupo final em seis participantes, dado que por essa altura já era visível um agravamento da situação pandémica no país, o que inevitavelmente traria mais medidas de restrição ao contacto social. O grupo final ficou assim constituído por seis alunos finalistas de Design de Comunicação, três do sexo feminino e três do sexo masculino, cinco com 20 anos de idade e um com 22. Todos residiam na Área Metropolitana de Lisboa, sendo, no entanto, oriundos de diferentes localidades, a saber: Seixal, Setúbal, Cascais, Sesimbra, Odivelas e Rio de Janeiro (Brasil). Ao longo do *workshop* tive oportunidade de conhecer melhor cada um dos participantes e de poder compreender os seus motivos para aderirem a esta experiência. Este assunto foi sendo abordado ao longo das várias sessões, destacando-se duas grandes razões transversais: o interesse pelo tema e a vontade de trabalhar presencialmente com outras pessoas, “fugindo” assim ao isolamento social imposto. No que diz respeito ao tema do *workshop* – a influência da Internet na prática contemporânea do design de comunicação – havia duas visões dominantes dentro do grupo: um interesse em seguir um percurso profissional ligado à tecnologia digital (por exemplo, trabalhando em *webdesign*) e em saber mais sobre o papel da Internet no design; e um interesse numa abordagem das ciências sociais, em particular da antropologia, ao design. No geral, os seis participantes revelavam um bom nível de aptidão na utilização destas tecnologias digitais e um conhecimento substancial daquilo a que se pode chamar de “cultura da Internet” (*memes*, piadas, temas correntes, tendências visuais, gostos, etc.). Todos foram francos na sua admissão de que era essencial o *workshop* ser presencial e

difícilmente se teriam inscrito numa versão realizada à distância. Isto devia-se sobretudo ao facto de estes alunos terem um número extremamente reduzido de aulas presenciais (uma por semana, na maior parte dos casos), estando há vários meses afastados dos colegas e impossibilitados de trabalhar em grupo num mesmo espaço. Embora isto reporte já às minhas considerações finais, acho importante mencionar que esta dimensão de descompressão da fadiga pandémica, e especificamente a capacidade de promover o contacto social num contexto de trabalho em segurança, foi absolutamente essencial para aquilo que eu entendo ter sido o sucesso geral da experiência (mesmo que a experiência tenha consistido em produzir conteúdos para uma vida não-presencial). Na preparação do *workshop* mantive sempre o tema da pandemia à margem, sendo ele impossível de ignorar, mas não tendo eu a intenção de submeter toda a etnografia a esta condição circunstancial. Rapidamente percebi, com as primeiras sessões, que a pandemia teria de ser um tema relevante desta investigação, visto que quase todas as conversas e interações acabavam por ser ligadas a ela. Este facto validou desde logo a opção de privilegiar um formato presencial, apesar de todos os obstáculos. Resta-me dizer, sobre o perfil geral do grupo, que este era bastante empenhado em todas as tarefas propostas, fossem elas de natureza teórica ou prática. Este facto tornou-se ainda mais evidente perante alguns imprevistos na realização das sessões, que serão explicados à frente. Concluindo, o grupo continha em si visões e atitudes diversas sobre a miríade de temas abordados, por exemplo, no que diz respeito ao mercado de trabalho, às tensões entre o “design social” e o “design comercial” e à preferência por trabalho individual ou coletivo. Ainda assim, estas visões eram unidas por certas experiências partilhadas (sobretudo de natureza socioeconómica e escolar) que tornam o grupo minimamente representativo da turma e dos alunos do curso de Design de Comunicação da FBAUL – um perfil de classe média educada, cosmopolita, com bom nível de conhecimento e acesso cultural, hábil na utilização das novas tecnologias e com as experiências típicas de convívio de lazer na vida fora da faculdade.

3.4.3. Descrição das sessões

Sessão #1 – 10 de outubro de 2020

Antes da primeira sessão, os seis participantes receberam dois *emails* da minha parte que funcionaram como enunciado da primeira fase do *workshop*. Nestes *emails* introduzi os temas de debate e o primeiro exercício prático, pedindo aos participantes que levassem para esta sessão os materiais necessários, neste caso, uma seleção de trabalhos académicos seus onde tenham utilizado conteúdos visuais extraídos da Internet. Esta lógica de contacto por *email* foi mantida ao longo das sessões, funcionando como um enunciado enviado em parcelas. Previamente, eu havia preparado um documento com todas as informações a enviar em cada fase. O plano inicial consistia em enviar o enunciado completo antes da primeira sessão, mas acabei por decidir fazê-lo por partes, de forma a não sobrecarregar os participantes com

informação. Esta divisão também acentuou as diferenças entre as duas fases do *workshop*, visto que, antes da primeira e quarta sessões, os participantes receberam *emails* consideravelmente mais longos e densos em referências bibliográficas, que incluíam o enunciado geral da fase que se iria iniciar. No geral, os pedidos principais feitos no *email* da primeira sessão foram correspondidos – os participantes trouxeram para a sessão o seu computador portátil e uma seleção de projetos académicos para apresentar ao grupo.

Iniciei a sessão com uma apresentação que durou cerca de 45 minutos. Aí falei do panorama geral da investigação de mestrado em que se inseria o *workshop*. Apoiado por uma apresentação visual que consistia apenas em palavras-chave e imagens vagamente relacionadas com o assunto, fui apresentando o meu *background*, os meus interesses, as minhas intenções, os conceitos principais a trabalhar no *workshop* e, por fim, a sua estrutura e plano de trabalhos. Cheguei a ter algumas dúvidas sobre a eficácia desta apresentação, particularmente sobre a sua duração (que poderia ser demasiado longa), mas no final acabou por revelar-se um momento bastante importante. Nos passos seguintes da primeira sessão pude confirmar que os participantes tinham percebido bem o âmbito deste projeto, da etnografia e dos temas em discussão. Durante o debate, foram fazendo menção a diferentes passagens da apresentação inicial.

Após a minha apresentação, pedi aos participantes que se apresentassem individualmente, mostrando também a sua seleção de trabalhos. De seguida, realizámos um intervalo de 15 minutos, passados também em conjunto na varanda do primeiro piso da faculdade. Procurei desde o início promover estes momentos pelos motivos que referi anteriormente ao falar sobre a importância do convívio à margem e também, obviamente, para permitir o repouso de todos os envolvidos a meio das três horas de cada sessão. No regresso à sala demos início ao debate aberto sobre o design no mundo social, orientado por duas questões: «Quais são os principais desafios do design de comunicação no presente e futuro?» e «Como é que o design de comunicação influencia o mundo social?». No geral, as discussões sobre design foram sempre postas em perspetiva, a partir da experiência académica dos participantes ou da sua expectativa do mercado de trabalho, que é para eles uma grande preocupação. Estas duas problemáticas foram frequentemente relacionadas com a questão do que é o “social” no design.

Há motivos bastante diferentes para cada um destes alunos ter começado a estudar Design de Comunicação nesta faculdade. Contudo, todos concordam que esperavam algo diferente do curso (e isso não é necessariamente bom ou mau). Todos esperavam um curso mais próximo do *marketing* e do ensino prático, sendo que nas Belas-Artes encontraram um ensino mais teórico, muito focado em temas das ciências sociais e no desenvolvimento de um método projetual no geral, em vez de uma capacitação técnica mais específica. Acham ainda que os professores tiveram um ensino conservador que tem impacto na maneira como eles ensinam hoje (mas não acham que eles próprios sejam totalmente conservadores). Consideram que os anos letivos são

muito diferentes entre si no que diz respeito aos programas e às capacidades práticas e teóricas exigidas aos alunos, dando a entender que devia haver mais tempo para explorar cada desafio lançado ou conhecimento novo adquirido.

Nenhum participante tinha experiência profissional no design até ao momento desta sessão. Todos se acham impreparados para o mercado de trabalho como o imaginam – acham que a escola não lhes deu as ferramentas necessárias. Imaginam um mundo mais exigente que aquele que conhecem, onde terão de fazer mais concessões criativas e até éticas. Há uma ideia de que os designers tendem a ser desrespeitados pelos clientes de várias formas. Todos sentem falta de uma maior ligação entre o curso e o mercado de trabalho e este acaba por ser o prisma principal através do qual imaginam o mundo “lá fora”.

Embora haja visões diferentes, todos percebem que o design tem sempre um impacto social, que pode ser positivo, negativo ou neutro. Entendem também que existe um design “chamado” social e um design que lhe é oposto – o primeiro preocupa-se sobretudo em melhorar a sociedade, o segundo tem outras prioridades, como o lucro financeiro. O grupo entende que existe uma responsabilidade particular do designer, por este lidar com informação e com imagens (que estão sempre expostas aos riscos da descontextualização), tendo um papel importante nas cadeias de comunicação. Esta responsabilidade é quase sempre colocada pelos alunos num plano individual, onde cada um decide o que é importante para si, existindo uma ideia de que o mercado de trabalho tende a exigir interesses opostos ao bem da sociedade e que o designer muitas vezes se tem que resignar perante esse facto.

Após o debate, cujos pontos essenciais procurei aqui traduzir, informei os participantes sobre o trabalho que deveriam realizar em casa para a sessão seguinte. Este consistia em extrair dos trabalhos seleccionados 7-10 conteúdos visuais retirados da Internet e preencher a respetiva ficha de informações (seguindo um exemplo que eu havia mostrado antes). No geral, considerei que esta primeira sessão resultou muito bem, o que se deveu sem dúvida ao envolvimento dos participantes, confirmando assim que o plano original para o *workshop* poderia funcionar como previsto, sendo sempre preciso realizar adaptações.

Sessão #2 – 17 de outubro de 2020

A segunda sessão do *workshop* começou com uma curta exposição teórica sobre criatividade e improvisação, feita a partir de um texto de Tim Ingold e Elizabeth Hallam (2007) que serviu como ponto de partida do debate conjunto. A receção a uma suposta primazia da improvisação no trabalho criativo foi mista. O grupo compreendeu o sentido do texto, mas as opiniões divergiram no momento de confrontar essa teoria com a sua prática de design. No geral, todos valorizam bastante a preparação e o planeamento, mais do que a capacidade de improvisar. Contudo, reconhecem o carácter imprevisível da prática e estão conscientes que

aquilo que fazem se desvia sempre, de uma forma ou de outra, e por vários motivos, do plano original.

Discutindo a necessidade de inovar no design, o grupo concorda que ela se configura como uma pressão sobre o seu trabalho. Tendem também a concordar que essa inovação é difícil de atingir dentro do curso que frequentam, onde os enunciados criam um grande grau de homogeneização não só dentro das turmas, mas ao longo de várias gerações de alunos. Afirmam encontrar pouca originalidade entre os trabalhos realizados na sua turma e atribuem alguma responsabilidade à quantidade de referências partilhadas: entre elas, as referências aos anos 1960 habituais nos enunciados das Belas-Artes e as referências individuais oriundas de diversas plataformas *online* (Pinterest, Instagram, entre outras).

