



**Folkcomunicação nas Redes Sociais na Internet:
O Paralelo Possível Entre as *Figureiras de Taubaté* e o *Snapguide***

**Agnes de Sousa Arruda¹
Marcelo Pires de Oliveira²**

Resumo

O presente artigo traça um paralelo entre os estudos sobre transmissão transgeracional do conhecimento na Folkcomunicação, apresentados por Marcelo Pires de Oliveira (2009) sobre o grupo *Figureiras de Taubaté*, com o grupo formado por usuários da rede social na internet *Snapguide*, que tem como premissa o compartilhamento de saberes entre seus usuários. O objetivo é descobrir se, acompanhando os fenômenos contemporâneos da comunicação de maneira geral, a Folkcomunicação, em especial, e o estudo sobre transmissão de saberes sob essa ótica de pesquisa também estão convergindo para o ciberespaço, e, se sim, como se dá essa manifestação, a fim de contribuir para os estudos sobre a Folkcomunicação e a internet.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Redes Sociais; Internet; *Figureiras de Taubaté*; *Snapguide*.

Introdução

Das definições acadêmicas e populares existentes para Comunicação, o ato de comunicar, uma delas parece despontar justamente pelo momento no qual se encontra a humanidade. Fundamentado, entre outros autores, na Teoria da Complexidade encabeçada por Edgard Morin³ e na Teoria da Mídia de Harry Pross⁴, Norval Baitello Junior (1998) afirma que os processos comunicativos são pontes entre dois espaços distintos; são vínculos criados entre emissores e receptores e que esses, por sua vez, cada dia mais ocupam ambos os papéis durante o processo comunicacional.

Ao homem, a comunicação é cara desde que ele se deu conta de seu caráter gregário e, portanto, social. Criando mecanismos de potencialização de suas mensagens, hoje a espécie

¹ Professora do curso de Comunicação Social da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC - SP); Mestre em Comunicação e Semiótica pela Universidade Paulista (UNIP - SP), Jornalista pelas Faculdades Integradas Teresa D'Ávila (FATEA - SP). E-mail: agnes.arruda@gmail.com.

² Professor Assistente do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC); Doutor e Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). E-mail: cameloti@uol.com.br.

³ MORIN, E. *Introdução ao Pensamento Complexo*. 4. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

⁴ Tradução da obra de 1972, *Medienforschung* (Investigação da mídia), feita por Norval Baitello Junior (1998)



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

vive uma expansão quase sem limites da transmissão de sinais, que atravessa oceanos e vence o tempo e o espaço. É neste momento, também, que o processo de digitalização da vida humana social se dá quase por completo.

No mundo, conforme aponta o site *To Be Guarany*⁵, o número de usuários de computador, hoje, supera os 2 bilhões. O site ainda aponta que, dia a dia, cerca de 500 mil pessoas entram pela primeira vez na internet. O microblog *Twitter*⁶ registra aproximadamente 200 milhões de postagem na rede diariamente; a cada minuto são disponibilizadas 48 horas de vídeo no *YouTube*; e a cada segundo um novo blog é criado. 70% das pessoas consideram a internet indispensável. Outro dado do site é que, em 1982, havia 315 sites na internet. Hoje esse número ultrapassa os 175 milhões.

Pesquisa divulgada pelo IBOBE Media no final de 2012⁷ informa que, só no Brasil, 94,2 milhões de pessoas já estavam, à época, conectadas à rede mundial de computadores. O relatório considerou pessoas com mais de 16 anos com acesso em qualquer ambiente, (domicílios, trabalho, escolas, *lan houses* etc.), além de crianças e adolescentes de 2 a 15 anos com acesso domiciliar. Os dados representam crescimento de 8,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Outro dado interessante apresentado pela pesquisa é o de que no País existem 65,4 pontos de 3G conectados, um crescimento de 60% entre janeiro e agosto daquele ano. Reflexo disso se dá nas formas de acesso à rede: 80% vêm de aparelhos 3G, 10% de computadores com modems 3G e outros 10% relacionados a terminais como máquinas de cartões de crédito e débito habilitadas pelas operadoras. A banda larga fixa cresceu 17% em um ano e fechou o terceiro trimestre de 2012 com 18,6 milhões de acessos. Considerando os dados expostos, pode-se dizer que a mobilidade, de fato, chegou aos brasileiros.

Nesse contexto, torna-se natural a convergência de hábitos do mundo off-line (concreto) para o ciberespaço, como aponta Henry Jenkins (2009, p. 343). A convergência, no entanto, não é uma simples transposição. Ela obedece características específicas do universo online. Para o

⁵ Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a internet no Brasil. Disponível em <http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php>. Acesso em 18 mai. 2013.

⁶ A principal rede de microblos da internet (www.twitter.com).

