

## O Papel da Sociedade Civil na Governança da Mídia: o caso da Internet<sup>11</sup>

### The Role of Civil Society in Media Governance: the case of Internet

### El Papel de la Sociedad Civil en la Gobernanza de los Medios: el caso del Internet

Janara Sousa<sup>12</sup>

79

#### Resumo

A proposta deste artigo é discutir a existência de uma Governança global da mídia e apresentar suas características, os principais atores sociais envolvidos nesse processo e destacar o papel da sociedade civil. Para tanto, apresentamos como exemplo a já bastante conhecida Governança da internet compreendendo sua história e os arranjos de poder que os atores sociais conformam para que a rede tenha êxito. Como principais achados, apontamos que há uma Governança global da mídia marcada principalmente pelo forte poder dos Estados ditos desenvolvidos e das empresas privadas multinacionais. A sociedade civil, embora tenha o papel da resistência, tem muitos desafios nesse cenário para se tornar um ator decisivo nas tomadas de decisão ou mesmo na capacidade de influenciar outros atores.

#### Palavras-chave

Governança; Mídia; Governança da Internet; Sociedade Civil.

<sup>11</sup>Pesquisa realizada com o apoio da Fundação de Apoio a Pesquisa do Distrito Federal (FAPDF).

<sup>12</sup> Janara Sousa é jornalista, mestre em Comunicação e doutora em Sociologia, pela Universidade de Brasília (UnB) e Universidade de Barcelona, na Espanha. É também pós-doutora em Governança da Internet pela Universidade do Minho, Portugal. Atualmente, é professora do curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação, UnB. É fundadora do “Grupo de Pesquisa Internet e Direitos Humanos” e dos projetos de pesquisa e extensão “Escola de App: enfrentando a violência online contra meninas” e “Observatório Brasileiro de Violência Online”.

## Abstract

The purpose of this article is to discuss the existence of global media governance and to present its characteristics, the main social actors involved in this governance and the role of civil society. To do so, we present as an example the already known internet governance, including its history and the power arrangements that social actors make up for the network to succeed. As main findings we point out that there is a global media governance marked mainly by the strong power of the so-called developed countries and multinational private companies. Civil society, while playing the role of resistance, has challenges in this arena to become a decisive actor in decision-making or even in the ability to influence other actors.

## Keywords

*Governance; Media; Internet Governance; Civil Society.*

## Resumen

El propósito de este artículo es discutir la existencia de la gobernanza global de los medios de comunicación y presentar sus características, los actores sociales involucrados en la gestión y el papel de la sociedad civil. Se presenta como ejemplo la gobernanza de Internet comprendiendo su historia y los arreglos de poder que los actores sociales crean. Los principales hallazgos señalan que hay una gobernanza global de los medios marcada principalmente por el fuerte poder de los llamados países desarrollados y las empresas privadas multinacionales. La sociedad civil, aunque tenga el papel resistencia, tiene desafíos en este escenario para que se convierta en un actor clave en la toma de decisiones o incluso la capacidad de influir en otros actores.

**Palabras clave:**

Gobernanza; Medios de Comunicación; Gobernanza de Internet; Sociedad civil.

## Introdução

Na última década, tornou-se muito comum referir à palavra “governança” para indicar um sem-número de atividades que, por vezes, contribuem para tornar o conceito amplo demais ou até mesmo confuso. Em termos históricos, o conceito de governança emergiu na década de 1980, numa altura em que muitos Estados passaram a realizar atividades em parceria com organizações da sociedade civil e setor privado (Bevir, 2012).

Outro conceito que também ganha força mais ou menos na década de 1990 foi o de *multistakeholderismo*, o qual praticamente se tornou complemento obrigatório do termo governança. Um marco internacional que trouxe o tema da governança global *multistakeholder* para o espaço público foi a realização da ECO-92, a II Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, que aconteceu no Rio de Janeiro, Brasil. Tal conferência contou com a presença de 117 chefes de Estados e ficou conhecida como a maior reunião de chefes de Estado da história da humanidade. O objetivo da conferência era discutir o desenvolvimento sustentável e diminuir a degradação ambiental. Os países tiveram de negociar metas e prazos e foram signatários de vários tratados e acordos, entre eles a “Agenda 21”, documento com mais de 2.500 recomendações para preservação e proteção ambiental.

Nada obstante, o que diferencia a ECO-92 de outras tantas conferências de organismos internacionais feitas até então? A ECO-92 inovou na forma e na fórmula. Na forma porque, além de contar com uma presença maciça de chefes de Estados, cerca de 20 mil pessoas, representantes de mais de nove mil organizações não-governamentais participaram, durante o mesmo período da conferência, num evento paralelo: o Fórum Global, que teve como principal

documento a “Declaración do Rio”. A ECO-92 também inovou na fórmula porque, tendo em conta e extensiva transmissão do evento, o planeta de certa forma também participou da conferência. O encontro também foi palco de outra inovação. Pela primeira vez um grande evento foi transmitido via internet.

Com a aprovação deste projeto foi possível para a Alternex fazer uma atualização maciça de seus computadores, o que permitiu conectar à Internet todos os espaços da Rio-92, a sala de imprensa e o Fórum Global (evento paralelo para os ONGs que atraiu quase 9.000 ONGs de todo o mundo) (Knight, 2014, p. 31).

A ECO-92, por essas características acima referidas, ficou conhecida como um dos expoentes quando se trata de governança global: dirigentes mundiais acordaram que deveria haver um esforço conjunto para tratar de uma questão comum, o meio ambiente. Os esforços desconectados de países, comunidades e grupos tinham pouca eficácia. Era preciso haver uma ação coordenada global para proteção ambiental.

No ano de 1995, o conceito de governança ganhou reconhecimento a partir da publicação de um relatório feito pela Comissão em Governança Global da ONU. Segundo Nordenstreng e Hamelink (2007), o documento apresentava sugestões sobre como indivíduos e instituições, públicas e privadas, deveriam tratar questões comuns:

Para esta descrição do PNUD deve-se acrescentar que a governança deve ser entendida como um processo e não como um arranjo institucional. A novidade deste processo é que ao lado da representação do interesse público (como na formulação de políticas político-administrativa convencional) os interesses de outros atores sociais, como a indústria privada, comunidades e movimentos sociais locais também estão representados (Nordenstreng; Hamelink, 2007, p. 230).

Mas, como explicar o surgimento do tema governança quando havia outros arranjos institucionais, como as mesas de negociação dos organismos internacionais, teoricamente capazes de resolver problemas comuns? Para

Nordenstreng e Hamelink (2007), a resposta está na pressão para uma mudança de *locus* nas tomadas de decisão, que cresceu nas últimas décadas. Estes autores apontam para uma erosão do poder político e para a diminuição do papel do Estado, o que levou outros atores sociais não governamentais, tais como sociedade civil e setor privado, a contribuir diretamente para o debate das questões públicas.

Castells (2008) também considera que a globalização, bem como as novas tecnologias da comunicação e da informação, em especial a internet, mudaram o debate do domínio local para o global. Os Estados experimentaram uma forte crise de legitimidade e não são mais reconhecidos como capazes de solucionar sozinho questões planetárias: "Na última década, as pesquisas de atitudes políticas ao redor do mundo têm revelado ampla e crescente desconfiança dos cidadãos com relação aos partidos políticos, os políticos e as instituições da democracia representativa" (Castells, 2008, p. 82,).

A governança, portanto, diz respeito a esta possibilidade de várias classes de atores sociais participarem tanto do debate, quanto da tomada de decisão com relação a questões de interesse público. A literatura sobre o tema demonstra que este conceito ainda é alvo de controvérsias, já que é visto por diferentes grupos de maneira diferente. Por exemplo, segundo Nordenstreng e Hamelink (2007), para a sociedade civil, a governança é vista como global; para o mercado, é um modo de se requerer transparência; para as escolas de economia neoliberais, significa práticas regulatórias.

A grande questão, realçada por diversos autores (Hofmann et al., 2016; Nordenstreng & Hamelink, 2007), é que a governança é processual. Ou seja, não via a resolução imediata de uma questão, que se extingue diante de uma tomada de decisão. A ideia é que haja um processo de debates, tomadas de decisão,

acompanhamento, avaliação. Enfim, um ciclo que se renova pela contínua participação dos atores sociais envolvidos. "O denominador comum, porém, é que a governança é vista como um processo em que uma variedade de interesses são coordenados através de diferentes formas de redes e fóruns" (Nordenstreng; Hamelink, 2007, p. 230).

Bevir (2012) defende que o termo governança tem a ver com a partilha de poder dos Estados com atores não governamentais para soluções de problemas comuns. Logo, governança está centrada no fato do Estado ser um ator importante envolvido no debate e na tomada de decisões, mas não o único.

Governança refere-se, portanto, a todos os processos de governo, quer levados a efeito por um governo, por um mercado ou uma rede, quer através de uma família, tribo, organização formal ou informal, ou território, e quer sejam concretizados por meio de leis, normas, poder, ou linguagem. Governança difere de governo porque está menos focada sobre o Estado e suas instituições e mais sobre as práticas e atividades sociais (Bevir, 2012, p. 1).

O autor aponta algumas características de governança, com implicações relevantes para a discussão sobre o papel da sociedade civil. . Em primeiro lugar, a governança não é formal e monolítica, como o governo, por exemplo, ela é processual e aberta. Ela também combina um leque amplo de *stakeholders* e sua prática pode ser simultaneamente internacional, nacional e local. Na linha defendida por Bevir (2012), é cada vez mais comum encontrar na literatura sobre governança um crescente destaque é sociedade civil como um *stakeholder* fundamental. Vários autores reconhecem que, cada vez mais, os Estados se têm tornado dependentes das organizações da sociedade civil para solucionar problemas comuns, que vão do ambiente à gestão política, passando por várias áreas sociais como os media. O objectivo deste artigo é traçar, através de uma análise crítica da literatura que tem sido produzida, um enquadramento teórico que

permita problematizar a participação da sociedade civil em processos de governança no domínio da internet, procurando identificar os desafios e obstáculos à sua concretização.

### **Há uma governança global da mídia?**

A comunicação tornou-se central para as sociedades contemporâneas. Especialmente, desde o final do século XX, quando se começou a falar em Sociedade da Informação, reconhece-se o papel fundamental da comunicação para a vida em sociedade, que se tornou um bem essencial que transcendeu as barreiras nacionais. Para Van Cuilenburg e McQuail (2003), a origem das políticas de comunicação está precisamente na interação entre os interesses nacionais dos Estados e as operações comerciais das empresas do setor. Ainda segundo estes autores, a história das políticas em comunicação tem três fases principais: a primeira fase é a emergência da política da indústria das comunicações (segunda metade do século XX até a Segunda Guerra Mundial); a segunda fase é a da política do sistema de mídia pública (década de 40 até a década de 1980); e a terceira fase representa um novo paradigma nas políticas de comunicação, que começa a surgir a partir da década de 1990.

O objetivo final da primeira fase foi a eficiência. A segunda fase foi impulsionada pela democracia, enquanto a terceira fase busca o bem-estar nas esferas política, social e econômica. A terceira fase destaca também os princípios da liberdade de comunicação, do acesso à comunicação e do conceito dualista de controle e accountability (Nordenstreng; Hamelink, 2007, p. 230).