Apesar disto, os participantes não se mostram muito preocupados em produzir uma identidade transversal no seu trabalho. Adiam essa questão para uma fase mais avançada da carreira, onde imaginam que isso possa ser importante. Contudo, todos parecem valorizar mais a flexibilidade e a experimentação, ainda que por vezes condicionados por expectativas do mercado (onde é preciso provar que não se é limitado a um estilo). Também há uma noção geral de que a identidade tende a surgir naturalmente da maneira de trabalhar de cada um ao longo do tempo.

No seguimento dos temas anteriores, interroguei o grupo sobre o que era mais importante para cada um, o processo ou os resultados, e mais uma vez as opiniões dividem-se. No geral é revelada alguma frustração perante as limitações do processo no trabalho em contexto académico. Há um consenso de que falta flexibilidade por parte dos professores, bem como alguns meios que permitam fruir mais a experiência da prática. Continuei nesta linha, perguntando se preferiam o trabalho individual ou colaborativo. Aqui os participantes mencionaram que no curso existe talvez um excesso de trabalhos em grupo, que este não é bem gerido e não produz os melhores resultados. Ainda assim, consideram que o trabalho em design incute nos praticantes algum isolamento que pode não ser bom. Este ponto levou, naturalmente, a considerações sobre a adaptação à pandemia, que alterou significativamente a sua maneira de trabalhar. Todo o grupo parece ter-se adaptado bastante bem ao novo paradigma. Apesar de apontarem dificuldades emocionais na vida pessoal e dificuldades práticas na vida académica, na generalidade parece haver estabilidade e uma preocupação em estabelecer rotinas e valorizar a saúde mental. O isolamento acaba por ser mesmo o maior dos problemas, obrigando os alunos a trabalhar em casa, onde as condições nem sempre são as melhores e onde estão afastados dos colegas (sentem falta do contacto social e esse foi um dos motivos que os trouxe a este *workshop*) e dos espaços e ferramentas necessários (como as salas de trabalho ou impressão).

Na sessão anterior havíamos debatido brevemente a participação social do design, ou por outras palavras, a sua existência no mundo social. Nesta sessão, o debate focou-se nas questões da prática e do fazer. Com estas duas dimensões em mente, partiu-se para a primeira sessão do

que pode ser chamado trabalho prático, embora este recorresse ainda ao uso de ferramentas discursivas. Assim, no âmbito do *Exercício 1: Moodboard*, procedemos à análise das imagens que os participantes extraíram dos seus trabalhos académicos, tal como havia sido pedido no final da sessão anterior (e, entretanto, reforçado por *email*). Este conjunto é altamente diverso, consistindo em imagens de guerra, gráficos informativos, fotografias de produto, cenas de filmes, entre outras. Salvo algumas exceções que foram posteriormente corrigidas, todas as imagens cumpriam os critérios pedidos.

Ao analisar estas imagens, foi produzida uma tabela de classificação na qual o grupo identificou cada uma como sendo uma imagem da *good life* (uma imagem otimista), um *dark mood* (uma imagem pessimista) ou uma imagem neutra. O método de classificação das imagens consistiu em projetar as mesmas por ordem e discuti-las, sendo que a pessoa que trouxe a imagem tinha a primeira palavra quanto à classificação e depois o grupo pronunciava-se, terminando com uma votação. Algumas imagens são classificadas como “neutras” por haver um voto maioritário nessa classificação, outras porque houve um empate entre duas ou três opções. Várias vezes a classificação individual divergiu da do grupo, sendo que a primeira tendeu a ser sempre mais otimista, ou classificando mais imagens como sendo da *good life*. O conjunto final de imagens, com as respetivas classificações e fichas informativas (após correções) pode ser encontrado no **ANEXO D**.

No final deste processo, a contagem individual era de 23 imagens da *good life*, 5 imagens neutras e 15 *dark moods*. No coletivo, as classificações foram as seguintes: 15 imagens da *good life*, 11 imagens neutras e 17 *dark moods*. Estes números confirmaram parcialmente a minha expectativa de que as imagens, e sobretudo as leituras, pessimistas seriam predominantes. No entanto, não foi a contagem final o mais importante – este momento de trabalho conjunto permitiu aos participantes refletir sobre as imagens e sobre o seu uso de uma forma que não é, segundo os próprios, habitual. Várias vezes foi referido que este tipo de análise às imagens, ao seu percurso no processo criativo e à sua expressão no mundo social, revela questões sobre o trabalho já realizado que anteriormente permaneciam intocadas. A discussão sobre as imagens mostrou-me que, mesmo que elas sejam originalmente usadas sem grande reflexão acerca do seu significado ou origem, elas configuram-se como dispositivos de interação com a realidade exterior ao projeto: seja ela a realidade que os participantes vivem no seu quotidiano, seja ela uma realidade percecionada através dos média, da Internet ou das referências bibliográficas dos enunciados. Esta interação é sobretudo estética e mais assente no sentimento produzido pelas imagens do que naquilo que representam. Por isso, em muitos casos os participantes não sabiam exatamente o que representava uma imagem que eles próprios haviam escolhido (por exemplo, uma imagem de uma guerra sem nome ou a capa de um disco de uma banda que o participante não conhecia). Concluindo, sinto que o desafio foi bem aceite e enfrentado pelo grupo, gerando uma discussão altamente produtiva para ambas as partes e lançando as bases necessárias para

finalizar o *Exercício 1: Moodboard* na sessão seguinte. Antes de terminar, foi pedido aos participantes que corrigissem pequenos problemas na sua seleção de imagens e respetivas fichas de informações. Foi também criado um grupo na aplicação WhatsApp para reforçar as comunicações por *email* e para tratar de assuntos mais simples.

Sessão #3 – 24 de outubro de 2020

Na semana que antecedeu esta sessão, a situação pandémica no país agravou-se e foram tomadas novas medidas restritivas. Apesar de estas alterações não impedirem a realização do *workshop* nos mesmos moldes, um dos participantes pediu para participar na sessão à distância. Neste dia, o mesmo acabou por não participar por motivos da sua responsabilidade. No entanto, nas sessões futuras este mesmo participante entrou sempre por videochamada, visto que pertencia a um grupo de risco.

A exposição teórica que abriu esta sessão marcou um regresso ao tema da dimensão social do design, aqui aprofundada segundo duas propostas teóricas diferentes: a ideia de vida social do design e de estruturas de sentimento. Ambas as referências serviram para contextualizar o que era pedido no passo seguinte do *Exercício 1: Moodboard*, em linha com o trabalho realizado na sessão anterior. Em particular, foi importante o conceito de estruturas de sentimento subjacente à classificação de *dark moods* e imagens da *good life*. Com esta nota introdutória, os participantes partiram para o trabalho prático. Este teve duas vertentes. Primeiro, cada participante carregou as suas imagens para um painel partilhado na plataforma *online* Pinterest. Este painel digital serviria como agregador de imagens para o restante trabalho feito no *workshop*. Depois, em conjunto, os participantes tiveram de elaborar um painel visual original onde figurassem todas as imagens previamente selecionadas. Pedi aos participantes que tivessem em conta a classificação previamente feita das imagens e que com ela tentassem construir uma determinada estrutura de sentimentos que emergisse dos seus trabalhos académicos e da forma como eles representam e interagem com a realidade do mundo. As decisões criativas foram deixadas para os participantes, havendo apenas a condicionante de este painel poder ser projetado na sala para discussão conjunta.

A parte do exercício feita na plataforma Pinterest foi simples e relativamente rápida, ainda que alguns participantes tenham tido de corrigir ou completar informações posteriormente **ANEXO E**. Contudo, a fase seguinte, referente ao painel visual, exigiu desde logo algum planeamento adicional. Sendo um trabalho coletivo, era preciso encontrar forma de todos os participantes poderem participar apesar das restrições à proximidade física entre indivíduos. Em circunstâncias normais, o grupo poderia simplesmente reunir-se numa mesa à volta de um ou mais computadores, algo que neste caso estava fora de questão. Alguns elementos do grupo sugeriram que se usasse uma ferramenta *online* de trabalho colaborativo chamada Miro. Nesta aplicação os utilizadores podem colaborar simultaneamente na elaboração de um painel

multimédia, cujas edições podem ser vistas em tempo real. Embora o Miro tenha variadíssimas funções disponíveis, o mais importante neste processo é que permitia aos participantes dispor as imagens num espaço visual partilhado e depois organizá-las em conjunto. Foi-me dito que esta é uma ferramenta muito usada no curso, ainda mais depois da suspensão das aulas presenciais devido à pandemia.

Iniciado o processo de trabalho, criei também uma conta no Miro e projetei o ecrã do meu computador, onde se podia ver o trabalho em tempo real sob a forma de cursores, cada um representando um utilizador diferente e as suas ações no painel. Uma das minhas principais preocupações antes do *workshop* era quanto do trabalho eu poderia de facto ver, se este trabalho fosse exclusivamente realizado num espaço digital. O Miro permitiu-me não só observar as ações no exercício em tempo real, como também gravar parte desse trabalho sob a forma de capturas de ecrã (ANEXO F). Neste contexto, o grupo tomou a decisão de organizar as imagens no painel de acordo com dois critérios: um critério temporal e um critério sentimental (palavra minha). No eixo horizontal as imagens seriam organizadas cronologicamente. Não havendo datas para muitas das imagens (por desconhecimento dos participantes), o critério foi aplicado por aproximação (da esquerda para a direita, das imagens que parecem mais antigas para as que parecem mais recentes). No eixo vertical as imagens seriam organizadas de acordo com as estruturas de sentimento que comunicam ou onde se inserem, com o seu “mood” (de baixo para cima, das imagens mais pessimistas para as imagens mais otimistas, dos *dark moods* para a *good life*).

O resultado final deste trabalho, que durou cerca de duas horas, foi projetado na sala para discussão pelo grupo no espaço de debate desta sessão (ANEXO G). Em primeiro lugar, o grupo considera o painel tendencialmente pessimista. Dizem que a *good life* apenas aparece como contraponto dos *dark moods* (como formas de resistência ou nostalgia – a *good life* adiada ou a *good life* perdida). Existe uma noção mais ou menos consensual de que o curso encaminha os alunos para trabalhos com um pendor pessimista. Atribuem isso ao facto de lhes ser pedido muitas vezes que construam críticas e respondam a problemas (destacando os aspetos negativos da sociedade) e também às referências históricas que lhes são dadas. Os participantes entendem também que a coabitação das imagens no painel as neutraliza, tal como acontece na Internet. Entendem que existe hoje uma abundância e ultra dependência das imagens, algo que pode promover um contacto superficial com a realidade e a História, e que poderia ser alvo de mais estudo e análise dentro da disciplina do design. Em última análise, o debate revelou que o exercício foi útil para gerar reflexão e discussão sobre imagens que de outra forma não seriam tão escrutinadas, tal como os métodos e motivos por trás da sua utilização. O grupo reconhece a importância das estruturas de sentimento formadas pelas imagens, que são essenciais no seu trabalho, mas tende a pensar mais nas suas manifestações intencionais do que as acidentais ou imprevistas.