⁷ Publicada na revista Info Exame (2013).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

autor, a cultura da convergência é “onde as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisível”.

Jenkins e outros autores, entre eles Pierre Lévy, afirmam que, num futuro muito próximo, será impossível até mesmo distinguir mundo real de mundo virtual, ou seja, que a humanidade estará conectada à internet de forma tão dominante, que não haverá essa diferenciação. Segundo Lévy (1999, p. 44),

o computador não é mais um centro, e sim um nó, um terminal, um componente da rede calculante. Suas funções pulverizadas infiltram cada elemento do tecno-cosmos. No limite, há apenas um único computador, mas é impossível traçar seus limites, definir seu contorno. É um computador cujo centro está em toda parte e a circunferência em lugar algum, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado: o ciberespaço em si.

Grupos, comunidades e redes sociais off-line também convergiram (e continuam convergindo) para o universo online. É o que afirma Raquel Recuero (2009, p. 102). Para a autora, os sites de redes sociais são “uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais. Sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet”. Recuero (2009, p. 116) ainda afirma que “o surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais”.

Interessante observar também que não estão fora desse processo os grupos da Folkcomunicação⁸. Conforme afirma José Marques de Melo (2006, p. 15), “capaz de potencializar o acervo cognitivo e a bagagem cultural dos grupos marginalizados e dos contingentes excluídos, a rede mundial de computadores propicia condições para a atualização dinâmica desta nova disciplina”.

⁸ Por Folkcomunicação entende-se o conceito desenvolvido por Luiz Beltrão em sua tese de doutorado de 1967, publicada em 2001 pela EdUPUCRS. O estudo pioneiro afirma que grupos às margens da sociedade, seja pela geografia, seja pela falta de acesso à cultura de uma maneira geral, traduzem os conteúdos que são produzidos pelos meios de comunicação convencionais para meios populares de informação. Tal processo se dá por manifestações das mais variadas; da simples tradução oral feita por trovadores a formas mais complexas, como a literatura de cordel.



No estudo, o pesquisador fez na internet um rastreamento de resultados acadêmicos sobre Folkcomunicação e, posteriormente, “do espaço ocupado pelos fenômenos tipicamente folkcomunicacionais, aqueles que sinalizam os objetos de estudo dos pesquisadores acadêmicos.” (MARQUES DE MELO, 2006, p. 10). O retorno foi animador, com resultados numerosos para os quatro gêneros folkcomunicacionais (oral, visual, icônico e cinético). O levantamento, de junho de 2005, trouxe quase um milhão de resultados, entre eles, para citar apenas alguns, conteúdos relacionados a lendas, xilogravuras, ex-votos e músicas populares.

A Transmissão Transgeracional dos Saberes... No universo off-line e no ciberespaço

Ao estudar, sob a ótica da Folkcomunicação, a transmissão transgeracional dos saberes em um grupo denominado *Figureiras de Taubaté*, Marcelo Pires de Oliveira (2009) constatou que, embora os suportes de comunicação das classes populares tenham se modificado ao longo do tempo, assim como vem acontecido com a comunicação de maneira geral, ainda mais após a revolução das tecnologias da informação, a oralidade ainda se manteve, à época, como principal ferramenta comunicacional daquele grupo. Segundo ainda o autor mantendo

um forte componente cultural e de localidade, isto é, a transmissão das informações entre as pessoas se reduz a áreas geográficas definidas e estreitas, não possuindo a capacidade de alargar os receptores da mesma forma que os meios de comunicação de massa. Por isso, os efeitos de sua comunicação ficam restritos à região e ao grupo populacional ao qual pertencem, sendo que, dessa forma, vão se apropriar dos suportes e dos meios disponíveis e conhecidos por esse grupo. (OLIVEIRA, 2009, p. 1)

No caso das *Figureiras*, entre os objetivos da comunicação oral do grupo estava a transmissão de um conhecimento único daquele convívio: a arte de moldar barro e transformá-lo em figuras decorativas, muitas com temática religiosa, que, comercializadas, geram sustento a muitas das famílias produtoras das peças.

Ainda de acordo com Oliveira (2009, p. 2), “a transmissão desses saberes tem a clara intenção de garantir a manutenção de uma técnica e forma de arte que, além de ser tradicional e popular, valoriza as raízes culturais locais e serve como resistência à globalização.”

O autor explica também que o processo de aprendizagem das *Figureiras* se dá no sistema não-formal. Nesse sistema, as informações são transmitidas entre as gerações através de conversas, brincadeiras, gestos e imitação de atitudes e de comportamentos e, embora visto



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

como brincadeira pelos membros mais novos do grupo, “o sentimento embutido em cada peça é o amor e o prazer de realizar uma obra” (2009, p. 6), afirma.