De acordo com estes autores, as políticas de comunicação foram vistas desde o início como regulação oficial, no qual o Estado era o ator principal, uma perspectiva que é impossível diante do novo paradigma, já que tais políticas não são mais uma atividade exclusiva do Estado e nem podem ser restritas a regulação



oficial, leis e normativas. O caso da autoregulação é um exemplo de que a governança da comunicação se tem tornado cada vez mais complexa. A implementação de processos de governança surge num quadro de reflexão sobre as práticas democráticas na regulação dos media. Rossi e Meier (2012), por exemplo, consideram que há um déficit democrático nas políticas de comunicação, que têm sido minorizadas, desde a década de 1990, tanto pelos Estados Unidos como pela Europa, que fomentaram o processo de desregulação. O novo paradigma de políticas traz no cerne uma nova forma de gestão dos sistemas de comunicação: a governança. Isto acontece porque, dentro os motivos acima referidos - tais como a mudança do *locus* de tomada de decisão, que não se concentra mais somente no âmbito dos Estados - há uma forte comercialização e marketização das formas de comunicação pública. Ou seja, verifica-se um declínio do controle público sobre os meios de comunicação de massa e uma profunda falta de transparência sobre como esse processo se produziu e se reproduz.

Há uma governança dos media que é caracterizada pelo forte poder das empresas privadas, dos organismos internacionais e dos Estados. Essa governança é intransparente e marcada por uma forte concentração mediática (McChesney, R., 2000). Mas, é importante observar que Rossi e Meier (2002) consideram que o Estado continua a ser o ator central na governança dos media, ainda que esse momento seja marcado por uma forte complexidade dos sistemas sociais que faz com que o controle seja mais horizontal e distribuído nas mãos de um maior número de *stakeholders*.

A argumentação tecida até aqui traça um quadro no qual é possível uma governança local e até nacional dos media. Não obstante, há uma questão remanescente: existe uma governança global dos media?

O modelo das telecomunicações sempre foi marcado pelas regulações nacionais e por interesses relativos à soberania nacional (Murciano, 2006). Porém, Mastrini, Charras e Fariña (2012) consideram que desde o *Uruguay Round* da Organização Mundial do Comércio, entre 1986 e 1993, houve uma mudança profunda na relação entre cultura/comunicação e mercado. A partir daí, os critérios que guiam o setor de comunicação passaram a assumir um viés cada vez mais economicista. A hipótese dos autores é que há uma pressão internacional para mudanças regulatórias que visam criar um mercado global de comunicação e cultura. Estes autores alertam também que há uma organização global promovendo uma governança global do setor de comunicação. Os atores centrais nesse processo são os organismos internacionais, tais como Organização Mundial do Comércio (OMC), Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), Corporação para Atribuição de Nomes e Números na Internet (ICANN), Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) e União Internacional de Telecomunicações (ITU). Com relação aos atores corporativos, os autores destacam que estes têm cada vez mais condição de mover-se mais rápido do que as rígidas estruturas estatais. Acrescenta-se ainda uma expertise que as empresas privadas vão construindo: a capacidade de negociar permanentemente com diferentes governos.

Mastrini, Charras e Fariña (2012) concordam com Van Cuilenburg and McQuail (2003) na questão de o novo paradigma das políticas de comunicação ser influenciado pela convergência tecnológica e económica. Tal paradigma faz com que os governos retrocedam em termos de regulação. Como evidência da governança global dos media, os autores apontam os acordos bilaterais realizados entre Estados Unidos e países da América do Sul, como Chile, Uruguai e Colômbia.

Tais acordos ultrapassam regulações nacionais em benefício de uma regulação internacional.

É interessante perceber que na governança dos media o papel da sociedade civil sempre foi pontual. Nas fases anteriores das políticas de comunicação, é possível assinalar a força dos Estados e do seu papel regulador, em contraponto com a sempre baixíssima participação social. De acordo com Mastrini, Charras e Fariña (2012), a diminuição do caráter nacional das políticas de comunicação enfatiza ainda mais o perfil técnico-económico, a participação cidadã é ainda menor.

### **Olhando mais de perto: características e controvérsias da governança da internet**

É possível que o exemplo mais flagrante e comentado do mundo sobre governança seja o caso da internet. Desde a década de 1990, tem-se tornado comum falar da governança da internet, a ponto de os dois conceitos se confundirem. No governo Bill Clinton e Al Gore (Estados Unidos, 1993-2001) começou o processo de comercialização e privatização da internet com um acento forte na presença do setor privado, o qual gerou significativas implicações de poder (Carr, 2014).

Um dos primeiros focos pós-comercialização foi a gestão e controle do domínio de nomes e endereços IPs. O DNS (Domain Name System) vinha sendo mantido por um professor da Stanford University, Jon Postel. Contudo, o extraordinário crescimento nos finais dos anos 1990 fez com que o debate migrasse para uma questão puramente técnica (Carr, 2014). Nesse cenário, diversos atores sociais, inclusive da Academia, exigiam a saída do Estado do processo de governança da internet (Kowack, 1997). Nesse ritmo de privatização do governo

Clinton/Al Gore, os Estados Unidos, por meio de seu Departamento de Comércio, em 1998, assinaram um contrato de zero dólar com a empresa privada ICANN. Madeline Carr conclui que esse movimento dos Estados Unidos colocou o seu governo na liderança da governança da internet, ao mesmo tempo em que garantiu que seu estilo de gestão, baseado no compartilhamento de poder com as empresas privadas, fosse estabelecido globalmente.

Nos anos 2000, a proposta de uma governança *multistakeholder* da internet se consolida com a realização da *World Summit on Information Society (WSIS)*<sup>13</sup>, 2003, que estabeleceu o *Working Group on Internet Governance (WGIG)*, formado por 40 pessoas, representantes da sociedade civil, estados e empresas privadas. A principal motivação para a formação de tal grupo era um sentimento dos Estados de que os Estados Unidos detinham poder demais sobre a internet.

O governo dos Estados Unidos privatizou e internacionalizou as principais funções de formulação de políticas, mas manteve considerável autoridade para si próprio, atuando como contratante da ICANN e também afirmando "autoridade política" sobre a raiz do sistema de nomes de domínio, reservando-se o direito de revisar e aprovar quaisquer mudanças na rota de arquivos proposta pela ICANN (Mueller; Mathiason; Klein, 2007, p. 240).

O WGIG, entre outras questões, teve como desafio estabelecer um conceito de governança da internet, bem como os papéis dos atores sociais nesse processo. Como conceito de governança da internet o grupo apresentou a seguinte definição:

Governança da Internet é o desenvolvimento e aplicação, por parte dos governos, do setor privado e da sociedade civil, em seus respectivos papéis, princípios, normas, regras e procedimentos de tomada de decisão e programas compartilhados que moldam a evolução e o uso da Internet (WGIG, 2005).

<sup>13</sup> A *World Summit on Information Society* foi organizada pela Organização das Nações Unidas e aconteceu em duas fases. A primeira foi em 2003, em Genebra na Suíça, quando se considerou que discutir governação da internet era fundamental para pensar a tão comentada Sociedade da Informação. A segunda fase, em 2005, na cidade de Tunes, na Tunísia. Foi nessa segunda rodada que o WGIG apresentou o relatório que sintetizou os dois anos de debate sobre governação da internet.

O WGIG reconheceu e fortaleceu a dimensão da governança da rede e estabeleceu a necessidade de que esta seja *multistakeholder*, ou seja, que tivesse como princípio fundamental facultar a participação de diversas classes de atores sociais no processo de discussão e tomada de decisão. É fundamental observar também o longo destaque que o grupo de trabalho fez sobre a importância da participação da sociedade civil, destacado não só no conceito de governança, mas também ao longo de todo o texto. O principal fruto do WGIG foi decisão de estabelecer o *Internet Governance Forum* (IGF), que se transformou no principal instrumento para o debate sobre as temáticas da governança da internet. O IGF é um fórum anual, organizado pela ONU, aberto a participação dos interessados sobre o tema. Sobre o Fórum, há uma série de críticas, como a intransparência com relação aos recursos utilizados para a realização dos eventos (Sutherland, 2014); a natureza dos interesses dos participantes (Sutherland, 2014); e a condição do fórum de estar mais para um *talk shop* com influência limitada na construção de políticas para a área (Raymond; DeNardis, 2015). Mas, há também ponderações importantes, como exemplo, o poder de influência das versões regionais do IGF, como é o caso do Fórum da África Oriental (Nonnecke, 2016).

Muito embora o WGIG tenha fornecido um conceito de governança da internet, é preciso reconhecer que tal definição não é claro. O que afinal estes *stakeholders* estão governando? Laura DeNardis e Mark Raymond (2013; 2015) alertam que muitas vezes a literatura da área vê a governança da internet como se fosse uma coisa única. Para eles, muitas análises concluem que a governança da internet é uma empresa monolítica: “Em vez disso, envolve camadas de coordenação distintas e tarefas administrativas que cumulativamente mantêm a Internet operacional. Muitas dessas funções são realizadas de maneiras não

*multistakeholder*” (Raymond and DeNardis, 2015, p. 585).

A internet tem sido governada de forma fragmentada porque tem funções diversas. Uma marca dessa governança é seu alto nível de privatização (Raymond and Denardis, 2013; 2015) e o fato de a maioria das empresas privadas envolvidas serem norte-americana. Os autores propõem uma divisão em seis áreas para a compreensão do ecossistema da governança da internet:

Quadro 1 - Áreas de Governança da Internet

Áreas	Funções
Controle dos “recursos críticos da internet”	Como as identidades globais únicas, como domínio, protocolo IP, <i>Autonomous System Numbers, Domain Name System</i> .
Configurando os padrões da internet	Regras comuns ou protocolos que garantem a interoperabilidade.
Coordenação de acesso e interconexão	Como várias redes se juntam para coletivamente formarem a Internet global.
Governança da cibersegurança	Garantir a segurança da infraestrutura
Papel político dos intermediários de informação	Como facebook e google - criam regras de privacidade e respondem à censura dos governos.
Aplicação dos direitos de propriedade intelectual	Cuida da questão dos <i>copyrights</i>

Fonte: Laura Denardis e Mark Raymond, 2013.

Denardis e Raymond (2013), além de apresentarem as principais áreas de governança da internet, construíram uma tabela apontando as principais organizações que estão ligadas a cada área específica da governança global da internet. O que é flagrante é que praticamente não há presença das organizações da sociedade da civil: “Analisando a taxonomia das funções de governança da Internet produzidas por DeNardis e Raymond, a sociedade civil está notavelmente

ausente” (Carr, 2014, p. 656).

## O papel da sociedade civil na governança global da mídia

O quadro traçado até aqui sobre a governança da internet identifica algumas características essenciais. Em primeiro lugar, a governança da internet é declaradamente *multistakeholder*, estando aberta à participação de várias classes de atores sociais. Aliás, é um discurso recorrente, tanto da academia, quanto dos atores que atuam diretamente nesse processo, a importância desse multistakeholderismo (Carr, 2014; Raymond; Denardis, 2013; 2015), mesmo que pouca observação e crítica seja empreendida com relação a esse contexto.

Em segundo lugar, a governança da internet é predominantemente privatizada, marcada pela presença maciça de empresas privadas norte-americanas. Como discutido anteriormente, foi uma decisão dos Estados Unidos manter o controle de diversas funções da internet nas mãos de empresas privadas, enfrentando inclusive a forte resistência dos organismos internacionais, como ITU, que desde o princípio lutou para estar no controle da governança da internet.