Com esta sessão encerrou-se o *Exercício 1: Moodboard*, que serviria como pedra de lançamento do exercício seguinte. Neste sentido, pedi aos participantes que, nos dias entre sessões, reunissem imagens retiradas da Internet e as adicionassem ao mural partilhado na plataforma Pinterest, classificando cada uma como “*dark mood*” ou “imagem da *good life*”. Por fim, devo referir que as limitações da versão gratuita do Miro não permitem uma exportação de imagem em alta qualidade. Assim, fui obrigado a recriar o painel em casa, usando uma versão em baixa resolução do mesmo como referência. O resultado final desta recriação é indistinguível do objeto original.

Sessão #4 – 31 de outubro de 2020

A quarta sessão do *workshop* marcou a entrada na sua segunda fase. Por isso, os participantes receberam previamente um *email* mais longo, que contextualizava teoricamente as sessões seguintes e apresentava o enunciado do *Exercício 2: Background*. Este pedia que fossem elaborados dois vídeos para usar como fundo virtual em videochamadas, recorrendo à recolha coletiva de imagens arquivada na plataforma Pinterest. Os participantes estariam divididos em dois grupos, um trabalharia apenas com imagens consideradas *dark moods* e o outro apenas com imagens consideradas da *good life*.

Se nas primeiras três sessões o foco teórico esteve colocado sobre a relação do design com o mundo social, nestas sessões seguintes iríamos olhar para a forma como a Internet entra nessa equação, particularmente no campo da prática. Nesta sessão, o participante que previamente pedira para participar por videochamada juntou-se ao grupo por essa via. Comecei por fazer uma breve introdução teórica à ideia de uso “desinteressado” da Internet e das explorações da teoria do capital de Bourdieu na era digital feitas por Gabe Ignatow e Laura Robinson. Estes textos lançaram um debate sobre o uso da Internet para fins que não os do trabalho, da Academia ou da burocracia quotidiana, mas sim para efeitos de lazer, de consumo não-essencial, de cultura, de socialização, etc.

Neste diálogo os participantes revelaram ser todos bastante aptos no uso da Internet para fins de entretenimento, consumo ou socialização, sendo que a maioria teve acesso bastante cedo a esta tecnologia. É notório que a Internet faz parte da sua vida quotidiana como uma importante ferramenta de mediação da informação, do entretenimento, do consumo ou das relações sociais. Este facto é também reconhecido por todos, havendo depois preocupações distintas quanto a esta realidade. Foram mencionados, a título de exemplo, problemas de privacidade, de degradação das relações sociais e afetivas, ou de homogeneização da cultura. A propósito deste último aspeto debateu-se se os alunos de Design de Comunicação partilhavam muitas referências simplesmente por as irem buscar à Internet. Com algumas nuances e dúvidas sobre o assunto, o consenso parece ser que sim, que por um lado a Internet abre muitas possibilidades de contacto com diferentes expressões culturais, mas que muitas vezes a natureza das

plataformas e dos seus algoritmos faz com que toda a gente veja a mesma coisa, ainda que de uma perspetiva diferente. Este fenómeno foi ilustrado com a metáfora das bolhas, ou câmaras de eco, onde os utilizadores das redes sociais acabam por ser sempre direcionados aos conteúdos que querem ver e a contactar com as pessoas que pensam de forma semelhante, havendo assim uma polarização entre grupos. Pode-se dizer que todos vêem utilidade no uso “desnecessário” da Internet (aquele que não é feito por obrigação, por exemplo, por motivos académicos, fiscais ou de saúde), pois percebem como ele é importante na sua vida quotidiana, percebem como ele os capacita para usar a Internet para fins académicos ou profissionais e entendem que existem dimensões da vida que podem decorrer simultaneamente *on* e *offline*.

Após o debate, iniciou-se o trabalho no *Exercício 2: Background* com a apresentação do seu enunciado. O primeiro passo consistiu em constituir dois grupos de três elementos cada através de um sorteio. Cada grupo deveria elaborar o seu vídeo (de notar que o participante à distância ficou no grupo dos *dark moods*, o que criou um desequilíbrio no tamanho dos grupos reunidos presencialmente). De seguida, foi pedido aos participantes que pensassem na ideia geral para o vídeo, de forma a que esta pudesse ser discutida informalmente no final da sessão. Foi sugerido também que, paralelamente, fosse continuada a recolha e edição de conteúdos visuais para a realização do exercício.

Fui acompanhando as discussões e intervindo ocasionalmente para tentar dirigir o trabalho no sentido de ideias exequíveis no tempo disponível, procurando não condicionar criativamente. Nesta sessão mostrei apenas um exemplo concreto: a cena de lavagem cerebral/teste biométrico do filme *The Parallax View* (1974) de Alan Pakula. Achei este exemplo adequado pois ele é ambíguo (a montagem recorre à sugestão de ideias vagas e não é sequer claro o tipo de experiência a que o sujeito do filme é submetido) e faz uma boa ilustração do cruzamento de imagens otimistas e pessimistas (*dark moods* e *good life*). Também imaginei que os alunos não iriam seguir este tipo de solução visual, visto que o excerto depende em grande parte da música de fundo (inexistente no exercício do *workshop*) e de imagens que dizem respeito, em grande parte, à cultura e história norte-americana.

As discussões dos grupos não foram tão produtivas como eu imaginava e assim não foi possível ter uma discussão substancial sobre as ideias. Não fiquei preocupado com este facto pois percebi que os grupos estavam empenhados e bem encaminhados, mas precisavam de mais tempo do que eu havia previsto. Incentivei os participantes a continuar esta discussão ao longo da semana seguinte, bem como a recolha de imagens, para que no início da quinta sessão pudessemos já conversar sobre ideias mais concretas.

Videochamada #1 – 7 de novembro de 2020

Por motivos de saúde (não relacionados com a pandemia) fui obrigado a cancelar a realização da quinta sessão. Contudo, nesse dia realizei uma breve videochamada com os

participantes, que me fizeram uma atualização sobre o decorrer dos trabalhos no *Exercício 2: Background*. Nesta curta conversa fui já capaz de perceber um sentido geral dos dois vídeos, que pareciam recorrer a diferentes formas de ironia ou humor. Além disso, ambos os grupos precisavam de mais tempo para trabalhar, sendo que este projeto tinha ficado em segundo plano face às avaliações académicas. Assim, pedi que continuassem o trabalho e foi acordado o adiamento da sessão por uma semana, mantendo um total de seis sessões presenciais (todos consideraram importante não perder uma sessão presencial).

Sessão #5 – 14 de novembro de 2020

Nesta sessão, além do elemento habitual, houve mais um participante a entrar por via videochamada por motivos de saúde, havendo assim apenas quatro participantes presenciais. Tendo em conta a experiência das sessões anteriores, decidi não realizar neste dia um debate formal e em vez disso tentar conversar com os participantes ao longo da sessão, enquanto trabalhavam. Nesta fase tinha já percebido que as últimas duas sessões deviam ser sobretudo práticas para que fosse possível acabar os vídeos dentro do tempo definido. Ainda assim, realizei a habitual breve introdução teórica, que desta vez incidiu sobre o uso “interessado” da Internet, em particular o seu uso em contexto académico e do trabalho em design. Dada a informalidade do debate, não apresentei aqui novas referências textuais, recorrendo pontualmente àquelas discutidas em sessões anteriores.

O tema do debate centrou-se inicialmente na capacidade, ou falta dela, da Academia acompanhar o desenvolvimento tecnológico que transforma as outras dimensões da vida de um estudante. O grupo tem opiniões ligeiramente distintas, mas há um consenso em dois pontos: os professores fazem um esforço para adaptar programas e métodos às “novidades” tecnológicas e culturais, mas por outro lado o investimento no ensino das tecnologias digitais devia ser bastante maior, o que significaria, por exemplo, haver mais uma cadeira optativa dedicada a um ensino técnico e tecnológico na área do *webdesign*. Como referi, o grupo reconhece o esforço feito pelos professores no acompanhamento temático e conceptual dos projetos, mas ainda assim denotam preconceitos geracionais.

Num segundo momento da conversa interroguei os participantes sobre mudanças nos seus hábitos de utilização da Internet que pudessem ser atribuídas à frequência deste curso superior. Todos indicaram já serem aptos no seu uso anteriormente, mas com a entrada na universidade passaram a realizar mais leituras *online* e a ser mais cuidadosos nas pesquisas. Neste ponto, dois elementos do grupo fizeram questão de informar que a entrada na universidade os tinha feito ler mais formatos físicos e um terceiro elemento afirmou que todos os alunos aprenderam a circunscrever as barreiras colocadas à frente dos artigos *online* pagos. Perguntei que relação tinham com a pirataria digital e o consenso é de que ela é importantíssima em todo o decorrer do curso. Reconhecem que seria possível fazer a licenciatura sem recorrer a ela, mas estariam

muito limitados nos recursos que podem usar, desde conteúdos multimédia a material didático ou mesmo ferramentas de trabalho. Um dos elementos afirma que se sentia mal em fazê-lo no início do curso, até perceber que todos os seus colegas o faziam. Apesar disto, três dos seis membros do grupo possuem os *softwares* da Adobe licenciados – estes programas são o *standard* da indústria e por causa do seu elevado custo de subscrição a generalidade dos estudantes de design em Portugal opta por usar versões ilegais.

Como referi anteriormente, estas conversas decorreram em paralelo com o trabalho prático nos vídeos do *Exercício 2: Background*. No início da sessão, os vídeos em si eram praticamente inexistentes, consistindo ainda num conjunto de elementos visuais soltos, alguns estáticos e outros animados. A primeira hora da sessão foi passada a resolver questões técnicas e o restante tempo foi aplicado na edição de conteúdos e montagem dos vídeos. O vídeo mais avançado no final da sessão era o do grupo da *good life*, que já indiciava o recurso ao humor visual com referências a certos aspetos da cultura *online*, numa interpretação do otimismo que pretendia ser sincera mesmo que recorrendo pontualmente à ironia. A estrutura do vídeo já estava consolidada e consistia numa sequência de imagens animadas que transitavam entre cenas diferentes, com a grande vivacidade das cores a destacar-se como um elemento consistente da linguagem visual do vídeo. Encorajei o grupo a continuar o trabalho, aperfeiçoando as transições. No outro grupo, o dos *dark moods*, o trabalho estava mais atrasado. Os elementos visuais estavam tratados como *stickers* de um teclado digital e consistem exclusivamente em figuras humanas fotografadas ou desenhadas – desde mascotes comerciais a ditadores. A intenção era que estas figuras preenchessem gradualmente o espaço típico de um *background* de videochamada: a praia paradisíaca. Incentivei o grupo a explorar a duração do vídeo e a jogar com as expectativas do visualizador, dada a utilização de uma imagem que se havia tornado tão comum nas videochamadas. A sessão terminou com indicação ao grupo de que continuasse o trabalho em casa, contando que os vídeos fossem finalizados na primeira metade da última sessão.