Oliveira fundamenta suas afirmações na obra de Almerindo Janela Afonso (2001), que explica que a escola é o campo da educação formal, enquanto que os demais espaços sociais (família, igreja, agremiações etc) fora da escola, são o campo da educação não-formal e informal.

O exemplo mais evidente pode ser dado pela educação familiar que, inscrevendo-se genericamente no campo da educação informal, continua a ser pensada como educação decisiva para a construção dos percursos individuais de escolarização. É, aliás, às particularidades da educação familiar e às suas relações (complexas e contraditórias) com a educação escolar que se reportam alguns dos contributos mais importantes da sociologia da educação como, entre muitos outros, os que podemos encontrar nos trabalhos de Pierre Bourdieu, ou os que foram estabelecidos e longamente aperfeiçoados por Basil Bernstein. (AFONSO, 2001 p. 31)

As diferenças entre a educação informal e a não-formal estão nos seus objetivos. Enquanto a primeira procura, dentro da família, preparar o indivíduo para as diferentes relações sociais da vida, a segunda tem por intenção prepará-lo para tarefas específicas da vida cotidiana que podem ser ou não remuneradas, e para isso necessitam de critérios e etapas claras e definidas de transmissão de saberes e de julgamento das habilidades adquiridas.

O trabalho de Oliveira (2009) traz ainda o detalhamento de que tal processo ocorre de maneira geral nos espaços de convivência familiar. A justificativa é porque as relações de parentesco geram uma aproximação e a consequente geratividade, que vem a ser

o sentimento e o envolvimento com a continuidade e o bem-estar da sociedade de um modo geral, isto é, a relação de proteção e troca de experiências entre as gerações que geram um sentimento de proteção e compromisso pelo bem-estar atual e futuro da próxima geração. (OLIVEIRA, 2009, p. 7)

O autor explica ainda que

Esse capital cultural também possibilita a venda de sua produção para uma grande diversidade de compradores que, ao tomarem conhecimento de sua arte, visitam a rua e seus artistas para adquirir as peças, o que estimula as novas gerações a reproduzirem as figuras mais procuradas para, assim, obterem seu sustento. O segundo eixo é a relação familiar, o contato diário e principalmente as relações de atenção e carinho entre os membros das parentelas, entre os mais velhos e as crianças, o que possibilita uma troca muito rica de informações. A troca de informações acontece a partir da imitação de gestos e atitudes, iniciando-se pela ajuda na pintura de peças já



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

moldadas ou no acabamento final das peças, até conduzir à obtenção do conhecimento da arte e da técnica figureira. (OLIVEIRA, 2009, p.10).

Por fim, Oliveira dá a noção de que a *figureira* atinge a maestria por vontade própria, quando decide deixar de ser uma ajudante para começar a produzir suas próprias peças.

Ora, se como visto anteriormente, pelas pesquisas apresentadas por Jenkins (2009) e Recuero (2009), a convergência de tradições e costumes do mundo off-line para o online é algo inerente à contemporaneidade, e que os fenômenos da folkcomunicação também passam por este processo, conforme afirma José Marques de Melo (2006), a transmissão transgeracional do conhecimento também pode estar convergindo para o ciberespaço. Verificar essa hipótese e apresentar as formas como ela se manifesta, suas características e desdobramentos, são os objetivos do presente trabalho, a fim de contribuir com os estudos da Folkcomunicação especificamente no ciberespaço.

Sendo assim, considera-se que, no processo de ensino-aprendizagem das *Figureiras de Taubaté* apresentadas por Oliveira (2009), destacam-se as seguintes características:

- O forte componente cultural
- O conhecimento de um grupo
- A manutenção de uma técnica específica
- O sistema não-formal de aprendizagem
- A geratividade
- O alcance da maestria

Procurou-se, assim, por manifestações que apresentassem as mesmas características do trabalho realizado pelo grupo *Figureiras de Taubaté*, só que na internet. Para tanto, foram usadas em sites de busca palavras-chave como *faça você mesmo*, *do it yourself* e *passo a passo*, que remetem ao universo de ensino-aprendizagem. A busca simples no *Google*⁹ resultou em aproximadamente 200 mil resultados, a maioria deles relacionados a blogs que

⁹ www.google.com



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

ensinam de tudo aos seus seguidores; de tutoriais de informática a manuais de montagem de móveis, passando por receitas culinárias e artesanato em geral.

Apesar da quantidade expressiva de resultados, e embora os blogs possuam sistemas de comentário e avaliação do conteúdo publicado, eles ainda obedecem ao modelo “emissor + meio + mensagem + receptor”, o qual, retomando os estudos de Baitello (1998), observamos estar se transformando em algo mais interativo e produtivo entre os agentes da comunicação, assim como o trabalho das *Figureiras de Taubaté*, que com a troca intensa de informações e experiências, resulta num sistema de ensino-aprendizagem não-formal capaz de levar um aprendiz ao status de mestre seguindo etapas definidas, mas que seguem o ritmo da cada aprendiz.