Uma terceira questão refere-se ao papel do Estado nessa governança. Muito embora se diga que a tomada de decisões deixa de estar somente no controle dos Estados, o qual, aliás, é uma característica do conceito de governança, é fato que no que concerne à internet o Estado continua a ter um papel central, senão o principal. Melhor dizendo, alguns Estados empoderados, como é o caso dos Estados Unidos, têm nas mãos um papel e um controle muito grande no que concerne à governança global da internet. O autor Daniel Drezner (2004) defende firmemente que a literatura sobre governança da internet incorre recorrentemente no erro de acreditar que os Estados perderam poder nesse processo. Para ele, a verdade é que os atores estatais são os grandes influenciadores e tomadores de



decisão no concerne à rede. Mesmo no que se refere à governança global, os Estados se esforçam para que esta seja um espelho da regulação nacional. Por isso, há um grande confronto de forças entre os países para impor seus modelos de gestão (Drezner, 2004). Um exemplo da força dos Estados é o seu papel emblemático no controle dos conteúdos da internet. Países como China, por exemplo, exercem uma forte censura sobre os conteúdos da rede. O mais interessante é que esse é um assunto tão polêmico sobre o qual nunca se alcançou uma regulação global (Drezner, 2004).

Drezner (2004) explica que os Estados agem tanto sobre as empresas privadas, quanto sobre as organizações da sociedade civil fazendo pressão para garantir seus interesses. Madeline Carr (2014) vai mais além e afirma que o modelo *multistakeholder*, defendido amplamente por muitos Estados, é interessante para eles porque legitima decisões tomadas por esse grupo, já que mesmo em um fórum legítimo eles manipulam e conduzem para obter seus resultados e têm, portanto, decisões que parecem fruto de uma participação complexa e igualitária. Nesse sentido, a sociedade civil, por exemplo, surge como um ator que legitima as decisões dos Estados:

Finalmente, a sociedade civil parece exercer pouco poder no processo *multistakeholder*, mas serve ao propósito dos outros dois atores, dando a impressão de consulta sem gerar qualquer atrito significativo. Neste sentido, a sociedade civil também ajuda a preservar o *status quo*, que favorece aqueles que estabeleceram e continuam a promover o modelo *multistakeholder* (Carr, 2014, p. 650).

Esta posição de Carr é bastante taxativa com relação ao papel praticamente decorativo da sociedade civil não é partilhada por todos os autores. O próprio Drezner, que também é um detrator das análises que acreditam na perda de poder pelos Estados, pondera que mesmo estes sendo os atores principais, os outros



atores aportam contribuições e influenciam no processo de tomadas de decisão. Como referido anteriormente, são também comuns as críticas sobre o papel do IGF, tais como ser um espaço de debates que não gera tomadas de decisão.

Já no que concerne à governança global dos media, um processo que já está em marcha, é profundamente intransparente e carrega os mesmos vícios da governança da internet, sem ter a questão do multistakeholderismo como bandeira para se defender da falta de legitimidade dos processos decisórios. Mastrini, Charras e Fariña (2012) acreditam que a sociedade civil está no polo da resistência, com olhar crítico e atento, com relação ao processo de concentração mediática e a luta pelos direitos comunicacionais.

A participação da sociedade civil no processo de governança dos media enfrenta diversos obstáculos que dizem respeito a um leque vasto de questões que vai desde a sua legitimidade até a sua condição de financiar essa dispendiosa participação. Há diversos fatores que se colocam como obstáculos reais e um deles é o financiamento. Participar dos fóruns nos quais há debate e, às vezes até tomada de decisão, é desafiante tendo em vista os custos de financiamento dos deslocamentos.

Outra questão importante é a pluralidade de causas e a falta de articulação em termos de agenda central, o qual dificulta a criação de redes e grupos de pressão em torno de determinados temas. Mastrini, Charras e Fariña (2012) apontam que essas organizações não são um conjunto coerente e se caracterizam por uma diversidade de interesses específicos.

É preciso considerar também que há uma falta de legitimidade sobre algumas organizações da sociedade civil participantes da governança da internet. Muitos autores apontam que a natureza da sua participação, bem como dos seus

interesses, não é clara, o qual é agravado pela falta de transparência com relação aos recursos que possibilitam a sua participação nesse processo.

Finalmente, há uma dificuldade em termos de adquirir competências técnicas e financeiras para participar das mesas de discussão e negociação. A própria governança da internet, por exemplo, é marcada por um tecnicismo, impregnado na fala dos participantes, capazes de desestimular e até mesmo excluir *stakeholders* interessados no debate. É possível entender esse discurso profundamente técnico até mesmo como uma barreira para o ingresso de novos atores no debate. Aliás, autores com DeNardis e Raymond (2013) concluem que a governança da internet não é um espaço tão aberto e democrático quanto seus *stakeholders* gostam de proclamar.

### Considerações finais

Desde a década de 1980, muita coisa mudou em relação à participação da sociedade civil nos processos de tomadas de decisão de problemas comuns. É notório que há um empoderamento da sociedade civil crescente materializado na profusão de suas organizações que versam sobre os temas mais diversos. No cenário da comunicação, o mundo também mudou. As organizações da sociedade civil têm tido cada vez mais força e têm sido um elemento de pressão decisivo em diversos países. Como evidência, tem-se a capacidade de mobilização e agendamento dos temas nas esferas públicas nacionais e até globais.

Desde a *World Summit on Information Society*, muita coisa mudou também em relação à participação das organizações da sociedade civil nos fóruns internacionais de debate sobre o tema. Esses ambientes, até esse evento, eram restritos à participação dos Estados. A WSIS inovou em convidar à participação as organizações da sociedade civil, ainda que o tenha feito da mesma forma com as

empresas privadas. No entanto, não é possível desconsiderar o impacto mobilizador que a Cúpula teve sobre o debate dos direitos culturais e comunicacionais entre várias classes de atores sociais.

Sobre essa participação crescente da sociedade civil no debate global das comunicações, foram identificados inúmeros obstáculos, tais como financiamento e organização. Não obstante, é também possível apontar a persistência e, no que concerne à governança da internet, uma tendência a formar redes e participar estrategicamente do debate.

Falta visibilidade, faltam recursos, falta reconhecimento de que o saber militante tem muito a contribuir com sua história de embates e enfrentamento pela direito à cultura e a comunicação (Autora, 2013). Sobre o papel das organizações da sociedade civil no debate sobre a governança dos media ainda pesa um olhar de estranhamento e distanciamento. Esse cenário de escassez é visto até na Academia. A principal produção acadêmica sobre governança da internet, por exemplo, é produzida nos Estados Unidos. O que se nota nessa produção tão concentrada é que a Academia praticamente não reflete sobre a participação da sociedade civil. Por norma, resume essa participação a poucas linhas que, por vezes, dizem o óbvio, ou, outras vezes, simplesmente negam a importância desse ator social. Faltam estudos empíricos que mergulhem nesse campo e tenham um olhar generoso sobre o percurso das organizações da sociedade. A visibilidade pode ser decisiva para a melhoria do debate e pode servir também de instrumento de reflexão dentro da própria sociedade civil com vistas a tornar a sua participação na luta pelo direito à comunicação ainda mais eficiente.

É fundamental reforçar a participação da sociedade civil na governança da mídia já que ela é que a traz mais consistentemente a preocupação com o cidadão,

uma preocupação que não está relativa somente à condição deste como consumidor. É muito provável que somente ela traga o sopro democrático do qual a governança da mídia tanto carece. Os interesses das empresas privadas são declaradamente de ter lucro e os interesses do Estado nem sempre são relativos à proteção dos direitos culturais e comunicacionais dos cidadãos. Às vezes, por exemplo, seus objetivos em torno de proteger a soberania nacional o colocam em rota de colisão com a proteção e defesa dos direitos humanos. Logo, a defesa desses direitos carece da sociedade civil.

## Referências

Bevir, Mark (2012). *Governance: a very short introduction*. United Kingdom: Oxford University Press.

Carr, Madeline (2014). Power Plays in Global Internet Governance. In: *Milennium: Journal of International Studies*. Volume 43 (2), p. 640-659.

Castells, Manuel (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks and Global Governance . In: *The Annals of the American Academy*. Março, p. 78 a 93.

Denardis, Laura; Raymond, Mark (2013). Thinking Clearly about Multistakeholder Internet Governance. In: *Annual GigaNet Symposium*.

Drezner, Daniel W (2004). The Global Governance of the Internet: Bringing the State Back In. In: *Political Science Quarterly*. Volume 119, n. 3, p. 477- 498.

Sousa, Janara; Geraldés, Elen (2013) O método comparativo nas pesquisas de Políticas de Comunicação. In: BRITTES, Juçara. *Saber Militante: teoria e crítica nas políticas de comunicação do Brasil*. Santa Maria: FACOS-UFSM; São Paulo: Intercom.

Hofmann, Jeanette; Katzenbach, Christian; Gollatz, Kirsten (2016). Between coordination and regulation: Finding the governance in Internet governance. In: *New media & society*, p. 1- 18.

Knight, Peter P (2014). *A Internet no Brasil: origens, estratégia, desenvolvimento e governança*. Indiana/EUA: AuthorHouse.

Kowack, Glenn (1997). Internet Governance and the Emergence of Global Civil Society. In: *IEEE Communications Magazine*. Maio, p. 52-57.

Mastrini, Charras e Fariña (2012). Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano. In: Mastrini, Guillermo; Bizberge, Ana; Charras, Diego. *Las Políticas de Comunicación en el Siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.

McChesney, Robert W (2000). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. The New Press: Nova York.

Mueller, Milton; Mathiason, John; Klein, Hans (2007). The Internet and Global Governance: principles and norms for a new regime. In: *Global Governance*. Volume 13, p. 237-254.

Murciano, Marcial (2006). As políticas de comunicação face aos desafios do novo milénio: pluralismo, diversidade cultural, desenvolvimento económico e tecnológico e bem-estar social. IN Sousa, H. *Comunicação, Economia e Poder*. Porto: Porto

Editora.

Nonnecke, Brandie (2016). The Transformative Effects of Multistakeholderism in Internet Governance: a case study of East Africa Internet Governance Forum. In: *Telecommunications Policy*, n. 40, p. 343-352.

Nordenstreng, Kaarle; Hamelink, Cees (2007). Towards Democratic Media Governance. In: BENS, Els de (org). *Media Between Culture and Commerce*. Inglaterra: Intellect Bristol; Estados Unidos: The University of Chicago Press, p. 225-240.

Raymond, Mark; Denardis, Laura (2015). Multistakeholderism: anatomy of an inchoate global institution. In: *International Theory*. Volume 7, n. 3, p. 572-616.

Rossi, Pietro; Meier, Werner (2012). Civil Society and Media Governance: A Participatory Approach. In: JUST, Natascha e PUPPIS, Manuel (orgs). *Trends in Communication Policy Research*. Inglaterra: Intellect Bristol; Estados Unidos: The University of Chicago Press, p. 381-400.

Sutherland, Ewan (2014). Corruption and internet governance. In: *Info*. Volume 16, p. 1-15.

WGIG (2005). *Report of the Working Group on Internet Governance*, Château de Bossey.

Van cuilenburg; Mcquail (2003). Media Policy Paradigms Shifts. In: *European Journal of Communication*. Vol. 2, n. 18.

**Apuntes teórico-metodológicos para el estudio de la tactilidad en smartphones.** Análisis de la ejecución del gesto *scroll* en estudiantes universitarios de carreras vinculadas a la Comunicación del Aglomerado Gran Buenos Aires.

**Theoretical-methodological notes for the study of tactility in smartphones.** Analysis of the execution of the scroll gesture in students from university degrees related to Communication in the crowded Greater Buenos Aires.

**Notas teórico-metodológicas para o estudo da tactilidade em smartphones.** Análise da execução do gesto de rolagem em universitários de carreiras vinculadas à Comunicação no Aglomerado Grande Buenos Aires.

Francisco Hernando Arri<sup>14</sup>

## Resumen

El siguiente artículo se propone indagar el modo en el que los estudiantes universitarios de carreras vinculadas a la comunicación ejecutan el gesto *scroll* en el uso de *smartphones*.