Sessão #6 – 21 de novembro de 2020

A sexta e última sessão voltou a contar com cinco participantes presenciais mais um à distância. O plano era conseguir que os grupos terminassem os vídeos durante a primeira metade da sessão, deixando a segunda para apresentar e debater os resultados. Rapidamente percebi que tal não seria possível, pois ambos os grupos precisavam ainda de algumas horas de trabalho para acabarem os vídeos. Assim, esta foi uma sessão quase exclusivamente dedicada ao trabalho prático no *Exercício 2: Background*. Fui consultando os dois grupos alternadamente para perceber o trabalho que tinham realizado entre sessões, bem como as soluções encontradas presencialmente e em grupo. Neste processo chegou-se à conclusão que iria restar pouco tempo para apresentar e debater os resultados, além de fazer um balanço final do *workshop*. Combinou-se que os vídeos deveriam ser apresentados no final da sessão numa versão

provisória, mas já consolidada, e que seria marcada uma sessão por videochamada para cumprir a parte do debate. Esta solução permitiria ainda ver os vídeos em utilização como fundos virtuais na plataforma Zoom.

No final da sessão, o vídeo das imagens da *good life* era novamente o mais avançado em termos da sua finalização. Desde a sessão anterior, o grupo aperfeiçoara as transições entre as diferentes cenas onde se movimentavam os recortes animados. Sugerir que fosse repensada a pertinência de uma cena em particular, na qual aparecia escrita a expressão *good life*. Além de introduzir um sentido literal ausente do resto do vídeo, esta cena quebrava a sua continuidade cíclica. Vale a pena aqui referir que ambos os grupos estavam a trabalhar em vídeos curtos que seriam repetidos “infinitamente” durante uma videochamada, sendo importante pensar no seu carácter cíclico. Também com o grupo dos *dark moods* foi falada esta questão do vídeo em *loop*. O seu vídeo tinha sido desenvolvido desde a sessão anterior, vendo o seu pendor irónico e satírico reforçado. A ideia principal permanece a mesma: uma praia paradisíaca que é preenchida por recortes de figuras consideradas pelo grupo enquanto *dark moods* (havendo algumas escolhas menos óbvias, a analisar posteriormente). Incentivei o grupo a explorar ainda mais a duração do vídeo, tornando-o mais lento na fase inicial, antes de aparecerem os *dark moods* sobre a imagem de fundo.

Apesar da alteração de planos com o adiamento do debate, senti que os participantes fizeram sempre um grande esforço para cumprir os prazos. De uma perspectiva etnográfica, considerei irrelevante este atraso, preferindo que os grupos pudessem finalizar os trabalhos com alguma tranquilidade e não apressando o debate final. Em parte, o adiamento deste debate poderá ser atribuído ao meu planeamento, em parte às avaliações dos participantes que, a dada altura, se sobrepuseram com a realização do *workshop*. Ficou acordada uma reunião por videochamada para quatro dias depois. Até lá, cada grupo deveria finalizar o seu vídeo e escrever uma curta sinopse acerca do mesmo.

Videochamada #2 – 25 de novembro de 2020

Antes da videochamada se realizar, ambos os grupos enviaram por *email* o seu vídeo (ANEXOS H + I). Por motivos de organização do texto deste relatório, reservo a descrição dos resultados para o ponto “V) Resultados Práticos”. As ideias gerais referidas anteriormente foram mantidas e desenvolvidas nas versões finais de cada projeto. Na videochamada, alguns participantes usaram o vídeo do seu grupo como fundo virtual enquanto faziam a apresentação do mesmo. Esta apresentação consistia numa breve introdução por parte do grupo, seguida de uma conversa entre todos, onde eu pude colocar mais perguntas acerca de pormenores que considerava interessantes.

No caso dos *dark moods*, o foco da discussão foi a predominância das figuras individuais e a escolha de algumas imagens enquanto *dark moods*, tais como a “Popota” (mascote infantil de

uma grande marca de hipermercados) ou o ator Nicholas Cage, entre vários outros. As explicações eram sempre do foro pessoal (“eu tinha pânico desta figura”) e indicavam uma certa atitude iconoclasta, em que o simples facto de uma figura ser conhecida e celebrada na cultura dominante a pode tornar num *dark mood*. Esta atitude é apresentada enquanto sátira e ironia, plenamente consciente de que a convivência entre certas imagens levanta questões, o que é sublinhado pela linguagem visual.

Já no grupo das imagens da *good life*, a abordagem é bastante menos simbólica. Apesar de recorrer pontualmente a imagens e soluções estilísticas que fazem referência à cultura *online*, o vídeo é muito mais preocupado com uma sensação geral do que com uma crítica ou uma observação. Segundo um dos membros do grupo o objetivo era ter “um fundo divertido”, no qual as imagens perdem o seu valor individual e importam apenas como contributo para uma peça que é pensada para um contexto privado, “um final de reunião”, onde pode funcionar como uma piada bem-intencionada.

A sessão terminou com um balanço geral do *workshop*, onde se destacou a vontade dos participantes em inscreverem-se para debater temas relacionados com a Internet que eram do seu interesse, para trabalhar em grupo num tempo de isolamento social e para, de forma geral, explorar assuntos e metodologias que não esperam ver explorados no curso. A impressão final do grupo sobre o processo foi bastante positiva, sendo referida a importância de um espaço aberto de debate, onde se podem explorar temas que respondem a preocupações contemporâneas, sem a formalidade das aulas ou a pressão das avaliações. Este último ponto está claramente refletido nos resultados finais, que apresentam uma linguagem visual mais crua e menos preocupada com convenções do “bom design” do que aqueles que costumam apresentar nos projetos académicos. Do meu ponto de vista, o sucesso deste *workshop* residiu no tema, que era do interesse dos participantes e que foi explorado com referências que estes acharam pertinentes, e na criação de um espaço de trabalho colaborativo alternativo ao da faculdade e, em situação excecional, alternativo também à nova realidade do isolamento social.

3.4.4. Notas soltas (convívio à margem)

Numa perspetiva etnográfica, considereei relevantes para a minha investigação os momentos de convívio com os participantes do *workshop*, fora dos momentos de trabalho. Na prática, estes resumem-se aos momentos antes e depois de cada sessão, aos intervalos das sessões e a algumas comunicações no canal WhatsApp do grupo de trabalho. Nestes momentos, pude conhecer melhor cada participante, as suas motivações, interesses e *background*. Isto permitiu-me ter uma imagem do grupo como muito interessado e envolvido em atividades à margem do curso, com bastante espírito de iniciativa, mas com muitos receios quanto ao seu futuro profissional. Este anseio foi notório durante todo o decorrer do *workshop* e marca de forma indelével a visão destes estudantes acerca da sua área profissional. A situação pandémica agrava as incertezas de

uma perceção tendencialmente pessimista da situação dos designers em Portugal. Sentem ainda que o curso não é capaz de responder a estas questões, apesar de todos os esforços que reconhecem ser feitos. No geral, foi extremamente fácil conquistar a confiança dos participantes, que não se inibiram de falar de outros temas externos ao *workshop*, de partilhar dúvidas, histórias ou experiências. Foi igualmente importante que todos soubessem respeitar os diferentes momentos e as exigências do calendário, esforçando-se sempre para que o convívio não fizesse descarrilar o trabalho. No final de contas, esta dimensão do meu contacto com os participantes enriqueceu o meu conhecimento do seu perfil, especialmente tendo em conta a diferença geracional, e completou a imagem deixada por eles nos debates, que devolve a já mencionada preocupação constante com o desconhecido do mercado de trabalho, num tempo que é percebido com sendo de crise. Estas observações, por serem maioritariamente dispersas e por carecerem de contexto, não justificam a sua condensação num capítulo e fazem mais sentido dissolvidas no texto deste relatório, onde forem importantes para completar algum tipo de informação. Apesar dessa sua difusão, são observações importantes que pesam sobre a minha análise total.

3.5. Resultados dos exercícios práticos

Para o efeito deste relatório, considero como resultados práticos os objetos visuais produzidos no decorrer dos dois exercícios do *workshop*. Assim, temos como resultado do *Exercício 1: Moodboard*, um painel de imagens elaborado pelos seis participantes em conjunto e, como resultado do *Exercício 2: Background*, dois fundos virtuais para videochamadas, produzidos por dois grupos de três participantes.

3.5.1. Exercício 1: Moodboard

O primeiro aspeto a ter em conta neste exercício é a seleção inicial de imagens. Estas deviam ser extraídas de trabalhos realizados no curso de Design de Comunicação, com o critério adicional de terem sido obtidas *online*. São contemplados conteúdos visuais como fotografias, ilustrações, gráficos, fontes tipográficas, texturas, entre outros, que tenham sido descarregados de *websites*, encontrados em motores de pesquisa, partilhados em *chats* privados ou outras formas de comunicação e navegação na Internet. O conjunto de 43 imagens construído pelos participantes nesta fase é diverso e pode ser categorizado pelas seguintes tipologias formais: fotografias, ilustrações, composições gráficas, fontes tipográficas, capturas de ecrã. Todas as imagens escolhidas são da autoria de terceiros, nem sempre identificados.

Além da seleção das imagens, pedi também aos participantes que preenchessem uma ficha técnica estandardizada com as informações que fossem capazes de reunir, além de um

comentário à seleção. Apenas um dos participantes não realizou esta tarefa, embora as outras fichas tenham diferentes níveis de densidade no preenchimento. Por este motivo, acho mais pertinente olhar para elas como um apoio às minhas observações e diálogos do que como uma fonte de dados para análise quantitativa. As fichas técnicas, apesar das muitas falhas e omissões no seu preenchimento, permitiram-me identificar algumas tendências processuais, ou pelo menos tendências na forma como o processo é percebido após o facto. Por exemplo, há um percurso das imagens que se repete: um ficheiro é encontrado através de um motor de busca e depois manipulado num *software* especializado de design editorial, edição de imagem, edição de vídeo ou maquetagem, tais como, Photoshop, Indesign, iMovie ou Figma. Este percurso dá a entender que a imagem foi encontrada numa pesquisa direcionada e não numa navegação casual, algo que foi confirmado por mim durante os debates acerca das imagens e que pode também ser confirmado pela leitura dos comentários nas fichas técnicas. Estes revelam grande intencionalidade na escolha dos conteúdos visuais, quer para o contexto do *workshop*, quer para a elaboração do próprio projeto académico onde foram utilizados.