Nesse contexto, surge então o *Snapguide*¹⁰, uma rede social virtual formada por usuários do mundo todo. Entende-se, por rede social, o conceito apresentado por Recuero (2009), como um conjunto de dois elementos: os atores e as conexões existentes entre eles. Hoje, sites de redes sociais na internet são extremamente comuns e “amplificam a expressão da rede social e a conectividade dos grupos sociais.” (Recuero, 2009, p. 108).

Lançado como aplicativo para o iOS, sistema operacional dos *iPads* e *iPhones*, o *Snapguide* incentiva os membros a criarem e compartilhem seus saberes. Entre os temas mais recorrentes estão jardinagem, culinária, artesanato e moda. Entre os demais guias que aparecem na comunidade, alguns estão relacionados ao universo tecnológico em si, como por exemplo, tirar melhores fotos para publicar no *Instagram*¹¹, organizar os ícones do iPhone e afins.

Embora já disponível para navegadores, a eficiência do *Snapguide* está relacionada ao fato de as pessoas terem em seus celulares câmeras fotográficas e filmadoras cada vez mais potentes e com acesso à internet móvel cada vez mais facilitado, podendo fotografar ou filmar o passo a passo e postá-lo em instantes pelo próprio celular, adicionando apenas legendas às imagens.

No *About* da rede, pode-se encontrar a seguinte descrição em tradução livre:

Começamos *Snapguide* porque sabíamos que precisava existir uma maneira mais simples de criar, compartilhar e consumir conhecimento instrucional.

¹⁰ www.snapguide.com

¹¹ Rede social de compartilhamento de imagens que os usuários tiram de seus celulares (www.instagram.com)



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Nossa jornada começou quando um dos nossos co-fundadores aprendeu a fazer pão e quis compartilhar seu processo com seus amigos. Ele ficou surpreso ao descobrir o quão complicado era publicar um passo a passo que continha fotos e vídeos capturados em seu celular. Nós nos propusemos a criar um serviço que tornasse fácil o aprendizado e a inspiração coletivos. Nosso objetivo é dar às pessoas ferramentas simples para compartilharem suas conquistas on-line. Quando você publica um guia no *Snapguide* ele fica ótimo no celular, no tablet e também nas telas de desktop. Tente, nós adorariamos ver o que você tem que compartilhar! (SNAPGUIDE, About, 2013)

Além da descrição acima, o *Snapguide* orienta, em sua página de Diretrizes (também em tradução livre) seus usuários a serem:

- Autênticos
- Gentis
- Honestos
- Solícitos
- Colaborativos

Para fazer parte da comunidade, além da opção simples de cadastro na rede, o *Snapguide* permite que o usuário faça seu *login* aproveitando os perfis do *Facebook*¹² ou do *Twitter*. A ideia, neste caso, é que o usuário conecte-se não só com outros perfis da própria rede, mas que forme, dentro dela, uma rede ainda maior, trazendo seus amigos de outros ambientes também virtuais.

Uma vez dentro da rede, o usuário é incentivado a publicar seus guias, que serão vistos por outros membros do grupo que podem fazer comentários, qualificar, recomendar e salvar o passo a passo do amigo virtual em seu mural de referências. Ao todo o membro tem a opção de publicar o seu passo a passo em 11 seções distintas:

- Arts & Crafts; Automotive; Beauty; Desserts; Drinks; Food; Games & Tricks; Gardening; Home; Lifestyle; Music; Outdoors; Pets; Photography; Sports & Fitness; Style; Technology.

¹² A rede social mais influente da internet (www.facebook.com).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Os passo a passo publicados ficam à disposição de todos os membros da rede. No entanto, ao preencher seu cadastro e responder quais são suas áreas de interesse, você recebe automaticamente no seu *feed*¹³ atualizações relevantes dessas mesmas áreas. Por relevante, o *Snapguide* compreende aquele passo a passo que recebeu mais curtidas, comentários e recomendações. Outra forma dos guias publicados ganharem popularidade é semelhante às das demais redes sociais, ou seja, é o usuário ir acumulando seguidores e seguindo outros membros do grupo, além da quantidade de guias por ele publicados. Traduzindo, quanto mais passo a passo você publicar, mais eles serão vistos pelos outros usuários.

As características acima descritas dão conta de qualificar o *Snapguide* como um site de rede social híbrido entre o emergente e o de filiação (Recuero, 2009, p. 97-98), cujo primeiro está relacionado à criação e manutenção de laços fortes entre os atores da rede e o segundo está relacionado à estabilidade das conexões, mantidas por um sistema (o próprio aplicativo, neste caso), sem necessidade de interação social e de investimento de capital social. O fato da própria gestão do site incentivar a interação entre seus membros e a criação de passo a passo próprios, estimula a criação de comunidades¹⁴ dentro da própria rede e de laços fortes, fazendo com que a característica híbrida se sustente.