## Palabras clave

tactilidad-estudios hápticos-estudiantes universitarios-scroll

## Abstract

The following article aims to investigate the way in which university students from careers related to communication execute the scroll gesture when using smartphones.

## Keywords

<sup>14</sup> Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social (Universidad del Salvador)  
farri@usal.edu.ar

Tactile gestures-haptic media studies-university students-scroll

## Resumo

O artigo a seguir tem como objetivo investigar a forma como estudantes universitários de carreiras relacionadas à comunicação executam o gesto de rolagem no uso de smartphones.

## Palavras-chave

Tactilidade-estudantes universitários-rolagem-estudos hapticos

102



## 1) *Introducción*

En los últimos 10 años, la presencia de los *smartphones* ha atravesado todos los ámbitos de la vida cotidiana, en principio, debido al carácter ubicuo y transportable del dispositivo que ha transformado diversas prácticas sociales, en el marco general que ha sido descrito como la *sociedad red*, en tanto que las redes se transforman de manera más organizativa en el entorno tecnológico a partir de la flexibilidad, la adaptabilidad y la capacidad de supervivencia (Castells, 2009), en tanto y en cuanto las actividades que controlan la vida humana se organizan como redes a partir de la convergencia en el tiempo *poli-crónico* en donde las personas realizan tareas múltiples de manera simultánea ya sea grupal mente o individualmente (Scolari, 2009).

En las primeras décadas del siglo XXI, la proliferación de los dispositivos móviles ha transformado el consumo de noticias, los procesos de enseñanza y de aprendizaje y también la vida social aparecen cada vez más mediadas por el *software* (Manovich, 2013). las plataformas (van Dijck, 2016; Fernández, 2018; Srnicek, 2018) y las pantallas (Márquez, 2015 y 2017).

En Argentina, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) ha documentado en el último trimestre de 2019 a través de la Encuesta Permanente de Hogares que el 84,3 por ciento de la población encuestada en 31 aglomerados urbanos del país tiene acceso a un teléfono celular. La cifra desciende al 41,4 por ciento cuando los encuestados responden si tienen computadora.

La cifra es sumamente elocuente respecto del grado de penetración que, en la Argentina, tienen los teléfonos celulares. De acuerdo al mismo estudio, haciendo una estratificación etaria, se observa que el 95,9 por ciento de las personas de entre 18 y 29 años utilizan un dispositivo móvil para comunicarse.

Otro de los datos que se obtienen de la Encuesta Permanente de Hogares del INDEC es que, haciendo una estratificación por nivel educativo, el 98.5 por ciento de los encuestados que están cursando una carrera terciaria o universitaria utiliza un dispositivo móvil para comunicarse, siendo este el porcentaje más alto respecto de otros grupos (como por ejemplo los que no culminaron su educación obligatoria).

Desde esta perspectiva, y siendo los estudiantes universitarios el segmento etario que más usa o accede a un teléfono móvil, es que surge el interés general por las estrategias de uso, lectura y navegación de los alumnos en *smartphones* y particularmente la utilización por parte de aquellos que estudian carreras vinculadas a la Comunicación (Ciencias de la Comunicación, Comunicación Social, Relaciones Públicas, Publicidad, Gestión de Medios y Entretenimiento, entre otras carreras).

Varios estudios, sobre todo en Iberoamérica, se han dedicado a observar el consumo informativo y las competencias digitales en estudiantes de periodismo y comunicación Social, tal es el caso de Carlos Alberto Limón Flores (2018) que llevó adelante un estudio sobre el uso de dispositivos móviles de comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, para identificar el uso dentro del centro educativo, desde la perspectiva teórica de los usos y gratificaciones.

Otras investigaciones han identificado incluso cuatro tipos de usos de los teléfonos móviles en relación con los procesos de aprendizaje en la universidad, distinguiendo “usos informativos”, “comunicativos”, “sociales” y “organizativos”. (Carcelén et al., 2019).

En Argentina, el investigador Francisco Albarello investigó y describió el uso de tecnologías digitales por parte de estudiantes de segundo año de una carrera universitaria de Comunicación Social, en la que pudo describir el modo en el que el

celular “es el control remoto de la vida cotidiana” (2020: p. 191) dado que la mayor parte de los jóvenes que participó de la muestra de investigación señaló que los *smartphones* son la primera tecnología con la que entran en contacto apenas se levantan y que ese artefacto, reemplaza no solo al reloj despertador sino que sirve para hacer un primer contacto con las redes sociales.

Albarello también pudo determinar rasgos a nivel de la distracción que propician los dispositivos móviles y su utilización, dentro del ecosistema mediático, para prácticas académicas y de estudio. Otra investigación respecto del uso y apropiación de dispositivos móviles por parte de estudiantes universitarios en Colombia también dio cuenta de las “implicaciones académicas” que fueron definidas como “las principales dificultades detectadas en relación con el ámbito académico” (Arroyave Uribe, 2013: p. 12).

El punto de contacto interactivo entre un usuario y el dispositivo móvil inteligente tiene que ver con el gesto, punto crucial en el vínculo entre comunicación y técnica. Los gestos, “provocan una conexión personal cercana con el contenido y mejoran la sensación de los objetos en pantalla” (Human Interface Guideline).

En este sentido, la *conducta táctil* es un área de trabajo que reconoce diversas subcategorías de análisis (Knapp, 1999). Incluso, desde la perspectiva semiótica, García Bertolin (2003: p. 266) admite que los estudios sobre el gesto “podrían ser los prolegómenos a una semiótica de la acción”.

En este sentido, el presente artículo se propone revisar un aspecto particular de una investigación doctoral más amplia (2020) sobre las estrategias de lectura y navegación de estudiantes universitarios en dispositivos móviles inteligentes desarrollada entre 2017 y 2019.

Así, el objetivo principal de este artículo es determinar de qué modo los gestos

táctiles ejecutados por estudiantes universitarios de carreras vinculadas a la comunicación del Aglomerado Gran Buenos Aires puede asociarse con el cumplimiento de funciones y diversas estrategias en la lectura/navegación a través de un *smartphone*, particularmente la ejecución del gesto táctil *scroll*.

## 2) Marco referencial

El análisis de las interacciones entre los usuarios y los dispositivos móviles puede ser abordado desde una perspectiva multidisciplinar y compleja, debido a la característica metamedio del *smartphone* (Márquez, 2017).

Desde esta mirada, puede echarse mano a varias nociones teóricas que pueden ayudar a comprender el proceso desde la perspectiva de la interacción a partir del estudio de los gestos táctiles (*Haptic media Studies*), el análisis de la interfaz y sus interacciones y las perspectivas teóricas de la teoría de las mediatizaciones y la ecología de los medios.

### 2.1 Haptic media Studies

La noción de *háptico* proviene del griego y significa “tocar” y fue utilizado a principios del siglo XX y por primera vez por el investigador Alois Reigl para diferenciarlo con el *arte óptico* (es decir, aquello que puede percibirse a través de la visión).

Verhoeff (2012) asegura que en la actualidad, el campo de lo *háptico* está vinculado a tres instancias: el arte, el cine y los estudios de la interfaz. En este último campo, se acentúa la presencia y la actividad de otros sentidos más allá de la vista. Así, para esta investigadora, esta situación genera atracción dado que el uso de dispositivos de interfaz, como los *smartphones* implican necesariamente el tacto.

Para algunos autores, como Richardson y Hjort (2009) ha habido en los

últimos años una transformación radical en el paso de lo óptico a lo táctil que se ha traducido en la mutación más íntima y omnipresente de todas las que se han experimentado hasta ahora.

Por su parte, Parisi, Paterson & Archer (2017) aclaran que el poder total de estas tecnologías, en su conjunto, “radica en su capacidad para generar un cambio en nuestra orientación hacia el tacto, para generar un reconocimiento de que el colectivo sensorium ha sido alterado de forma acumulativa a través de las tecnologías del tacto” (p. 1515).

Estos tres autores dan una definición de *medios hápticos* entendiéndolos como aquellos que poseen una orientación productiva hacia el papel del tacto o hacia lo táctil o que bien fomentan una atención especial a ese sentido. Califican de hápticos aquellos medios “donde se expresan y promulgan los modelos normativos de uso corporal”, en donde conviven lo digital, lo analógico y lo físico (Parisi, Paterson & Archer, 2017, p. 1517).

Para Ingold (2013) la mano puede considerarse una extensión del cerebro en tanto y en cuanto tiene la posibilidad de recordar, contar, saber y sentir. De todos modos, si bien esta perspectiva pone en el centro al tacto, para algunos autores como Verhoeff (2012) es necesario interrelacionar estos estudios con el resto de los sentidos, sobre todo a la hora de analizar el cruce entre pantallas táctiles y dispositivos móviles, tomando en cuenta el *compromiso háptico*, que no es ni más ni menos que considerar que el usuario es un agente activo dentro del régimen visual de navegación de un dispositivo móvil.

La perspectiva de los estudios hápticos demuestran que el tacto debe ser un área de reflexión fundamental a la hora de considerar las prácticas de uso y apropiación de las tecnologías digitales (y más específicamente las prácticas de

lectura o navegación), teniendo en cuenta la determinación que las materias significantes han tenido en la lectura a lo largo de la historia y que esa práctica no es una actividad meramente intelectual, “sino que involucra al resto del cuerpo y pone en escena aspectos olvidados por la reflexión académica” (Autor, 2019: p.158).

Dentro de esta perspectiva, el análisis de los gestos táctiles ha sido desarrollado tanto por la industria del *hardware* como por la academia. A partir de los sistemas operativos más importantes del mercado, *Android* e *IOS*) a través de diferentes tipos de informes y recomendaciones para los desarrolladores de aplicaciones, realizando clasificaciones exhaustivas de los tipos de gestos con los que un usuario puede interactuar con el dispositivo.

Así, la Guía de diseño de gestos escrita por *Android*<sup>15</sup> para los desarrolladores de aplicaciones móviles, provee una primera clasificación basada en *gestos de navegación* (los que utiliza un usuario para desplazarse a través de un contenido y que complementa a otro método de ingreso de la información), los *gestos de acción* (que sirven para realizar algunos procesos a través de la interfaz) y los *gestos de transformación* (que permiten modificar el tamaño, la posición o la rotación de un elemento mostrado en pantalla).

En tanto que la empresa *Apple*<sup>16</sup> tiene disponible en Internet una guía para desarrolladores en donde presenta cada tipo de gesto y un pequeño video junto con una pequeña explicación lingüística.

También la academia ha hecho su aporte a partir de varios estudios (Silva Palacios y da Cunha, 2012; Ruiz, 2011), especificando una clasificación de gestos

<sup>15</sup> Disponible en <https://material.io/design/interaction/gestures.html>. Recuperado en noviembre de 2018

<sup>16</sup> Disponible en <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/user-interaction/gestures/> Recuperado en noviembre de 2018.

táctiles y su uso.

Para Silva Palacios y da Cunha (2012: p. 673) los gestos táctiles son aquellos “realizados por el usuario a partir del movimiento de los dedos sobre la pantalla de un dispositivo sensible al tacto” dado que para estos autores, estos gestos “sustituyen o complementan diversos mecanismos tradicionales de entrada tales como el ratón y el teclado” (673).

A partir de la clasificación propuesta por la Guía de diseño de *Android* se tomó en consideración al gesto *scroll* (desplazamiento del dedo del usuario en la pantalla de manera vertical, horizontal u omnidireccional para moverse continuamente a través del contenido).

## 2.2 La ecología de los medios

La metáfora ecológica (Scolari, 2015) para entender a los medios de comunicación surgió a través de la obra de Marshall McLuhan a principios de la década del 60 y luego fue retomada por Neil Postman.