Do ponto de vista temático, as tipologias são ainda mais variadas, embora se possam identificar alguns conjuntos, tais como: imagens da guerra, imagens da política e do ativismo, imagens da música, imagens da tecnologia e imagens do consumo. A minha interpretação inicial deste conjunto de imagens é que ele é tendencialmente pessimista, embora essa classificação deva ser feita com cautela. Se reconstruirmos o mundo a partir destas imagens, vemos uma realidade social de problemas e conflitos e uma cultura orientada para as referências do passado. No entanto, o conjunto também é pontuado por imagens bem-humoradas, visões aparentemente otimistas da tecnologia e representações do trabalho em design que, de alguma forma, o celebram. A questão é ainda mais complexificada quando é pedido aos participantes que expliquem a escolha inicial das suas imagens e depois as classifiquem, bem como às dos seus colegas. Em muitos casos, as imagens são interpretadas à luz de experiências pessoais ou circunscritas à turma. Isto faz com que a imagem de uma garrafa possa ser um *dark mood*, porque lembra um projeto escolar que os alunos não gostaram de fazer – um sentimento reconhecido por vários elementos do grupo.

Como já relatei anteriormente, o resultado da classificação destas imagens em conjunto confirma a tendência pessimista das mesmas: 17 classificações de *dark mood*, 15 classificações de *good life* e 11 classificações neutras. Mas mais uma vez, a contagem esconde a complexidade do processo e as suas contradições – se tivermos em conta as classificações individuais, o conjunto é tendencialmente otimista. Acontece que a alteração das classificações favorece a contagem das imagens neutras (passam de cinco a 11), reduzindo drasticamente as leituras otimistas (de 23 para 15) e acrescenta duas imagens à coluna dos *dark moods* (passam de 15 para 17). Há assim uma redução nas leituras otimistas que não se transformam em leituras pessimistas, mas antes neutras. Na maioria dos casos, o grupo não reconhecia nas imagens em

causa o mesmo apelo afetivo positivo que o colega que as escolhera. Já nas imagens mais pessimistas, o sentimento do grupo era mais próximo do indivíduo, sendo que o apelo negativo destas imagens também é tendencialmente mais universal (a guerra, a violência, a conspiração, ...).

Para elaborar o painel com as imagens selecionadas, após serem analisadas em grupo, os participantes optaram por usar a plataforma de trabalho colaborativo *online* Miro. A escolha do método de trabalho foi condicionada pela imposição do distanciamento social, tornando as opções digitais mais apelativas. Na base, esta ferramenta consiste numa tela branca onde diferentes utilizadores registados podem depositar conteúdos multimédia, escrever texto, fazer listas, desenhos, entre muitas outras ações. Para o efeito deste exercício, o Miro permitia aos participantes dispor as imagens nesta tela e organizá-las em simultâneo, como se estivessem colocadas fisicamente sobre o tampo de uma mesa. Criando a minha própria conta, fui capaz de acompanhar o trabalho em tempo real e projetar o mesmo no telão da sala. Dessa forma, pude assistir à maneira como os participantes primeiro depositaram todas as imagens na tela virtual desorganizadamente, para depois as reorganizarem de acordo com os critérios por si definidos, dialogando durante todo o processo. Relembro aqui que apenas era pedido ao grupo que, de alguma forma, apresentasse este conjunto de imagens num só plano, tendo em conta a discussão prévia e a sua capacidade de produzir uma estrutura de sentimentos coletiva.

O resultado final apresenta as imagens organizadas em dois eixos. O eixo horizontal representa um critério cronológico que avança da esquerda para a direita – nem sempre referente à data exata das imagens (que, no tempo limitado disponível, podia ser difícil apurar), sendo feitas suposições e aproximações quando necessário (como se se perguntasse “de que tempo parece ser esta imagem?”). No eixo vertical as imagens estão organizadas de acordo com o seu *mood*, com as imagens mais pessimistas (ou *dark moods*) em baixo, as imagens neutras no meio e as imagens otimistas (ou imagens da *good life*) no cimo. Ambos os critérios prestam-se à liberdade da interpretação subjetiva das imagens – o primeiro pela aparência da sua idade, o segundo pela aparência do seu significado – e assim, na sua simplicidade, instrumentalizam bem a noção geral e abstrata de estruturas de sentimento. Estes critérios não são revelados visualmente no painel e provavelmente a sua descodificação não será evidente numa primeira leitura. Conhecendo-os, podemos mais facilmente fazer uma leitura sociológica da relação destes estudantes de design com as imagens que surgem no seu trabalho e aquilo que elas dizem sobre a sua interpretação subjacente do mundo social, a sua perceção da realidade e o seu próprio papel como produtores de dispositivos culturais e visuais. Mas mesmo desconhecendo os critérios, acredito que essa leitura seja possível, sem limitar outras que possam emergir. Por isso, considero que o resultado do *Exercício 1: Moodboard* corresponde às minhas expectativas, dando à minha investigação informação e material de estudo que me permite aproximar da resposta a algumas perguntas que coloquei inicialmente neste projeto.

3.5.2. Exercício 2: *Background*

O segundo exercício do *workshop* foi iniciado como um prolongamento do primeiro. Pedi aos participantes que continuassem a arquivar na plataforma Pinterest conteúdos visuais que encontrassem na Internet (propositada ou casualmente), identificando-os como *dark mood* ou imagem da *good life* (uma decisão individual de quem escolheu cada imagem). Estas imagens serviriam como o principal recurso visual a usar na composição dos dois fundos virtuais animados para videochamada. Foram criados dois grupos de três participantes, sendo que um grupo ficou encarregue de elaborar um fundo virtual com recurso exclusivo a imagens categorizadas como *dark mood* e outro grupo ficou encarregue de fazer o mesmo, apenas com imagens categorizadas como sendo da *good life*. Este trabalho nos vídeos decorreu em três sessões presenciais de pendor prático, além de ter sido complementado por trabalho adicional realizado em casa pelos participantes, com o meu acompanhamento ocasional em pontos de situação feitos pelos grupos a meu pedido.

Na sala de trabalho, ambos os grupos organizaram-se em volta de um portátil (relembro que, nestas sessões, o grupo dos *dark moods* tinha um membro que participou apenas por videochamada), procurando respeitar as normas de distanciamento impostas. Com esta organização, os grupos discutiam ideias e iam executando as mesmas diretamente no *software* de edição de vídeo (Adobe After Effects, em ambos os casos). Na sessão #4, os dois grupos passaram mais tempo em debate interno, havendo nas duas sessões seguintes mais trabalho prático visível, normalmente por um dos elementos que ia dando forma às ideias do coletivo. Percebi que muito material visual (recortes, animações, fundos) já vinha editado de casa, pronto a ser inserido na montagem e depois ajustado em conjunto. Assim, o trabalho em casa foi sobretudo de preparação e o trabalho na faculdade teve o papel de consolidar a composição e executar a visão do grupo com todos os elementos envolvidos no processo.

Tendo já feito um relato do procedimento dos trabalhos no ponto 3.4. *Realização do Workshop*, irei concentrar-me aqui na descrição e interpretação dos resultados. Mais uma vez começo com a seleção de imagens, que foi uma expansão da recolha feita no exercício anterior. No vídeo dos *dark moods* é perceptível um universo de referências históricas e culturais representadas por figuras icónicas, reais ou fictícias. A escolha das figuras é central para o vídeo, que consiste na sobreposição destas sobre uma paisagem – como se se tratasse da contaminação de um fundo virtual convencional. Neste espaço visual convivem Estaline, Britney Spears, Bolsonaro, Madeleine McCann, Mark Zuckerberg, Jesus Cristo e a boneca Barbie, entre vários outros. As suas faces são quase sempre sorridentes ou ridículas, em alguns casos manipuladas com algum tipo de efeito cómico. O seu significado deve ser lido em conjunto, recorrendo à comparação. Mesmo que se desconheça a premissa subjacente do vídeo – o recurso a imagens consideradas *dark moods* – é perceptível a estranheza destas convivências.

Porque há cantoras *pop*, crianças desaparecidas ou desenhos animados entre ditadores e assassinos em série? Na curta sinopse que pedi, o grupo escreveu:

As figuras são cada vez mais polémicas, as opiniões cada vez mais inconciliáveis e o debate cada vez mais fragmentado. Nunca houve tantos ídolos, portanto nunca houve época tão rica para questionarmos quem são os nossos heróis. Paris Hilton, Darth Vader, ou Estaline são todos heróis e vilões, depende apenas de quem está a ver.

Vemos que o questionamento é uma ação que os autores do vídeo querem provocar no observador. A forma como o fazem é explorando o absurdo da comparação entre figuras ou significantes históricos e culturais, povoando um universo de referências tendencialmente negativas e pessimistas com o que poderíamos mesmo chamar de imagens da *good life*. Isto pode naturalmente levantar a questão sobre se o grupo não estaria a contornar as orientações dadas no enunciado. Mas para isso teríamos de pôr em causa, sem qualquer legitimidade, a sinceridade dos participantes no momento em que consideram imagem A ou B como sendo um *dark mood*. Além disso, e em contexto dos debates tidos ao longo de seis sessões, não me surpreende que determinadas imagens “felizes” da nossa cultura contemporânea, em particular da sociedade de consumo, sejam genuinamente vistas como sinais sombrios ou, no mínimo, consensos que merecem ser interrogados. A sinceridade deste olhar tem de ser compreendida à luz da ironia e do humor que emergem do vídeo. Isto porque a ironia e o humor são formas de interação com a realidade que permitem abordar o absurdo, bem como o dogma, e eu diria que o olhar devolvido por este vídeo é relativamente simples: o dogma é absurdo, há que rir dele. Esse dogma é um consenso social percebido pelos autores na forma como a História é sistematizada e nos é apresentada, o que faz perfeito sentido tendo em conta as críticas feitas por estes alunos à forma como a História é inserida nos programas das disciplinas projetuais e também a sua constatação de que o excesso de imagens que vemos diariamente na Internet pode promover entendimentos mais superficiais da realidade. A legitimidade da seleção das imagens é confirmada pela montagem e pelo comentário que esta produz.