As imagens a seguir são reproduções do *Snapguide* que ajudarão na análise:

¹³ Do inglês “alimentar”, é o nome dado ao sistema de atualizações automáticas das páginas web.

¹⁴ “Trata-se justamente do centro [da rede social], que mantém um determinado grupo social coeso, porque é ali que existe o comprometimento, a organização e a predominância dos laços fortes.” (RECUERO, 2009, p. 146)



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

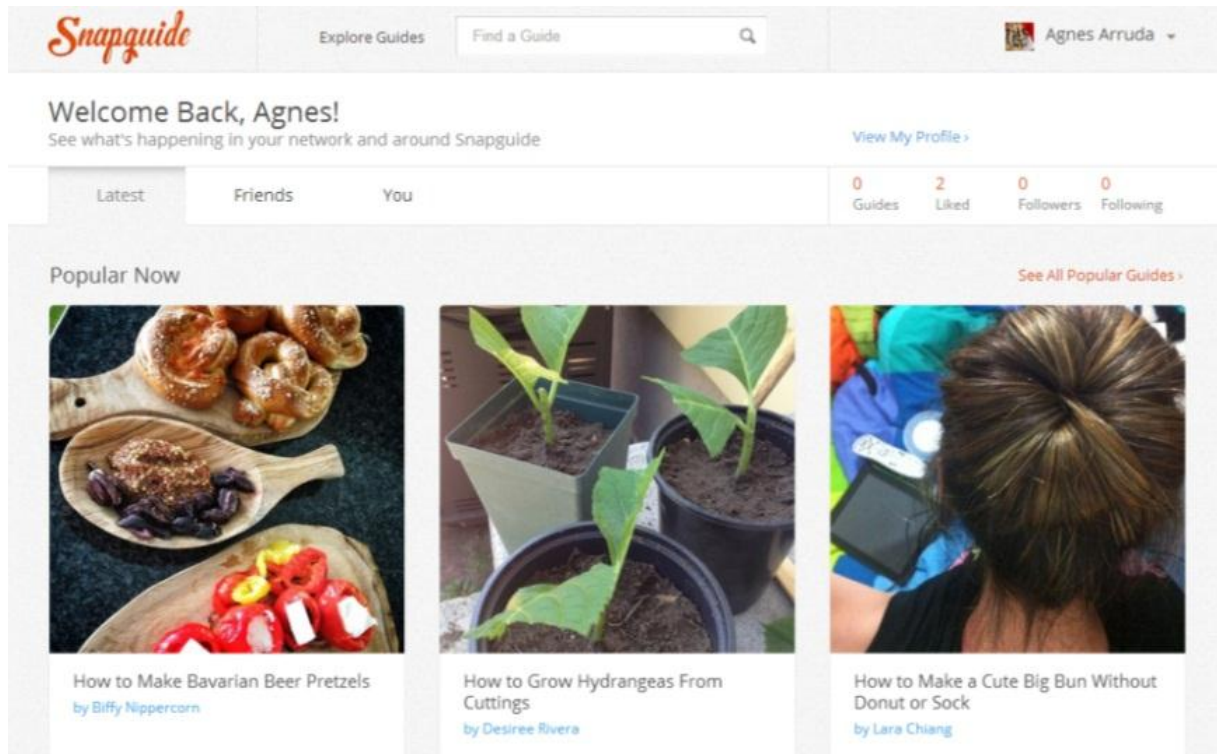


Imagem 1: Uma saudação amistosa cumprimenta o usuário e estimula a conhecer o que os amigos estão postando. O painel inicial também enumera (canto superior direito) quantos guias você já publicou, quantos guias você marcou como seus favoritos, quantas pessoas você segue e quantas pessoas seguem você. Há ainda um campo de pesquisa para que você busque por algum guia específico que esteja procurando.

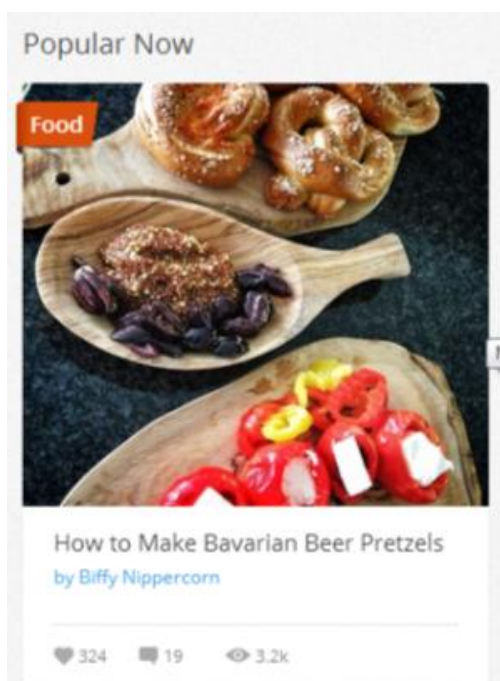


Imagem 2: Ao passar o *mouse* sobre um dos guias, o usuário recebe a informação de quantas pessoas adicionaram aquele guia como preferido, quantas pessoas comentaram naquele guia e um dado técnico: qual o peso daquele guia em Kbytes.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