Para McLuhan (1996) las tecnologías de la comunicación generan ambientes que afectan de alguna manera determinada a los sujetos utilizadores. Esos efectos, “no se producen a nivel de las opiniones o conceptos, sino que alteran las ratios de sentido y los patrones de percepción de manera constante y sin ningún tipo de resistencia” (1996: 32).

Para Robert Logan (2010), la lengua y la tecnología median y crean ambientes como los medios de comunicación y por eso, de acuerdo a su perspectiva, los estudios de comunicación no deberían restringirse solo a los medios sino que deberán incluir al lenguaje, a la tecnología y a sus interacciones.

En este sentido, una de las principales ideas de este constructo teórico es que, en la sucesión de distintos medios que coexisten en un mismo tiempo y

espacio, unos no cancelan a otros sino que los nuevos se construyen sobre los existentes reconfigurándolos (Ong, 1977).

La idea de la *mediamorfosis* (Fidler, 1988) implica que la transformación de los medios se debe a una interacción compleja entre necesidades percibidas, presiones políticas, competencia, innovaciones a nivel de la sociedad y de la tecnología, en tanto que la *remediación*, pretende identificar algunas características que presenta la contaminación entre nuevos y viejos medios. Así, para Bolter y Grusin (2001) este concepto implica la “representación de un medio dentro de otro medio” y “algo similar a la convergencia pero con otro nombre” (Scolari, 2009: p. 49).

### 2.3 La teoría de las mediatizaciones

Este postulado teórico reconoce al menos dos series: una larga y otra corta (Fernández, 2014) que se diferencian, básicamente, por el hecho de situar cuándo se inicia el proceso en el tiempo histórico.

Stig Hjarvard (2016) deslinda la ida de la mediación a la de la mediatización entendiendo que esta última se refiere específicamente a los cambios estructurales que existen en diversos ámbitos (por ejemplo la cultura y la sociedad) gracias a la interrelación de esos campos con los medios de comunicación, que para él son “omnipresentes” y que, de este modo, afectan el modo de funcionamiento de las instituciones sociales y además transforman las relaciones entre personas y organizaciones.

Eliseo Verón (2013) deslinda la diferencia entre *mediación* (como característica fundamental de las comunicaciones humanas, dado que siempre debe existir un evento sensible o material para que ocurra) y los *fenómenos mediáticos* que ocurre en tanto y en cuanto existe la posibilidad de autonomía del



mensaje (respecto de la fuente y el destinto) y su persistencia en el tiempo. Así, desde esta perspectiva, la mediatización implica “una secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos” (Verón, 2013: p. 147). Para Cingolani (2014) estas materializaciones se localizan en tres dimensiones: Espacio, Tiempo e Intersubjetividad. Si bien estos aspectos son solidarios, “nada indica que una de las dimensiones tenga los mismos valores o conforme un campo idéntico al de las otras” (2014: 16).

Mario Carlón (2015) propone la búsqueda de una teoría general entre las mediatizaciones y la ecología de los medios tomando en cuenta ciertos puntos de contacto entre ellas y ciertos diagnósticos de manera común.

Los medios generan ambientes, según McLuhan, que utilizamos y nos afectan. Pero como vimos, la teoría de la mediatización no ha sido indiferente a esta idea, que es la que motivó durante muchos años la obsesión por la especificidad: ¿cómo los medios masivos construyeron esos ambientes en los que vivimos a lo largo de varias décadas, que otorgaron nuevas posibilidades pero a la vez nos impusieron patrones y límites? ¿Qué características posee el ambiente hipermediatizado actual? (Carlón, 2015: p. 1130).

#### 2.4 Las interfaces de la lectura

Varios autores contemporáneos han definido que la lectura no es solo un proceso que involucra al sentido de la vista, a pesar de lo que señala Karin Littau (2008): la tendencia a medir la cultura y a la civilización por su distanciamiento con el cuerpo. Roger Chartier (1996: p. 8) explica que “la lectura no es exclusivamente una operación abstracta del intelecto: pone en juego el cuerpo, está inscrita en un espacio y en una relación consigo mismo y con los otros”.

Para Littau (2008), todo soporte material o materia significativa condiciona o determina el acto de lectura que no se agota en la actividad intelectual o cognoscitiva

y mucho menos en una idea de “trasvasamiento” entre objeto textual y lector.

En ese sentido puede pensarse que esa materialidad o soporte se manifiesta a través de una *interfaz*, definida como “el espacio que media entre el usuario y el sistema” (Albarello: 2019: p. 71). Este espacio es lo que manipulan los usuarios físicamente para obtener ciertos resultados o acceder cierta información y tiene sus propias reglas, protocolos y convenciones. (Albarello, 2019).

En este sentido, la noción de *interfaz* se ha transformado en un *concepto-paraguas*, porque es susceptible de recibir numerosas interpretaciones y ha sido tomado no solo por la ciencia de la informática, sino por la semiótica y las ciencias cognitivas (Scolari, 2004) aunque puede pensarse como un “espacio de negociación de sentido entre el usuario y la tecnología” (Albarello, 2019).

En este contexto, es preciso señalar que a finales del siglo XX, el *software* ha comenzado a reemplazar a variadas tecnologías electrónicas que se utilizaban antes para distribuir, acceder y almacenar datos, e información. Manovich (2013) indica que el *software* se convirtió en la interfaz de los usuarios con el mundo.

Esta reflexión lleva a que Manovich se pregunte si los medios siguen siendo los mismos tras la aparición de este conjunto de programas y rutinas presentes en ordenadores y dispositivos móviles y que tienen la característica de ser ubicuos y no cuestionados, en un campo de estudios al que el teórico ruso denominó “estudios del software”.

Manovich teoriza sobre la centralidad del software en los nuevos medios a partir del concepto de meta-medio que aplica al desarrollo de las computadoras. Sostiene que estas máquinas tienen una evolución inversa al resto de los medios que existen.

En una de sus acepciones, el meta-medio implica que el ordenador tiene la

capacidad de poder representar a los demás medios y agregarles nuevas funciones. Sin embargo, desde el punto de vista de la historia de los medios, “*el meta-medio de la computadora es simultáneamente un conjunto de diferentes medios y un sistema para generar nuevas herramientas de medios y nuevos tipos de medios*” (Manovich, 2013: p.87. La itálica es del autor).

Así, citando un texto de Wardrip-Fruin, Manovich (2013) ejemplifica el concepto de meta-medio asegurando que la computadora puede simular una máquina de escribir (tiene un teclado), los procesadores de texto tienen reglas-guía (también como las máquinas de escribir) aunque ofrece otras posibilidades y llega más lejos: un corrector automático, varias tipografías, posibilidad de reacomodar el documento, numerar las páginas.

Desde esta perspectiva, Israel Márquez (2017) propone considerar al *smartphone* como metamedio porque si bien nació como un medio fundamentalmente auditivo, pronto se destacó como medio visual o *verbovisual* dado que incorporó todos estos códigos sensoriales y “nació como un medio mixto que involucra diferentes sentidos, especialmente la visión, el tacto y el oído, los cuales interaccionan con una amalgama de medios reunidos en el espacio de la pantalla” (2017: p. 64).

### 3) Método

Esta investigación toma la perspectiva cualitativa referida en los términos de Taylor y Bogdan (1984) con un alcance exploratorio, dado que se trata de indagar sobre una temática novedosa que permitirá en el futuro realizar investigaciones más completas respecto de ciertos problemas o contextos particulares. (Hernández Sampieri et. al., 2010).

Para poder analizar la ejecución de gestos táctiles en sus interacciones de

navegación a través de dispositivos móviles de estudiantes universitarios vinculados a la comunicación, se trató de establecer un vínculo entre el decir y el hacer concreto (Albarello, 2009).

Por ello se le pidió a cada entrevistado y entrevistada la posibilidad de que el investigador registre una sesión de navegación en su dispositivo móvil durante una duración aproximada de entre 5 y 8 minutos. Como consigna, se les solicitó que imaginaran que están en un momento libre en el que pueden interactuar con el dispositivo y que traten de reproducir lo que harían en ese tiempo.

El investigador registró las sesiones a través de su propio dispositivo celular, tratando de enfocar la posición del *smartphone* de los entrevistados y el movimiento de sus manos (dada la naturaleza háptica del análisis).

Estos videos filman manos y no caras tal como analizan en su pesquisa Sara Pink et. al. (2015) a través de la etnografía digital. Durante las observaciones y registro, a los entrevistados se les solicita que vayan explicando lo que hacen mientras utilizan su dispositivo móvil, entonces, no solamente describen sus rutinas de navegación de manera verbal durante la entrevista sino que despliegan esa misma navegación frente al registro del investigador.

Este método se denomina como *protocolo de pensamiento en voz alta* o *think aloud method* y fue propuesto por la psicología cognitiva para describir y analizar procesos de pensamiento.

Este protocolo ha sido ampliamente aplicado en educación (especialmente en evaluación del diseño de exámenes en lengua inglesa y para el análisis de procesos de escritura) y también en evaluación de usabilidad de entornos virtuales (Ávila García et. al., 2017; Johnstone, 2007; Chacón Araya, 2017; Nielsen, 2012).

Tal como sostienen Sara Pink et. al (2015: p. 243), “investigar cómo se usan

aplicaciones en teléfonos y tabletas no se logra fácilmente a través de métodos convencionales” dado que para estos autores, la observación alcanza para revelar el contexto de uso pero no su experiencia.

De este modo, la recolección de datos de las sesiones de navegación se realizó de la siguiente manera:

- 1) Grabación de las sesiones de navegación: cada informante supuso un tiempo libre de entre 5 y 8 minutos para navegar con su celular e iba manifestando en voz alta aquello que iba haciendo, o por qué lo hacía. En algunos casos, el investigador pudo repreguntar y solicitar más detalles. Cada una de las sesiones tuvieron una duración promedio de 6 minutos y 39 segundos.
- 2) Luego se realizó una transcripción del contenido verbal de las sesiones y un grillado de información registrada en una tabla de doble entrada, constituida como matriz de análisis que registró los siguientes datos:

Tiempo (video)	Acción de sostén	Pensamiento en voz alta	Gestos táctiles	Acción en pantalla	Contenido

Tabla 1. Matriz de análisis de gestos táctiles (elaboración del autor)

-Tiempo de video: es el que indica el reproductor y sirve para aislar cada gesto o conjunto de gestos o movimiento detectado.

-Acción de sostén: reconocer qué mano está sosteniendo el dispositivo.

-Pensamiento en voz alta: transcripción literal (quitando repeticiones y vicios de la oralidad) todo lo que manifestaron los y las informantes en las sesiones de navegación, sin incluir preguntas o indicaciones del investigador.

-Los gestos táctiles son aquellos movimientos deslizados en la pantalla por el entrevistado y reconocidos por el investigador tomando como base las tipologías

textuales mencionadas antes.

-Acción en pantalla: describe el objetivo o la estrategia de la ejecución del gesto (por ejemplo “ingresar a una aplicación”, “volver atrás”, “buscar contenido”).

-Contenido: identifica lo que se está viendo en pantalla al momento de la ejecución del gesto táctil (aplicaciones, fotos, textos periodísticos).

Cada una de las filas que se crearon en la matriz para hacer el análisis, permite agrupar los gestos de acuerdo al contenido mostrado en la pantalla, es decir, se consideró, en la gramática de la interacción, se establecía un cambio en la fila toda vez que la pantalla mostraba un contenido distinto o se hacía un gesto para salir o ingresar a una aplicación.