O vídeo do outro grupo, com imagens da *good life*, é um objeto diferente em vários sentidos, mas mais notavelmente na natureza das imagens escolhidas. Aqui encontramos, em vez de faces icónicas, imagens de *stock*, *memes*, ilustrações e fotografias sem aparente significado, tais como um cão ou uma carrinha pão-de-forma. Estes recortes viajam por um espaço virtual colorido, quase infantil, transitando entre cenas visualmente distintas: um foguetão atravessa o céu por cima de uma rapariga e de um extraterrestre; duas bananas com um gato que usa óculos de sol cruzam-se, um pato de borracha amarelo atravessa o ecrã com um fundo azul claro – estes são exemplos de algumas sequências do vídeo. Se tentarmos ler estas imagens como lemos as do outro grupo teremos grandes dificuldades em deduzir algum tipo de

comentário social. As imagens são aparentemente inócuas e inofensivas, não nos “dizem” grande coisa. No entanto, diria que este vídeo pode igualmente causar estranheza no observador, e também não é arriscado dizer que ele demonstra uma atitude humorística e possivelmente irónica. Remetendo para a sinopse do grupo, percebemos exatamente isso:

A Good Life representa-se pelo vídeo como uma paródia dos seus próprios conceitos base, a Good Life não é representada pelo excesso de posses ou pela qualidade de vida mas sim pelo absurdo, pelo humor, pela partilha da piada interna da qual todos estamos a par, dos memes, gifs, e de tudo o que nos une quando o resto do mundo parece sombrio e hostil. O vídeo assume-se, perante a visualização de outros, associados a quem o usa como fundo, como uma ferramenta comunicativa, que transmite humor, alegria, e momentos nonsense a quem quer que seja que nos dirigimos, criando uma sensação de pertença num mundo simultaneamente ligado e afastado.

Se o vídeo anterior pretendia fazer questionar, este vídeo pretende fazer sentir, mais especificamente, *sentir bem*. A preocupação principal é com a sensação causada, que deve ser positiva. Esta sensação emergirá, segundo os autores, das soluções formais e de um reconhecimento de certas referências (a “piada interna” ou *inside joke*). Depreende-se então que apesar da simplicidade universal da sua linguagem, o vídeo recorre a códigos que nem todos os observadores saberão interpretar. Nesse sentido, vemos o humor e o absurdo referidos diretamente na descrição dos autores, que também fazem questão de remeter para o universo de formatos da Internet (*memes* e *gifs*). Há, por fim, um olhar sobre contrastes, neste caso entre o mundo virtual do vídeo (tendencialmente positivo) e a realidade exterior (caracterizada como “sombria” e “hostil”). Este vídeo bem-disposto é necessário porque o peso da realidade precisa de ser aliviado – a celebração da *good life* revela então um *dark mood*, uma visão sombria do mundo que pode ser, de alguma forma, redimida nos espaços da virtualidade.

Resta-me, por fim, fazer um comentário geral ao conjunto dos dois vídeos. Neles vejo usada uma linguagem crua, que pouco ou nada tem a ver com o que muitas vezes se imagina ser a “identidade” do trabalho de um estudante de Belas-Artes. Essa imagem pré-concebida, com alguma legitimidade, do trabalho destes estudantes diz mais sobre algumas tendências do design de comunicação a nível global do que acerca da faculdade. De facto, a identificação de uma linha transversal que permite unir o trabalho dos alunos das Belas-Artes revela as afinidades com estas tendências ou, por outras palavras, em que corrente de pensamento e ação sobre o design se insere esta escola em particular. Eu próprio esperava que a “linguagem” das Belas-Artes, ou pelo menos o que eu conhecia dela do meu próprio tempo na faculdade, surgisse aqui de forma bem nítida. Mas não foi isso que aconteceu e as soluções formais de ambos os grupos aproximam-se muito mais de uma certa linguagem da Internet, dos *memes*, do

“propositadamente mau”, do Microsoft Paint e dos fóruns e *image boards*. Este facto deve muito às limitações de tempo, que impedem abordagens técnicas por demais complexas. Mas também diz algo acerca da liberdade para trabalhar e do que é feito com ela, como me foi confirmado pelos próprios participantes, que não imaginam serem capazes de implementar semelhantes abordagens nos seus projetos académicos. A linguagem crua não é sinónimo de desleixe, mas sim uma escolha projetual que se adequa perfeitamente ao enunciado – os participantes adequaram os vídeos à sua plataforma de exibição (a videochamada), privilegiando a repetição, o uso de imagens grandes e de leitura fácil, cores vivas e o suscitamento de uma reação do observador imaginado.

3.6. Publicação dos resultados

Os resultados desta experiência etnográfica serão publicados no meu blogue Biomorphism¹⁸, que está alojado na plataforma Wordpress. É possível ver a forma final deste artigo no ANEXO J, sob a forma de capturas de ecrã. O artigo consiste numa adaptação resumida do texto deste relatório, na qual omiti detalhes processuais e formalidades do discurso académico, de forma a torná-lo mais sintético e acessível a um público abrangente. Ainda assim, trata-se de um artigo extenso, dividido em várias páginas por motivos de conveniência na leitura. Outro aspeto importante desta apresentação é a possibilidade de acompanhar o texto com os materiais visuais produzidos durante o *workshop*, em particular os vídeos. Optei por apresentar o trabalho nesta plataforma por considerar que ele se enquadra com a minha investigação prévia nas áreas do design e da cultura visual, tendo inclusive já publicado neste blogue outros textos realizados no âmbito da componente letiva do Mestrado em Antropologia.

3.7. Comentário

3.7.1. Balanço final

Fechando este relato da prática etnográfica do meu projeto devo começar por me referir novamente às circunstâncias excecionais em que tudo decorreu. Ao contrário do que se possa imaginar, não foi particularmente difícil para mim encontrar formas de imaginar e pôr em curso um projeto etnográfico. Em todas as fases do projeto tive a colaboração que precisava da parte das minhas orientadoras, da Faculdade de Belas-Artes, dos seus funcionários e dos participantes do *workshop*. A maior dificuldade colocada pela pandemia à minha investigação acontece no plano teórico. Já tinha essa suspeita antes do *workshop* e depois ela ficou para mim confirmada: a prática do design de comunicação que eu me propusera a investigar está a ser profundamente

¹⁸ <https://biomorphism.blog/>

afetada pela pandemia e as consequências deste processo são ainda desconhecidas, sem sabermos se resultarão num estado provisório da prática ou se configuram, de facto, um “novo normal”. Esta condição põe ainda mais em causa a minha possibilidade de fazer grandes generalizações a partir desta etnografia. Ao mesmo tempo, novas oportunidades surgem. Nestas transformações, a importância da Internet no trabalho em design é por demais evidenciada, os praticantes estão mais conscientes dela e são forçados diariamente a questionarem-se sobre a sua prática e existência digital. Isto significa que talvez esta etnografia não seja a janela para a prática do futuro que eu imaginava, mas poderá ser um retrato relevante de um momento de enorme significância para o design, como é para a civilização em geral. Tal situação não me obriga a desviar da questão inicial acerca da existência de um *habitus* da Internet na prática contemporânea do design de comunicação, mas incita-me a colocar o foco sobre processos do presente, marcados por uma crise global que não pode nem deve ser ignorada na minha análise, independentemente das transformações futuras que muito provavelmente surgirão da incerteza deste período histórico. Como referi anteriormente, posso considerar esta experiência etnográfica um sucesso em perspectiva das minhas expectativas e das dificuldades colocadas. Este sentimento é partilhado pelos participantes, de acordo com o testemunho dado pelos mesmos no balanço final realizado em conjunto.

3.7.2. Temas emergentes

Fundamento adicionalmente a consideração de que a etnografia é um contributo positivo e importante para o meu projeto com a constatação de que esta me propôs diferentes e estimulantes vias para prosseguir o meu estudo. Era uma premissa inicial deste *workshop* a sua capacidade de produzir dados para análise de fenómenos concretos que confirmem ou neguem a existência de um *habitus* da Internet na prática contemporânea do design de comunicação. Estes dados foram abundantes, correspondendo à minha expectativa. Os subtemas que poderia retirar desta experiência são muitos, mas num esforço de síntese, encontrei duas dimensões nas quais o *workshop* foi particularmente sugestivo: 1) as estruturas de sentimento do mundo *online* – o trabalho de design com as imagens da Internet (fontes, referências e contextos); 2) a Internet no ensino e aprendizagem do design: métodos, ferramentas e perspectivas sobre a profissão. Como se pode verificar, estes dois grandes campos cobrem a maior parte dos assuntos que dominaram os debates, quer por minha iniciativa, quer por contributo dos participantes. São também dois campos temáticos facilmente relacionáveis com os resultados dos exercícios práticos.

O primeiro ponto é aquele que pretendo aprofundar na resposta às três questões lançadas na revisão de literatura. Antes de o explicar, devo dizer que o segundo ponto remete para a dúvida que eu tinha acerca da importância da Academia na prática do design destes alunos ou, por outras palavras, que papel desempenha a Academia na sua perceção desta prática. Este tema acabou por se revelar incontornável, mais do que esperava. Considero, no entanto, que as

observações acerca da condição de estudante destes praticantes podem informar, quando necessário, a exploração temática do primeiro ponto. Ainda assim, é certamente uma via de pesquisa que merece ser explorada. Apoiando a minha análise do primeiro ponto, tenho um grande corpo de imagens e de reflexão sobre as mesmas, além de uma genealogia das intervenções práticas sofridas e das relações estabelecidas com quem as usou. Esta decisão encaminha-me para uma prática “incompleta” do design, onde por exemplo não figura o trabalho da tipografia, da edição de texto, do desenho de identidade, da produção de objetos impressos, entre muitos outros. Contudo, o trabalho com as imagens expõe ações elementares da comunicação visual, neste contexto diretamente ligadas à utilização da Internet, não só no design, mas na vida quotidiana dos designers. Contextualizo e desenvolvo esta problemática de forma mais aprofundada no capítulo seguinte.

4. Três respostas

4.1. O *habitus* da Internet no design de comunicação

Começámos por perguntar se esta etnografia confirmaria a existência de um *habitus* da Internet no design contemporâneo, aceitando a premissa explicada na revisão de literatura sobre a capacidade de a Internet produzir um determinado *habitus* nos seus utilizadores. Considero que esta possibilidade ficou confirmada no que diz respeito ao grupo que participou no *workshop*. Este *habitus* manifesta-se em primeiro lugar nas ferramentas de pesquisa e trabalho utilizadas, num processo constantemente marcado pela mediação do ecrã. Naturalmente, no decorrer deste *workshop* as ferramentas usadas seriam *online*, fruto do *briefing* entregue, mas os debates confirmam que esta é a forma habitual dos alunos trabalharem, bem como a dos seus colegas. As imagens que populam os trabalhos analisados são obtidas maioritariamente em pesquisas no Google, no Pinterest ou em blogues e *websites* dedicados ao design e à cultura visual (mas não só). Muitas vezes, as imagens usadas surgem sem contexto ou com contexto reduzido e nem sempre os alunos fazem um esforço adicional para o conhecer.