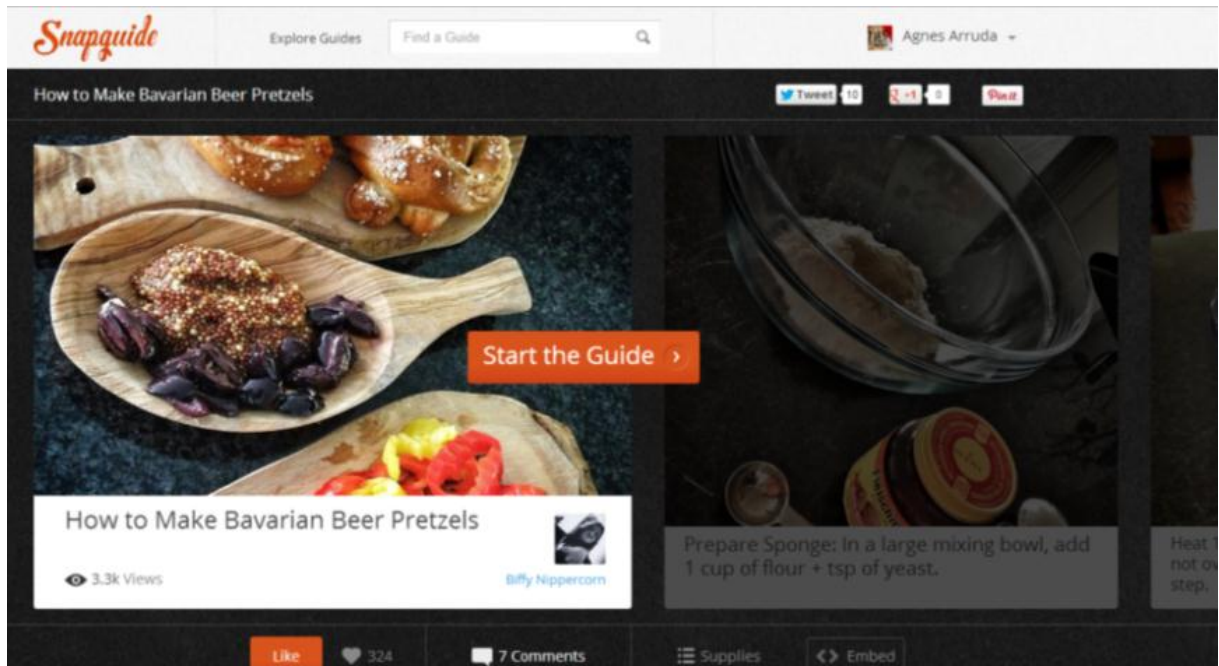


Imagem 3: Ao clicar no guia, o usuário vê maior a foto-destaque do mesmo, bem como quem foi o usuário que fez a postagem, além de repetir as informações de popularidade do guia. Há ainda (canto superior direito) botões de outras redes sociais na internet (*Facebook*, *Twitter*, *Google Plus*¹⁵ e *Pinterest*¹⁶), estimulando o compartilhamento da informação contida no guia.

¹⁵ Rede social na internet do gigante online Google(www.plus.google.com).

¹⁶ Rede social na internet para compartilhamento de imagens diversas (www.pinterest.com).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