- 3) Una vez conformada la matriz de análisis, se recopilaron los dichos de los informantes (el *pensamiento en voz alta*) junto con los gestos táctiles ejecutados y se los clasificó. Luego aplicando la técnica del análisis temático (Braun y Clarke, 2006) asistido por el software *Atlas ti* se pudo proporcionar patrones y temas (signados por los gestos táctiles) a los dichos de los informantes.
- 4) La técnica del análisis temático permitió, entonces, identificar cada gesto táctil con expresiones verbales directas que describen el desplazamiento de los dedos sobre la pantalla del *smartphone*.

La muestra estuvo conformada por 19 estudiantes universitarios de carreras vinculadas a la Comunicación del Aglomerado Gran Buenos Aires (de entre 18 y 29 años): 14 mujeres y 5 hombres, de ellos, 11 cursan carreras en universidades de gestión privada y 8 de gestión pública, en tanto que 13 de ellos habitan en el Gran Buenos Aires y el resto (6) en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La técnica de muestreo combinó la *bola de nieve* (Lindlof, 1995) y el *muestreo*

*voluntario*, en donde hay individuos que voluntariamente deciden participar de un estudio (Hernández Sampieri et. al., 2010).

La cantidad de entrevistas fue determinada por la saturación de la muestra, es decir, dejaron de realizarse entrevistas cuando no se encontraron variables significativas o patrones nuevos por parte de los entrevistados.

Si bien la brecha o distancia que existe entre 18 y 29 años es significativa para la conformación del grupo etario de la muestra, ésta obedece a motivos estadísticos dado que se encuentra dentro de los límites que establece la Encuesta Permanente de Hogares del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la Argentina (INDEC) citada más arriba y obedece a que es la franja etaria que más utiliza bienes y servicios TIC.

#### 4) Hallazgos

El gesto *scroll* es aquel que le permite al usuario desplazar su dedo sobre la pantalla para poder moverse continuamente a través del contenido. Dentro del relevamiento de gestos táctiles en las sesiones de navegación, fue el segundo más relevado, representado un 27 por ciento de los gestos ejecutados durante el registro de dichas sesiones.

Gesto	Cantidad de veces que fue relevado
Tap	498
Scroll	245
Drag	67
Flick	66
Tipear	17
Press	7
Double Tap	2
Pinch	2
Señalar	1
<b>Total</b>	<b>905</b>

Tabla 2. Cantidad y tipo de gestos táctiles revelados en la investigación (Fuente: propia)

A partir de la aplicación del análisis temático se intentó describir el tipo de vínculo entre la ejecución de un determinado gesto táctil (en este caso, el *scroll*), la acción buscada y aquello en lo que reparan de manera verbal los entrevistados que formaron parte de esta investigación.

De acuerdo a la observación y a los dichos de los informantes, el gesto puede asociarse a las siguientes acciones: hacer una lectura general, leer/navegar en el dispositivo (por notificaciones, por el contenido, por opciones del dispositivo o aplicaciones), buscar, y hacer una lectura rápida. Se hace además un análisis dentro del propio discurso de los estudiantes de la descripción de *scrollear* cuando se hace mención a ese término u otros asociados (*hacer scroll*, *scrolling*).

#### Ver/leer en general

Varios de los estudiantes entrevistados asociaron, en parte de sus sesiones de navegación, el gesto “scroll” a la navegación de un contenido de manera general, como en una primera aproximación, sin hacer una lectura profunda sobre un contenido en particular. En este sentido el verbo está vinculado a la lectura superficial y más rápida vinculada a la práctica en el dispositivo.

Esta situación se produce mientras los estudiantes navegan, por ejemplo, dentro de una página web o de una aplicación como *Google News*.

Hoy estaba **buscando** la bomba que le pusieron a Bonadío y si veo, en general, pasan links a ver si cae alguno... y claro, **me interesa** mucho la foto en general. (Daniela, 20 años, Comunicación Social)

**Leo** depende la noticia. Porque la muerte de Stan Lee, yo, por ejemplo, con el mundo marvel y todo eso estoy bastante conectado. Sé muy bien de lo que están hablando. Ese contenido lo puedo **leer** completo porque lo entiendo perfecto. (Pedro, 22 años, Comunicación Social)

**Hago un pantallazo** para saber exactamente qué pasó y nada más, pero no entro en detalles. (Pedro, 22 años, Comunicación Social).

Primero **veo** lo general y después **paso** el tema. (Valentina, 21 años,



Comunicación Social).

Las expresiones verbales de los estudiantes que describen la ejecución del *scroll* están vinculados a verbos tales como “leer” y “ver”, sin embargo, aparecen algunas expresiones como “hacer un pantallazo” y “no entrar en detalles” o “pasar” determinado tema, lo que explica una estrategia vinculada a hacer una primera lectura de repaso más general, menos específica y quizás en la búsqueda de algún tema o contenido que interese.

El *scroll* realizado como vista o lectura general también aparece en el caso de que se esté navegando a través de una red social.

Aunque lo uso muy poco, **veo** así algo **general**. (Enzo, 20 años, Comunicación Social).

Generalmente **leo** primero y si me sigue **interesando** sigo para abajo. (Victoria, 22 años, Comunicación Social).

Por lo general, **voy bajando, voy mirando** así **de manera general**, historias, a no ser que haya alguna específica, por ejemplo, este es un espacio en el que yo estoy, y **me fijo** a ver qué es lo último que subieron. (Jael, 29 años, Comunicación Social).

**Veo** el *Timeline* a ver si pasó algo **interesante** en el último tiempo. (Constanza, 19 años, Gestión de Medios y Entretenimiento).

En definitiva, **hago un paneo general** día por medio, o cada dos o tres días. **Entro y veo** qué hay, a ver si hay alguna **publicación interesante**, alguna recomendación. (Christian, 26 años, Relaciones Públicas).

Hago como una **primera lectura global** digamos, en la que veo qué tan largo es el tuit. Si es muy largo tengo que ver que la persona que lo haya escrito **me interese** para leerlo, si no, lo paso. (María, 21 años, Ciencias de la Comunicación).

En esta situación, pudieron relevarse algunos verbos vinculados a la lectura: “ver” “hacer una lectura” y también “leer”. Sin embargo, varias expresiones del habla de los estudiantes que fueron describiendo lo que hacían en las sesiones de navegación, hicieron referencia a que el *scroll* se usa cuando la estrategia es hacer

una primera lectura en redes sociales: por eso se habla de “paneo general” “mirar de manera general”, “ver de manera general” lo que implica que la ejecución del gesto está asociada a una lectura poco profunda, desconcentrada y casi de reconocimiento del contenido que ofrece una red social.

Hay que agregar que a este “paneo general” que mencionan varios de los estudiantes que forman parte de esta investigación, algunos lo asocian al interés: es decir, van anticipando lo que harán inmediatamente después de esa primera lectura global: se irán desplazando por la pantalla con sus dedos y en el caso de ver algo que les “interese” podrán detenerse en la publicación. Algunos de los entrevistados manifiestan que realizan el gesto de *scrollear* (para identificar una lectura superficial y más general) para buscar alguna publicación o contenido interesante.

#### Leer/navegar por notificaciones

La ejecución del *scroll* también está identificada por los estudiantes para la navegación de notificaciones. Este gesto táctil se utiliza como acción para varios tipos de interacciones, en una especie de “contagio” de estrategias de lectura. Las notificaciones constituyen un elemento valorado en las sesiones de navegación y en las entrevistas, sea porque distraen o molestan o porque sirven para alertar sobre un nuevo mensaje en sistema de mensajería instantánea, o una publicación o mención en redes sociales.

**Navegar** las notificaciones: tengo *whatsapp*, *Washington Post* (que es la única de noticias que tengo habilitada) porque de todas las que tuve las fui cancelando porque me parecían insoportables o que estaban demasiado politizadas. (Daniela, 20 años, Comunicación Social).

**Chequeo** los mensajes para ver si hay alguno nuevo. Aparecen varios mensajes, pero pueden estar **más abajo**. (Lourdes, 21 años, Comunicación Social).

Con *Instagram* **veo** las notificaciones, acá en este caso no hay ninguna. (Christian, 26 años, Relaciones Públicas).

Generalmente **miro** las notificaciones y después **voy** un toque para abajo, a veces doy algunos "me gusta" por ahí. **Veo** qué publica mi mamá generalmente porque siempre publica cosas que no tiene que publicar. (Lourdes, 21 años, Comunicación Social).

Se pueden identificar dos tipos de verbos en relación con la estrategia de ejecutar el *scroll* respecto de la navegación en notificaciones de sistemas de mensajería, aplicaciones y redes sociales.

El verbo "mirar" y "ver" aparecen como más inespecíficos respecto de la acción para la que sirve al ejecutar el gesto. Luego aparece otro verbo que implica ya una acción más directa, como "ir". También se mencionan "chequear" y "navegar" que implican una acción más específica y dirigida hacia el contenido de la notificación, se trata entonces de la aplicación del gesto táctil específicamente hacia las notificaciones (una acción concreta y dirigida hacia ese fin).

### Navegar por el contenido

Los estudiantes entrevistados, durante la sesión de navegación asociaron la ejecución del *scroll* a diversas acciones de lectura o de desplazamiento por un contenido determinado. Este contenido puede ser producido dentro de redes sociales, sistemas de mensajería, aplicaciones o páginas web.

Si hay algún tuit, **reviso** las interacciones desde acá. No desde las notificaciones. **Veo** acá si hay comentarios y **entro** y lo **chequeo** desde ahí. (Giuliana, 23 años, Comunicación Social).

Acá **voy mirando** más quién lo dijo. En este caso, *Twitter*, **me interesa** mucho más seguir a las personas que me parecen referentes en el tema de la información o lo político o en lo social que algo que me resultó llamativo. (Marisol, 24 años, Relaciones Públicas).

En *Facebook* cuando **entro a leer miro** los comentarios, aunque depende de quién, porque, por ejemplo, "cuánta falta de respeto se lee en las redes", esto era falso. Lo leí tantas veces que sigo. (Giovanna, 23 años, Periodismo).

**Ve**o un par de historias, las que me **interesan** (no veo todas). Hay gente que ve todas seguiditas. Yo **veo** las de las personas que me **interesan**, después no veo más. (Micaela V., 22 años, Ciencias de la Comunicación).

En este caso se han seleccionado diversos fragmentos de estudiantes que ejecutaron el gesto mientras se desplazaban por contenidos producidos en redes sociales. Los verbos que describen la acción de *scroll* están vinculados, en principio, a “ver”, así aparece también “mirar”. Otras acciones vinculadas a la lectura están descritas a través de los verbos “leer” y “chequear”, lo que muestra específicamente la acción de navegación/lectura que se interpreta a partir del gesto. Se indica además el verbo “revisar” lo que implica una lectura atenta y cuidadosa sobre un contenido. Es una acción mucho más específica que “ver” por ejemplo.

La ejecución del gesto táctil también se hace presente cuando los estudiantes entrevistados para esta investigación navegan/leen a través del contenido de una página web o una aplicación.

Cuando **entro** a una nota, entro y **leo**, no de manera general. A veces no la leo entera por tiempo, porque "listo ya me informé" o me saqué la duda que tenía a la mitad de la nota, y me voy. (Valentina, 21 años, Comunicación Social).

Tampoco **leo** todo, es como que siempre estoy **viendo** noticias que tienen que ver con medios o con espectáculos, saber todo lo que pasa con Disney. (Victoria, 22 años, Comunicación Social).

Acá **entro** y normalmente respeto el orden de los párrafos. Quizás si me parece ya demasiado largo, por ahí **voy avanzando** un poco más. Suelo leer los comentarios, pero eso también porque al comunicar notas al respecto, **me interesa** mucho saber qué es lo que opina la gente. (Marisol, 24 años, Relaciones Públicas).