Podemos aqui olhar para os exemplos de uma imagem escolhida por um dos alunos, a capa de um disco da banda alemã Kraftwerk, que o aluno desconhecia por completo, ou a imagem de uma guerra que o aluno não sabia identificar. Isto não significa que a relação dos alunos com as imagens seja puramente estética, mas as ideias, conceitos, sentimentos e contextos aparentam ser mais evocados pela interpretação do aluno do que pela pesquisa de informação. Acredito que a forma como a Internet apresenta as imagens sob a forma de *thumbnails* (miniaturas) ou em galerias com legendas curtas (muitas vezes incompletas ou erradas) promove este tipo de interação com a visualidade. Para lá das imagens, a pesquisa *online* também é privilegiada no momento de encontrar fontes tipográficas, recursos gráficos como *templates* ou conteúdos textuais que figuram nos projetos académicos. Depois de serem encontrados e descarregados, estes elementos visuais e textuais podem seguir um percurso ainda no campo *online*, por exemplo em *chats*, serviços de armazenamento ou em plataformas colaborativas como o *Miro*, antes de serem finalmente processadas nos programas usados *offline* (mas que tiveram de ser descarregados da Internet, amiúde recorrendo à pirataria, por causa dos elevados custos dos mesmos).

Para estes alunos, a Internet não é apenas um depósito onde vão buscar conteúdos, mas também conhecimentos. Num curso por eles considerado tendencialmente teórico, o conhecimento técnico específico da profissão é muitas vezes adquirido em tutoriais *online*, seja em formato textual ou audiovisual, na maior parte das vezes de forma gratuita. É também na Internet que os alunos se informam acerca de tendências do design em blogues e revistas, onde lêem crítica e história da disciplina, onde apresentam os seus portefólios e acompanham os portefólios dos colegas e de profissionais que servem como inspiração. Isto perfaz um processo

de trabalho que, pelo menos numa primeira fase, é eminentemente marcado pelas idiossincrasias da Internet e dos seus utilizadores.

Para além do campo do trabalho em design, a Internet é um espaço onde estes alunos passam grande parte do seu tempo na vida quotidiana. É lá que acompanham as notícias, que encontram filmes, séries ou música que podem ver, ouvir e/ou adquirir legal ou ilegalmente, representando um enorme e imediato acesso à cultura e à informação. Estas atividades são realizadas regularmente em simultâneo com o trabalho e é assim inevitável que estes dois usos da Internet se influenciem mutuamente. Este facto torna-se ainda mais relevante quando temos em conta as relações sociais estabelecidas na Internet, através das redes sociais ou de canais de comunicação como *email* ou as mensagens diretas. Estas relações, como foi destacado por alguns participantes, dependem também da Internet, mas fora dela – o exemplo mais vívido refere-se à quantidade de vezes em que conversas cara-a-cara consistem em mostrar coisas que se encontrou na Internet. Tudo isto significa que uma conversa sobre trabalho não é exclusivamente sobre trabalho, que uma pesquisa casual por notícias ou filmes para ver pode reverter para um trabalho académico e, acima de tudo, que o tempo passado na Internet por lazer é tempo investido na aquisição de um capital digital que será extremamente útil na Academia e, futuramente, no mundo profissional.

Confirma-se que existe um *habitus* da Internet no design contemporâneo porque a sua prática depende hoje da Internet para acontecer, desde o momento de formação, promovendo determinadas maneiras de trabalhar que se distinguem dos velhos métodos analógicos, promovendo diferentes relações com as imagens, que são hoje mais abundantes e descontextualizadas, e contribuindo para uma ainda maior difusão da fronteira entre a vida pessoal e académica, entre o trabalho e o lazer.

4.2. Estruturas de sentimentos *online*: maneiras de fazer

Para além dos fatores identificados no ponto anterior, propusemo-nos a olhar para a produção das estruturas de sentimentos para verificar se esta também é afetada pelo *habitus* da Internet. Tal como esperava, também podemos confirmar este facto após a etnografia. A mais notável observação que podemos aqui fazer diz respeito aos universos de referências construídos pelos alunos, aos quais recorrem regularmente no momento de elaborar trabalhos académicos, em particular quando os temas dos mesmos não são restritivos. Vemos que, além de as imagens surgirem muitas vezes descontextualizadas e dependentes da interpretação de quem as usa, elas também se referem a um universo particularmente limitado, emergente da cultura *mainstream* e comercial, regularmente com um pendor irónico, mas refletindo uma certa uniformização dentro do grupo que participou no *workshop*. Este facto chegou a ser apontado durante os debates pelos participantes: os alunos muitas vezes acreditam construir universos de referências únicos e pessoais, mas ao recorrerem às mesmas plataformas, ao consumirem os

mesmos objetos culturais, ao participarem nos mesmo círculos sociais e profissionais e ao tentarem ser diferentes da mesma forma, acabam por não se distinguirem uns dos outros.

No universo de imagens trabalhado neste *workshop*, que inclui as imagens dos projetos académicos e aquelas escolhidas no decorrer do *workshop*, podemos observar essa homogeneidade. Mais do que o significado que cada imagem tem para quem a usou, podemos perceber uma ideia coletiva de cultura da Internet, referente a *memes*, linguagens visuais *naif* e/ou sarcásticas, figuras mediáticas e objetos da cultura de massas. Com pontuais exceções, não é possível dizer que aqui se encontra uma seleção que só um designer poderia fazer, ou que remeta para o contexto local que estes alunos vivem. Em vez disso vemos um reflexo da cultura global *mainstream*, que pode até ser abordada criticamente nos debates, reflexões e sinopses produzidos, mas não tanto nos objetos visuais resultantes dos exercícios propostos. Este facto é relevante pois foi dada grande liberdade aos participantes na escolha e trabalho das imagens. De facto, até foi realçado pelos alunos que estes foram bons exercícios para os libertarem das constrações habituais dos projetos académicos, dando a entender que, pelo menos em certos momentos, é isto que eles querem fazer. Se antes falámos de um *habitus* da Internet no design contemporâneo, neste grupo poderíamos dizer que tal *habitus* existe, mas é mais da Internet do que do design, no sentido em que os participantes não seguem caminhos conceptuais ou técnicos (no campo da pesquisa) por demais diferentes do que é encontrado na generalidade dos jovens que usam a Internet hoje em dia. Isto não quer dizer que tal indistinção seja verdade em todos os momentos do trabalho realizado em design, mas a observação circunstancial deve-nos fazer questionar até que nível a literacia visual e conceptual dos jovens designers se diferencia da generalidade da população – uma questão por demais relevante quando o desafio da literacia visual é uma pedra basilar do design numa era de imagens.

Esta forma de interagir com as imagens de um mundo de imagens reverte, por sua vez, para a formação de determinadas imagens mentais do mundo, de determinadas estruturas de sentimentos. E estas imagens do mundo são, também elas, tendencialmente pessimistas e marcadas pela ironia, muitas vezes capazes de perceber o otimismo apenas de forma cínica. A imaginação que os participantes revelaram não aparenta ir além do *zeitgeist* sentimental do nosso tempo, pelo menos entre os jovens: uma ausência de futuro que pesa sobre o presente, onde não existem alternativas reais ao *status quo*. Neste cenário, os objetos do *status quo* são adotados e apropriados, reproduzindo novamente as linguagens dominantes. O pessimismo latente face ao futuro é mais óbvio nas questões relativas ao ambiente e nas questões relativas ao futuro profissional dos jovens designers. Nesta última situação observa-se uma resignação perante um horizonte de exploração laboral e os participantes não falam do que gostariam de fazer, dos seus sonhos ou ambições pessoais e profissionais, mas antes daquilo que terão de fazer, dos sacrifícios que se avizinham e das conceções que se agigantam como uma inevitabilidade.

4.3. Práticas etnográficas sobre design, influenciadas pelo design

A última questão colocada nesta pesquisa tem a ver com a aplicação de métodos etnográficos e conceitos antropológicos numa investigação em design. A revisão de literatura demonstra como este cruzamento tem sido bastante fértil em ambas as direções e, como tal, o objetivo não seria apenas afirmar a pertinência ou validade deste movimento teórico-prático de aproximação entre as disciplinas. Vimos já que o design influencia a antropologia e é influenciado por ela das mais diversas formas. Por isso, interessa aqui verificar como é que esse cruzamento se pode materializar em projetos concretos, adaptados a um contexto específico. Além do contexto local e temporal da investigação, situamo-nos num campo da juventude e do ensino académico, que acarreta as suas próprias necessidades específicas. A mais importante de todas é que olhamos aqui para uma prática em construção. Claro que podemos argumentar que mesmo um profissional leva a cabo uma prática em construção, mas essa condição é obviamente mais relevante no caso de estudantes académicos, que se defrontam (no caso deste grupo) com a primeira instância de aprendizagem específica no design de comunicação. Isto significa que estamos a olhar não só para práticas como para concepções mentais num momento crítico da sua formação.

Esta ponderação da Academia na investigação foi uma preocupação inicial do projeto, tendo eu acabado por decidir que este tema do ensino académico não viria a constituir um tópico de análise por si só, sendo antes transversal a todas as outras considerações. Com isto teremos sempre de ter em conta que estamos no campo do ensino e da aprendizagem, da pedagogia em meio académico, dos processos em curso, incompletos, inacabados, sempre mutáveis. A pesquisa bibliográfica dirigiu-me para o trabalho com estudantes porque aí encontramos uma espécie de grau zero da prática, que abre também portas à especulação sobre a prática futura, não nos limitando ao que está acontecer agora.

Este projeto confirma, a meu ver, a utilidade científica de abordar o design através da etnografia. As ferramentas e metodologias etnográficas, por um lado, são capazes de desmontar os processos práticos e mentais dos designers, através da descrição, do acompanhamento próximo dos praticantes e da libertação da especificidade da disciplina, permitindo analisar o design em contexto de toda a complexidade da vida humana em sociedade. Por outro lado, o design enriquece este processo com a sua produção de artefatos visuais que podem ser analisados posteriormente – aqui falamos não apenas de resultados finais, mas de todos os elementos que são gerados num processo de design, tais como esquemas ou protótipos.

Saindo da especificidade do design, podemos ver esta disciplina na sua aceção mais abrangente, como a capacidade humana de projetar, aqui aprofundada por praticantes especializados. Entrando no campo do ensino, podemos observar as bases elementares da disciplina e os processos de aquisição das maneiras do fazer em design. Enquanto investigador,

posso afirmar que este cruzamento me permitiu chegar a questões mais profundas do design e da comunicação visual que anteriormente não tinham feito parte da minha reflexão sobre a disciplina. O mesmo foi afirmado pelos participantes, que consideraram muito relevantes os temas antropológicos trazidos para este projeto, permitindo-lhes olhar de fora para a sua área de formação, relevando especificamente a sua dimensão política e sociológica, o seu impacto na vida dos outros e do ambiente que nos rodeia.

Considero que a maior virtude desta abordagem foi, neste contexto específico, libertar o design dos seus vícios discursivos e metodológicos, da sua dificuldade em lidar frontalmente com as consequências imprevistas da prática e de algum desdém pelas dimensões informais da comunicação visual (por outras palavras, o design não profissional). Conceitos como as estruturas de sentimentos, a improvisação na prática ou a vida social fomentaram discussões acesas e produtivas, com as quais os participantes se envolveram dedicadamente, revertendo visivelmente para a prática, mais durante o processo do que nos resultados finais que, sem contexto, não evidenciam grandes reflexões sobre os temas. Por estes motivos, posso afirmar que a abordagem foi bem sucedida.