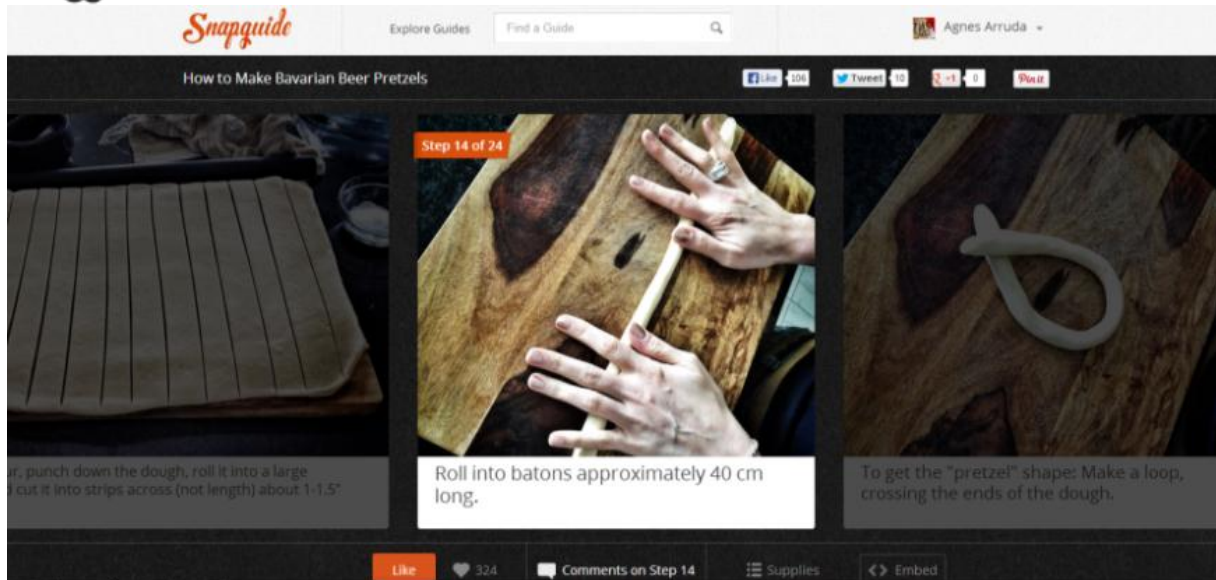


Imagem 4: O passo a passo segue com fotos extremamente explicativas de todo o processo, além de legendas simples, de fácil entendimento.

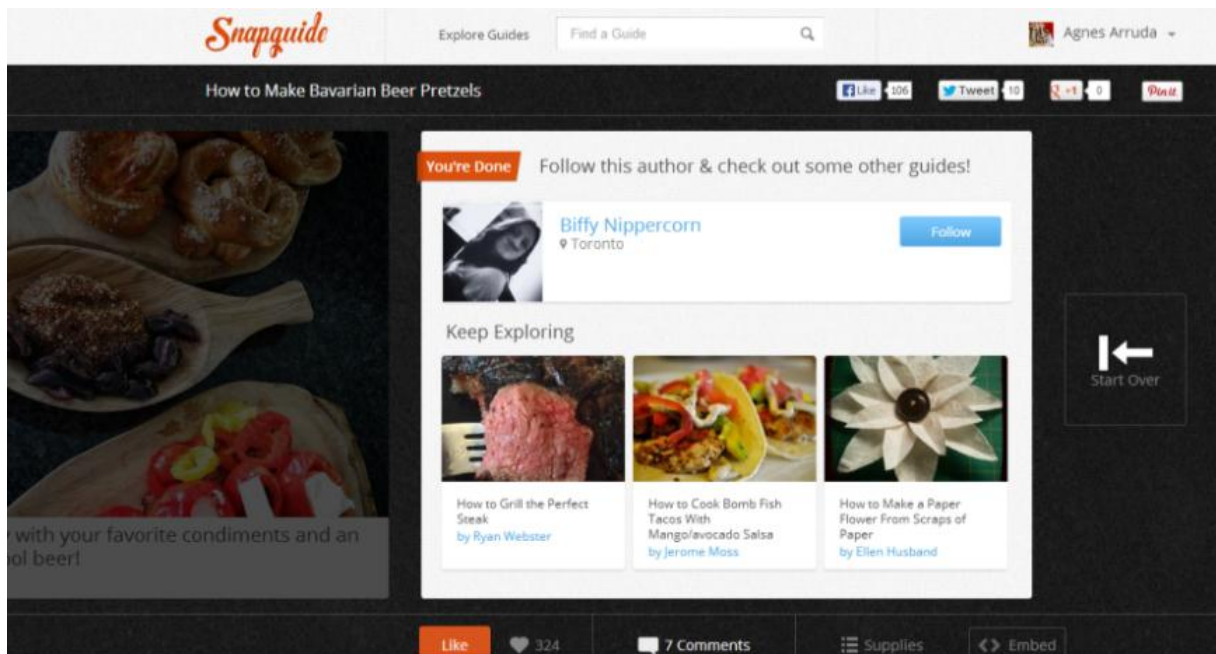


Imagem 5: Após concluir o passo a passo, o usuário é encaminhado a uma tela com link para o perfil do usuário que postou o guia em questão. A mensagem (tradução livre) “Siga este autor e confira outros guias” deixa claro que a intenção do projeto é estimular a troca de informação e conhecimento entre os usuários.