Yo miro el título, bloqueo cuando me piden información. **Miro** el título, la bajada y **voy** derecho al texto. Video y eso no lo miro. (Mauro, 28 años, Relaciones Públicas).

Lo que hago es entrar y fijarme y si es una noticia que me **interesa**, capaz que entro en el link que te ponen y la leo. (Micaela, 28 años, Relaciones

Públicas).

En este caso, a la hora de *scrollear* en contenidos de páginas web también se destacan dos tipos de verbos: aquellos referidos específicamente al acto de leer con los ojos (“mirar”, “leer”, “ver”) y aquellos que implican otro tipo de acción ejecutada con el gesto (“ir”, “entrar”, “avanzar”).

En algún caso también vuelve a aparecer la idea del “interés” como motor de la estrategia y por lo tanto del gesto táctil ejecutado. Además, la utilización verbal del gerundio (“voy avanzando”) describe a un gesto táctil que se va desarrollando mientras se “lee” con los ojos el contenido.

En el caso de Lara (Periodismo), el último testimonio también recoge que mientras se ejecuta el gesto táctil se menciona un verbo más de “acción” (a través del tacto en la pantalla) que es “entrar” y luego el término que implica leer/navegar vinculado al mundo del “ver”. En ambos casos, nuevamente se refuerza la idea del “interés” como motor de la estrategia.

### Hacer *scroll*

La mención a *scrollear*, hacer *scrolling* o simplemente mencionar al *scroll* durante las sesiones de navegación fue algo que se repitió en varias expresiones de los estudiantes que forman parte de esta investigación.

Por eso se consideró apropiado tomar la expresión (o sus derivados) como un código aparte, para rastrear el sentido a la expresión asociado a la ejecución del gesto táctil durante la sesión de navegación.

Lo que hago, por ejemplo, es que veo videos, veo cómo toca, pero no lo escucho, salvo que...Hago siempre un ***scroll*** todo el tiempo. (Rocío, 22 años, Periodismo).

Si no hago en el inicio un ***scrolleo*** general. (Jael, 29 años, Comunicación Social).

Me suelo colgar con las notificaciones y suelo ir o a una cosa o a la

otra. Después **scrolleo**. (María, 21 años, Ciencias de la Comunicación).

Primero que nada, voy al inicio y arriba de todo, a lo más nuevo. A partir de ahí voy bajando. Hago **scroll**. (Micaela V., 22 años, Ciencias de la Comunicación).

En los testimonios presentados, los estudiantes asocian la acción de *scrollear* a una actividad o rutina propia de la interacción con el dispositivo, a un gesto táctil que se hace “todo el tiempo” de manera más o menos general e inespecífica.

Este hábito se refiere *mindless scrolling*, es decir, al acto de desplazarse por la superficie de la pantalla sin un sentido cierto o sin alguna necesidad o interés. La ejecución del gesto táctil aparece, de este modo, casi como una acción sobre la que no se reflexiona demasiado, una práctica casi ritual a la hora de abordar determinados contenidos.

Voy haciendo como un **scrolleo**. **Escaneo** a ver qué es lo que me **interesa**, si veo que nada me importa me voy, entendí y ya está. (Victoria, 22 años, Comunicación Social).

Hago un **scrolleo** general, en el inicio está lo que **me interesa**, está INSAT, una página de mantenimiento de espacios verdes muy buena, que es de unos amigos míos. (Christian, 26 años, Relaciones Públicas).

Voy **scrolleando** a ver si hay algo que **me interesa**, si hay una foto que me interesa entro. La veo entera, si no, la dejo pasar. (María, 21 años, Ciencias de la Comunicación).

Acá lo primero que miro es el titular y después si me interesa la termino de leer.

Si no abandono a mitad de camino. Voy leyendo a través de un *scrolleo* rápido, aunque si es una nota muy específica que **me interesa** la **leo** completa y si no la ojeo por arriba. (Jael, 29 años, Comunicación Social).

En este caso, el gesto de *scrollear* ya no está asociado a un “desplazamiento sin sentido” sino que se vincula a la posibilidad de encontrar contenido en redes

sociales o en aplicaciones que despierten interés en los estudiantes entrevistados, lo que evidentemente haría que o bien puedan leerla entera o bien “ingresar” o “entrar” a través de otro gesto táctil.

El interés, por lo general suele estar acompañado de verbos vinculados a la vista: “ver”, “leer” o inclusive “escanear”.

### Buscar

El *scroll* también está asociado a la búsqueda de contenidos a partir de aplicaciones, redes sociales, sistemas de mensajería o bien páginas web a las que se accede a través del navegador.

En la lupita, de las cosas que **yo voy buscando y viendo** me aparecen contenidos parecidos, entonces yo ya sé que busco cosas de moda y me aparecen acá o de cocina y me aparecen acá. (Micaela, 28 años, Relaciones Públicas).

Acá **busco** normalmente primero cuáles son las tendencias. También el destacado de acá arriba que siempre me hacen. (Marisol, 24 años, Relaciones Públicas).

En este caso, el gesto táctil se asocia a la búsqueda en redes sociales, vinculado principalmente al verbo “buscar” y en algún caso asociado también a “ver”. De este modo el *scroll* también es usado por los estudiantes entrevistados en el marco de una estrategia de búsqueda.

Esa misma estrategia también puede ser utilizada para la navegación a través de páginas web (a las que se accede por navegadores) o bien en algunas aplicaciones distintas de las redes sociales.

**Trato de buscar** lo más actualizado. Obviamente si veo que esta noticia, de hace 4 horas, no está completa, **voy** a la anterior a ver si tiene algo más y si no, espero. (Pedro, 22 años, Comunicación Social).

Acá había **buscado** lo de Thelma Fardin, era lo último que había buscado. (Giovanna, 23 años, Periodismo).

Voy haciendo una **búsqueda general**. Acá primero estoy **mirando** los



títulos, a las fotos no les estoy dando mucha importancia, porque lo que estoy buscando justamente es una noticia que pueda servir para contar. (Rocío, 22 años, Periodismo).

Por lo general lo primero que aparece es Wikipedia. Es un **pantallazo general**, pero si querés entrar más a fondo hay que **buscar** más exhaustivamente en *Google* obviamente. (Joaquín, 21 años, Periodismo).

Aquí algunos de los estudiantes entrevistados asocian el gesto táctil con la búsqueda de información mientras están navegando en páginas web y específicamente en noticias. Este tipo de búsquedas está asociado, tal como se vio más arriba, con la necesidad de hacer un “pantallazo general” o una “búsqueda general”. En algunos casos la búsqueda que traduce al gesto táctil tiene que ver con una actualización de contenidos.

#### Pasar contenido/lectura rápida

El *scroll* puede ser vinculado por los estudiantes a una lectura rápida o bien a pasar contenidos. En algún caso puede coincidir con el acto de “desplazamiento sin sentido” que se mencionaba más arriba. En otros puede ocurrir que la propia dinámica de la plataforma (por ejemplo, *Instagram* o *Twitter*) le proponga al usuario este tipo de desplazamiento (las historias) para poder chequear las últimas publicaciones de las personas a quienes siguen.

Me acuerdo de las fotos de los usuarios, dado que les presto atención por sus fotos. Si se que es gente que me cae mal, **lo paso** directamente así y ni lo veo. (Constanza, 19 años, Gestión de Medios y Entretenimiento).

**Subo** para empezar a ver historias y **empiezo a leer, a ver**. Si no me interesa, paso. (María, 21 años, Ciencias de la Comunicación).

O, por ejemplo, acá *Clarín*, "un auto se cruzó de carril y murieron..." esto no me interesa, entonces chau. Pero después seguís **bajando**. (Micaela V., 22 años, Ciencias de la Comunicación).

Estos fragmentos de sesiones de navegación están vinculados a la ejecución



del gesto táctil en interacción con redes sociales. El *scroll* está identificado con dos tipos de verbos, uno vinculado a acciones que implican la mirada “leer”, “ver” pero también describen el movimiento del dedo que toca la pantalla “subir”, “bajar” y también aparece el verbo “pasar” para indicar que se cambia de contenido, lo que implica además una cierta velocidad en la ejecución del gesto, pero vinculado a una cierta motivación o interés respecto del contenido que se está ojeando.

En las próximas citas a las sesiones de navegación, podrá verse como los usuarios ejecutan el gesto táctil pero ya vinculado al “desplazamiento sin sentido” no solo en redes sociales sino en contenidos específicos de aplicaciones o de páginas web.

**Corro** bastante rápido a **ver** qué es lo que está pasando. La verdad es que no me detengo mucho en nada, pero, que se yo, puede ser un meme, puede ser *Eameo*. (Mauro, 28 años, Relaciones Públicas).

Capaz entro y me pongo a ver **y paso y paso y entro y paso** de perfil a perfil y ahí vas conociendo otras cosas, otra gente a la que seguir, algo que te guste. (Valentina, 21 años, Comunicación Social).

En general veo el inicio, **voy leyendo muy rápido**: depende si es un usuario al que sigo mucho. A este Xiberial lo sigo bastante o a este de acá. (Enzo, 20 años, Comunicación Social).

Acá leería primero por acá, siempre. Después leo esto. Voy por la bajada y después como que **lo voy pasando bastante rápido**. (Rocío, 22 años, Periodismo).

En este caso, a nivel verbal los estudiantes asocian el gesto táctil con la velocidad del movimiento del dedo con el que lo ejecutan, que implicará además la rapidez con la que ven pasar los contenidos en pantalla.

Se trata de un desplazamiento veloz indicado por las descripciones “pasar rápido”, “leer rápido”, “correr” o bien el gráfico “pasar, pasar y pasar”, que explicaría el movimiento del dedo.

##### 5) *Discusión y conclusiones*

De acuerdo a este relevamiento, este gesto táctil fue asociado por los estudiantes a las siguientes acciones: ver/leer un contenido en general, navegar por notificaciones, navegar por un contenido, buscar y leer o ver rápido.

Una mención aparte ocurre en tanto que los estudiantes pueden definir al scroll identificándolo con esa misma palabra o con otras asociadas (“hacer scroll” o scrolling) cuestión que no ocurre con ninguno de los otros gestos relevados.

El gesto táctil analizado aparece vinculado a la lectura/navegación “en general”, asociado a la lectura superficial y más rápida vinculada a la práctica en el dispositivo. Las expresiones que acompañaron la ejecución de esos gestos tuvieron que ver con “hacer un pantallazo”, “no entrar en detalles” lo que implica hacer una primera lectura/navegación más general.

Cuando los estudiantes leen o navegan por notificaciones aparecen ya términos más específicos para definir la acción y la estrategia: “chequear”, “navegar” que se combinan con otros más inespecíficos como “ver” o “mirar”.

El scroll de acuerdo a lo relevado durante las sesiones de navegación también da la oportunidad para definir la lectura/navegación por contenidos específicos dentro de redes sociales u otras aplicaciones y páginas web. Nuevamente se hacen presentes los verbos “ver” y “mirar” que asocian la lectura a un hecho visual, aunque aparece también “chequear” que implica una acción mucho más específica.

Cuando el gesto táctil se ejecuta mientras se interactúa con un contenido de una página web, vuelven a aparecer los verbos que asocian la navegación/lectura con un acto puramente visual, “leer”, “ver, pero también los estudiantes describen el acto con acciones más vinculadas al gesto que a la lectura (“ir”, “entrar”, “avanzar”).

El gesto de desplazarse con el dedo por un contenido es el único que es

claramente identificado por su nombre por parte de los estudiantes que, en diversas partes de las sesiones, verbalizaban su ejecución a través de la expresión “hacer scroll” scrollear o “hacer scrolling”.