5. Conclusão

No que diz respeito às principais premissas desta investigação, podemos concluir que a etnografia levada a cabo confirma a existência de um *habitus* da Internet produzido nos seus utilizadores, algo que se estende, com as suas particularidades, à prática do design na contemporaneidade. Esse processo está a efetuar mudanças na forma como comunicamos visualmente, mudanças que passam pelos profissionais da imagem e da comunicação, cuja formação depende cada vez mais pela Internet. Esta observação é apenas um pequeno contributo para a constatação maior de que a Internet é um campo onde decorre a vida na atualidade para milhões de pessoas, não apenas um mero plano paralelo à realidade, mas uma dimensão completa e complexa dessa mesma realidade, que pode ser abordada com sucesso através da antropologia e do método etnográfico, prestando atenção a áreas específicas da prática e do saber, neste caso o design e a comunicação visual.

Embora esta investigação tenha sido altamente condicionada pelo contexto pandémico que a rodeou desde o início, considero que as condições excecionais em que decorreu revelaram aspetos que, de outra forma, poderiam permanecer na sombra. Senti isso sempre que conversei com os participantes, que foram capazes de refletir sobre a importância da Internet nas suas vidas num momento em que essa importância se exacerbou face ao isolamento social imposto. No meio de toda a convulsão, foi com grande entusiasmo, curiosidade e inevitável emoção que encarei este desafio. No final, vejo este projeto não apenas como o estudo de um tema, mas o registo de um momento. As suas conclusões talvez possam ser contrariadas por desenvolvimentos que não estarão muito longe de acontecer, mas acredito que o texto permanecerá como um documento válido da maneira como este grupo de pessoas pensou e agiu durante uma crise global sem precedentes nem certezas.

Sigo para lá deste projeto com conhecimentos acrescidos sobre o tema que me propus investigar, esperando que o mesmo possa ter utilidade para outros, contribuindo humildemente para o corpo teórico sobre design e cultura visual. Sigo com vontade de continuar a pesquisa, provavelmente fora da Academia. Mas sigo também preocupado com a forma como a Internet, além de todo o bem que trouxe à civilização, pode estar a acelerar processos de destruição do tecido social, a contribuir para a homogeneização cultural e do pensamento, para a exploração dos seres humanos e do meio ambiente e para um pessimismo que, por mais justificado que possa ser, parece conduzir à inação e à resignação, quando a experiência humana até agora mostra que há sempre algo que se pode fazer. Por isso me dirigi à prática, porque para mim a pergunta mais importante é a mesma de sempre: *o que fazer?*

6. Lista de Anexos

ANEXO A – Plano do *workshop*

ANEXO B – Exemplo de exercício

ANEXO C – Animação “World Wide Work”

ANEXO D – Classificação coletiva das imagens

ANEXO E – Captura de ecrã “Pinterest”

ANEXO F – Captura de ecrã “Miro”

ANEXO G – Exercício 1: *Moodboard*

ANEXO H – Exercício 2: *Background* (grupo *dark moods*)

ANEXO I – Exercício 2: *Background* (grupo *good life*)

ANEXO J – Artigo no blogue Biomorphism (capturas de ecrã)

7. Referências

- Appadurai, Arjun. 2013a. *The future as cultural fact. Essays on the Global Condition*. London: Verso Books.
- . 2013b. «The Social Life of Design». *The future as cultural fact. Essays on the Global Condition*, 253–67. London: Verso Books.
- . 2016. «Moodswings in the anthropology of the emerging future». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 6 (2): 1–4.
- Ardèvol, Elisenda, e Dèbora Lanzeni. 2017. «Ethnography and the Ongoing in Digital Design». *The Routledge Companion to Digital Ethnography*, editado por Larissa Hjorth, Heather Horst, Anne Galloway, e Genevieve Bell. New York: Routledge.
- Barab, Sasha a., Michael K. Thomas, Tyler Dodge, Kurt Squire, e Markeda Newell. 2004. «Reflections from the Field - Critical Design Ethnography: Designing for Change». *Anthropology and Education Quarterly* 35 (2): 254–68.
- Berlant, Lauren. 2011. *Cruel Optimism*. Durham and London: Duke University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1986. «The forms of capital». *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, editado por John G. Richardson, 241–58. Westport: Greenwood.
- . 1998. «The essence of neoliberalism». *Le Monde Diplomatique*, n. 2: 1–6.
- . 2013. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Budka, Philipp. 2011. «From Cyber to Digital Anthropology to an Anthropology of the Contemporary». *EASA Media Anthropology Network e-Seminar*.
- Coleman, E. Gabriella. 2010. «Ethnographic Approaches to Digital Media». *Annual Review of Anthropology* 39 (1): 487–505.
- Curtis, Adam. 2016. *HyperNormalisation*. UK: BBC.
- Filmer, Paul. 2003. «Structures of feeling and socio-cultural formations: the significance of literature and experience to Raymond Williams's sociology of culture». *British Journal of Sociology* 2 (54): 199–219.
- Ganti, Tejaswini. 2014. «Neoliberalism». *Annu. Rev. Anthropol* 43: 89–104.
- Gatt, Caroline, e Tim Ingold. 2013. «From Description to Correspondence: Anthropology in Real Time». *Design Anthropology. Theory and Practice*, editado por Wendy Gunn, Ton Otto, e Rachel Charlotte Smith, ePDF, 139–58. London: Bloomsbury Academic.
- Gershon, Ilana. 2011. «Neoliberal agency». *Current Anthropology* 52 (4): 537–55.
- Greenhouse, Carol J. 2010. «Introduction». *Ethnographies of Neoliberalism*, editado por Carol J. Greenhouse, 1–10. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gunn, Wendy, e Jared Donovan, eds. 2012. *Design and Anthropology*. EPDF. London: Ashgate.
- Halse, Joachim. 2013. «Ethnographies of the Possible». *Design Anthropology. Theory and*

- Practice*, editado por Wendy Gunn, Ton Otto, e Rachel Charlotte Smith, ePDF, 180–96. London: Bloomsbury Academic.
- Hart, Keith. 2004. «Notes towards an anthropology of the internet». *Horizontes Antropológicos* 10 (21): 15–40.
- Harvey, David. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Horst, Heather. 2012. «New Media Technologies in Everyday Life». *Digital Anthropology*, editado por Heather Horst e Daniel Miller, 61–79. London: Berg.
- Ignatow, Gabe, e Laura Robinson. 2017. «Pierre Bourdieu: theorizing the digital». *Information, Communication and Society* 20 (7): 950–66.
- Ingold, Tim. 2009. «The textility of making». *Cambridge Journal of Economics* 34 (1): 91–102.
- Ingold, Tim, e Elizabeth Hallam. 2007. *Creativity and Cultural Improvisation*. Oxford: Berg.
- Julien, Chris. 2015. «Bourdieu, Social Capital and Online Interaction». *Sociology* 49 (2): 356–
- Kjærsgaard, Mette, e Ton Otto. 2012. «Anthropological Fieldwork and Designing Potentials». *Design and Anthropology*, editado por Wendy Gunn e Jared Donovan, ePDF, 177–91. London: Ashgate.
- Laranjo, Francisco. 2016. «Automated Graphic Design». *Modes of Criticism*. 2016. <https://modesofcriticism.org/automated-graphic-design/>.
- Marcus, George. 1995. «Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography». *Annual Review of Anthropology* 24: 95–117.
- Marx, Karl. 2008. *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Expressão Popular.
- Mazzarella, William. 2004. «Culture, Globalization, Mediation». *Annual Review of Anthropology* 33 (1): 345–67.
- Miller, Daniel. 2017. «Interior Decoration – Online and Offline». *Design Anthropology: Object Cultures in Transition*, editado por Alison J. Clarke, ? – 2018, 169–77. London: Bloomsbury Academic.
- . 2018. «Digital Anthropology». *Cambridge Encyclopedia of Anthropology*, editado por Felix Stein, Matei Candea, Sian Lazar, Hildegard Diemberger, Joel Robbins, Rupert Stasch, e Andrew Sanchez, 1–16.
- Miyazaki, Hirokazu. 2010. «The Temporality of No Hope». *Ethnographies of Neoliberalism*, editado por Carol J. Greenhouse, 238–50. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Murphy, Keith M. 2016. «Design and Anthropology». *Annual Review of Anthropology* 45 (1): 433–49.
- Murphy, Keith M., e George E. Marcus. 2013. «Epilogue: Ethnography and Design, Ethnography in Design... Ethnography by Design». *Design Anthropology. Theory and Practice*, editado por Wendy Gunn, Ton Otto, e Rachel Charlotte Smith, ePDF, 251–68. London: Bloomsbury Academic.
- Nissenbaum, Asaf, e Limor Shifman. 2017. «Internet memes as contested cultural capital: The

- case of 4chan's /b/ board». *New Media and Society* 19 (4): 483–501.
- Ortner, Sherry B. 2011. «On Neoliberalism». *Anthropology of this Century*. 2011.
<http://aotcpress.com/articles/neoliberalism/>.
- . 2016. «Dark anthropology and its others: Theory since the eighties». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 6 (1): 47–73.
- Rabinow, Paul, e George E. Marcus. 2008. *Designs for an Anthropology of the Contemporary*. Durham: Duke University Press.
- Robinson, Laura. 2009. «A taste for the necessary: A Bourdieuan approach to digital inequality». *Information Communication and Society*.
- . 2011. «Information-channel preferences and information opportunity structures». *Information Communication and Society* 14 (4): 472–94.
- Sample, Ian. 2018. «What is the internet? 13 key questions answered». *The Guardian*. 2018.
<https://www.theguardian.com/technology/2018/oct/22/what-is-the-internet-13-key-questions-answered>.
- Sharma, Devika, e Frederik Tygstrup, eds. 2015. *Structures of feeling. Affectivity and the study of culture*. Berlin: De Gruyter.
- Sillitoe, Paul. 2018. «Some challenges of collaborative research with local knowledge». *Antropologia Publica* 4 (1): 31–50.
- Urciuoli, Bonnie. 2010. «Neoliberal Education». *Ethnographies of Neoliberalism*, editado por Carol J. Greenhouse, 162–76. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Wallace, Jamie. 2012. «Emergent Artefacts of Ethnography and Processual Engagements of Design». *Design and Anthropology*, editado por Wendy Gunn e Jared Donovan, ePDF, 224–35. London: Ashgate.
- Williams, Raymond. 2015. «Structures of Feeling». *Structures of feeling. Affectivity and the study of culture*, editado por Devika Sharma e Frederik Tygstrup, 20–25. Berlin: De Gruyter.
- Yurchak, Alexei. 2005. *Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation*. Princeton: Princeton University Press.