Figureiras de Taubaté e Snapguide, um paralelo extremamente possível

Encontra-se, no *Snapguide*, a manutenção das principais características anteriormente apresentadas como do grupo *Figureiras de Taubaté* em seu processo de transmissão transgeracional do conhecimento. São elas:

- O forte componente cultural e o conhecimento de um grupo
 - No exemplo apresentado, o guia ensinava a fazer um autêntico pretzel da Bavária; em outros guias, é possível encontrar técnicas de artesanato oriental, receitas italianas, dicas de moda dos parisienses, enfim, uma torre de babel de passo a passo. Ou seja, por ser formada por usuários do mundo todo, a rede social em questão traz um rico e amplificado acervo de conhecimentos culturais de grupos diversos.
- A manutenção de uma técnica específica
 - Ao criar um passo a passo na *Snapguide*, o usuário ensina para os demais a *sua* forma de fazer aquele determinado trabalho, compartilhando uma técnica que, até então, era detida apenas por ele e seu grupo.
- O sistema não-formal de aprendizagem
 - Não existem pontos, provas e testes aos quais os usuários do *Snapguide* serão submetidos; nem há a intenção declarada de preparar o usuário para uma atividade remunerada, apenas há o compartilhamento de informação. As etapas do processo, igualmente ao processo de transmissão de saberes são claras e definidas. As fotos atrativas e as legendas simples, muitas vezes com dicas e brincadeiras dentro daquele próprio universo, também podem ser consideradas como um sistema não-formal de aprendizagem, uma vez que estimulam o aspecto lúdico do fazer.
- A geratividade
 - Com a construção de comunidades dentro da própria rede, ou seja, com a segmentação por áreas de interesse, os sistemas de ranqueamento dos guias, comentários e participação mútua, tanto de quem publica o guia, quanto de quem aprende a lição, resultam na interação social, e na



geratividade, pois há uma preocupação com o crescimento da comunidade e do crescimento dos seus componentes.

- O alcance da maestria
 - Da mesma maneira que o aprendiz no grupo *Figureiras de Taubaté* decide que chegou o momento de se tornar mestre e produzir suas próprias peças, no *Snapguide* é o usuário que resolve quando começar a postar seus guias, começando assim um novo ciclo de ensino-aprendizagem entre seus seguidores e aqueles que ele segue.

Considerações finais

O presente artigo teve como objetivo investigar se, assim como tem acontecido com os fenômenos da comunicação convencional de uma maneira geral, a Folkcomunicação, em específico, e a transmissão transgeracional do conhecimento, também estão se convergindo para o ciberespaço e, se sim, como essa convergência se apresenta em suas formas e características.

Ao analisar o *Snapguide*, uma rede social na internet cujo objetivo é fazer seus usuários publicarem e compartilharem passo a passo dos mais variados, observou-se que as características da transmissão transgeracional do conhecimento, despontadas a partir do estudo de Marcelo Pires de Oliveira (2009) sobre o grupo *Figureiras de Taubaté* se mantêm na internet, criando assim uma nova forma de compartilhamento de informações.

Pode-se, assim, afirmar que o *Snapguide* é uma folkmídia e que seus usuários formam uma audiência folk; mas não uma audiência passiva, que apenas recebe as informações transmitidas por um agente folk, mas sim uma audiência de acordo com as características da comunicação contemporânea, na qual emissor e receptor, muitas vezes, se confundem, exercendo ambos papéis durante o ato de comunicar. Têm-se, aqui, os grupos procurando – e encontrando – uma linguagem e um meio adequado para se comunicar, trabalhando informações relacionadas ao seu conhecimento e sua sabedoria, por meio das redes sociais na internet.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Referências

- AFONSO, A J. Os Lugares da Educação. In: SIMSON, O R. M.; PARK, M.; FERNANDES, R. S. (Orgs.) Educação Não Formal – cenários da criação. Campinas: Editora da Unicamp, 2001
- BAITELLO, Norval. *Comunicação, Mídia e Cultura. São Paulo em Perspectiva*, v.12, nº.4, Out-Dez 1998. Disponível em < http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04_02.pdf>. Acesso em 18 mai. 2013.
- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- Brasil atinge 94,2 milhões de usuários de internet. Disponível em <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-atinge-94-2-milhoes-de-pessoas-conectadas-14122012-32.shl>>. Acesso em 18 mai. 2013.
- Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a internet no Brasil. Disponível em <http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php>. Acesso em 18 mai. 2013.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.
- MARQUES DE MELO, José. *Folkcomunicação na Era Digital. Razón y Palabra*, nº 49, Feb-Mar 2006. Disponível em <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/magis/Marques_demelo2.pdf>. Acesso em 18 mai. 2013.
- MORIN, E. *Introdução ao Pensamento Complexo*. 4. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- OLIVEIRA, Marcelo P. *A Transmissão dos Saberes das Figureiras de Taubaté*. In XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3028-1.pdf>>. Acesso em 13 mai. 2013.
- RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SNAPGUIDE. Disponível em <<http://www.snapguide.com>>. Acesso em 18 mai. 2013.