Respecto de esta identificación pueden hacerse dos observaciones. La primera tiene que ver con que el gesto está identificado a una acción sin sentido, casi ritual, que se reitera todo el tiempo.

Esto recuerda al mindless scrolling, es decir, el acto de desplazarse por la pantalla sin ningún sentido u objetivo, una práctica sobre la que no se reflexiona demasiado al ejecutarla.

En gesto táctil analizado también se asocia a la estrategia de “buscar” contenidos desde aplicaciones o páginas web, a través del verbo más específico “buscar” u otros que vinculan la lectura a un acto óptico como “ver”, “mirar”.

Otra de las acciones que se vinculan al scroll es la de “pasar/leer contenido rápido”. En este caso, tal como ya se anticipó antes, aparece el “desplazamiento sin sentido”, en algunos casos, por la propia dinámica de la plataforma que ofrece el contenido (ocurre en *Twitter* e *Instagram*).

En este sentido, el scroll está vinculado a actividades del ojo: “mirar”, “ver” pero también pueden describir el movimiento que hace el dedo al desplazarse por la pantalla: “subir”, “bajar” o “pasar”.

También los estudiantes asocian al gesto táctil ejecutado con la velocidad del movimiento del dedo en el desplazamiento cuando manifiestan expresiones tales como “pasar rápido”, “leer rápido” o “correr”. En este sentido, esta estrategia de lectura rápida recuerda la que describe Guglielmo Cavallo (2011) respecto de lo que hacían los antiguos romanos leyendo los rollos. En ese soporte, la sucesión de columnas hacía que la mirada pasara “inmediatamente y sin interrupción de una

columna a la otra” (2011: 127) en lo que se denomina una “vista panorámica” (*panoramic aspect*) de la lectura. El scroll entonces actúa como una remediación de un modo de lectura de la antigüedad. A propósito de esto, Jesper Svenbro (2011) recuerda que uno de los verbos que se utilizaba en la Grecia clásica para definir la lectura era “desenrollar” o “recorrer” el texto con la vista.

La cuestión del interés está presente en varias de las acciones que se identifican a través del gesto scroll. En el caso de la vinculación con el “paneo general” hay una asociación hacia el interés, anticipando lo que harán inmediatamente luego de la primera lectura global (se supone que en el caso de que algo interese podrán detenerse en la publicación). Cuando identifican el gesto con una lectura más superficial y general, buscan también algún contenido interesante.

El *scroll* en redes sociales también se vincula a la posibilidad de encontrar contenido interesante mientras se desplazan por la plataforma: el “interés” también es motor de la estrategia. Algo similar ocurre cuando los estudiantes vinculan el gesto táctil con la expresión *scrollear*: también implica la posibilidad de encontrar contenido en redes sociales o en aplicaciones.

Este estudio presenta, al menos, tres limitaciones: en primer lugar se trata de una investigación de carácter exploratorio que incluye solo a una muestra limitada de informantes (19 estudiantes universitarios). Las futuras investigaciones podrían tomar la propuesta teórico-metodológica que aquí se presenta y extrapolarla a una cantidad de entrevistados más representativa.

En segundo lugar, sería posible hacer alguna triangulación metodológica tomando por ejemplo otros aspectos de la perspectiva presentada por la etnografía digital, tratando de vencer alguno de los sesgos que pudieran presentarse por la

forma experimental del estudio que aquí se presenta.

Un tercer aspecto por tener en cuenta es que, en una futura extrapolación, podría acudirse a técnicas de recolección de datos de tipo cuantitativas, lo que permitiría encontrar continuidades en las estrategias de uso de los gestos táctiles en general (y del scroll en particular) y ampliar el repertorio con otras nuevas.

De todos modos, a partir del enfoque exploratorio que aquí se expone, se intenta hacer una propuesta teórico-metodológica completa, considerando la complejidad del objeto de estudio y las posibilidades de conocerlo a través de procedimientos descriptos no solo por la academia sino también por la industria.

## Referencias

Albarello, F. (2009). *Leer/navegar en Internet. Un estudio comparativo entre jóvenes escolarizados y docentes porteños sobre las formas de lectura en la computadora*. (Tesis doctoral). Universidad Austral, Buenos Aires.

Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersand.

Albarello, F. (2020). Informarse en el *smartphone*: estrategias de lectura transmedia por parte de jóvenes universitarios del Aglomerado Gran Buenos Aires. *Palabra Clave*, 23 (3), e2331. doi:10.5294/pacla.2020.23.3.1

Arroyave Uribe, C. I. (2013). Caracterización de la transformación de las prácticas comunicacionales en los jóvenes universitarios por el uso de dispositivos móviles. En *Revista Q. Tecnología, comunicación, educación*, vol.7, número 14. Recuperado de [https://revistas.upb.edu.co/index.php/revista\\_Q/article/view/7737/7060](https://revistas.upb.edu.co/index.php/revista_Q/article/view/7737/7060)

Ávila García, M.S ; Bianchetti, M ; González Gaviña, A. (2017). Uso del método “think aloud” en la investigación cualitativa. *Pistas educativas*. Vol. 39, Núm. 127, 26-38. Recuperado de <http://itcelaya.edu.mx/ojs/index.php/pistas>

Bolter, J. & Grusin, R. (2001). *Remediation. Understanding New Media*. Massachusetts: MIT Press.

Carcelén, S; Mera, M. & Irisarri, J.A. (2019). El uso del móvil entre los universitarios madrileños: una tipología en función de su gestión durante el tiempo de aprendizaje. *Communication & Society*, 32 (1), 199-211. doi: 10.15581/003.32.1.199-211

Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, 18 (4), 111-1136. doi: 10.5294/pacla.2015.18.4.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Cavallo, G & Chartier, R. (2011). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Montevideo, Taurus.

Chacon Araya, J. M. (2017). *Evaluación de usabilidad de juegos de video para casinos en plataformas móviles: conceptos y experiencias*. (Tesis de Maestría). Sistema de Estudios de posgrados, Universidad Nacional de Costa Rica.

Cingolani, G. (2013) “¿Qué se transforma cuando hay mediatización?” En: Rovetto, F. y Reviglio, M. C. (comp.) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora.

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: Crujía futuribles.

Fernández, M. (2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta

analítica. *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, Anuario del Departamento de ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, pp. 189-209.

Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.

García Bertolín, P.P (2003). *El gesto como frente de creación expresiva*. Ponencia presentada en el XXXVIII Congreso Internacional de la Asociación Europea de Profesores de Español, Alcalá de Henares. Recuperado de [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/aepe/pdf/congreso\\_38/congreso\\_38\\_22.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/aepe/pdf/congreso_38/congreso_38_22.pdf)

Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.

Hjardvard, S. (2016). Mediatización: la lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La Trama de la Comunicación*, volumen 20, N 1, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, pp. 235-252.

Hjorth, L., Richardson, I. (2009). *Gaming in social, locative and mobile media*. London, UK: Palgrave.

Human Interface Guideline, Apple. Recuperado de: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/>

INDEC (2019). Encuesta Permanente de Hogares. Módulo de Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Recuperado de: <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Institucional-Indec-BasesDeDatos-3>

Ingold, T. (2013). *Making. Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*. Nueva York: Routledge.

Silva Palacios, M. & da Cunha do Espiritu Santo, R. (2012). “A tactilidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologías”. En *Contemporanea. Comunicação e cultura*, volumen 10, Nº3, pp. 668-685.

Johnstone, C. J., Bottsford-Miller, N. A., & Thompson, S. J. (2006). Using the think aloud method (cognitive labs) to evaluate test design for students with disabilities and English language learners (Technical Report 44). Minneapolis, MN: University of Minnesota, National Center on Educational Outcomes.

Knapp, M. (1999). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entrono*. México: Paidós.

Limón Flores, C. A. (2018). Uso de dispositivos móviles de comunicación por estudiantes universitarios en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de



Monterrey (ITESM), campus Guadalajara. *Recie. Revista electrónica científica de investigación educativa*, volumen 4, número 1, 709-720.

Lindlof, Th. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. London: Sage.

Littau, K. (2008). *Teorías de la lectura. Libros, cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires: Manantial.

Logan, R. (2010); *Understanding new media: Extending Marshall McLuhan*. Nueva York: Peter Lang.

Manovich, L. (2013). *El software toma el mando*. Barcelona: UOCpress.

Márquez, I. (2015). *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*. Barcelona: Anagrama.

Márquez, I. (2017). El smartphone como metamedio. *Observatorio (OBS\*) Journal*, pp. 061-071.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós.

Nielsen, J. (2012). *Thinking aloud: The #1 Usability Tool*. Recuperado del sitio de Internet de Nielsen Norman Group: <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool/>

Ong, W. (1977). *Interfaces of the Word. Studies in the evolution of consciousness and culture*. Londres: Cornell University Press.

Parisi, D, Paterson, M & Archer, J. (2017). Haptic media studies. En *New Media & Society*, Vol. 19, Issue 10, 1513-1522. doi: 10.1177/1461444817717518

Pink, S., Sinanan, J., Hjorth, L. & Horst, Heather (2015). Tactile digital ethnography: Researching mobile media through the hand. En *Mobile Media & Communication*, Vol 4, Issue 2, 237 – 251. doi: 10.1177/2050157915619958.

Ruiz, J; Li, Y.; Lank, E. (2011). *User-Defined Motion Gestures for Mobile Interaction*. Ponencia presentada en Conference on Human Factors in Computing Systems. Session: Mid-air Pointing & Gestures, Vancouver, Canadá. DOI: 10.1145/1978942.1978971

Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. (2009). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. (2015). Ecología de los medios. De la metáfora a la teoría (y más allá)” en



Scolari, C. (ed.); *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.

Taylor, S. J. & Bogdan, R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Verhoeff, N. (2012). *Mobile Screens. The Visual Regime of Navigation*; Amsterdam: Amsterdam University Press.

Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

## Desafios e oportunidades da transformação digital e da sociedade 5.0 na era pós-pandemia

### Challenges and opportunities for digital transformation and society 5.0 in the post-pandemic era

### Desafíos y oportunidades de transformación digital y de la sociedad 5.0 en la era post-pandemia

136

Ana Paula Holanda Lima Ávila<sup>17</sup>, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes<sup>18</sup>

#### Resumo

Neste início de século XXI, as mudanças disruptivas que estão ocorrendo em decorrência da rápida adoção da tecnologia remetem a dois conceitos muito atuais: transformação digital e sociedade 5.0. Estes compreendem uma realidade pautada pela ciência, tecnologia e inovação. O entendimento, entretanto, dessa nova sociedade estava sendo construído em um momento pré-pandemia. Como esta crise acelerou algumas tendências, bem como, modificou e silenciou outras, este ensaio traz uma contextualização atualizada acerca do tema, fazendo **reflexões acerca dos desafios e das oportunidades da transformação digital e da sociedade 5.0 na era pós-pandemia**. Para tanto, este estudo reuniu as mais diversas abordagens sobre o tema e, a partir disso, foi possível elaborar um

<sup>17</sup> Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade de Fortaleza (UNIFOR - 2015-2018). Mestre em Administração de Empresas pela UNIFOR (2013-2014). Especialista em Assessoria de comunicação (FFB, 2011) e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Atuou como Executiva de contas com abrangência nacional no mercado publicitário e possui experiência com gestão de mídias sociais. No âmbito acadêmico, possui artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais. Atualmente é professora da Universidade Estadual do Ceará, onde leciona Publicidade e Propaganda e Marketing.

<sup>18</sup> Danielle Arruda é Doutora em Administração de Empresas pelo Institut d'Administration d'Entreprises de l'Université de Nice - França (1992), com Mestrado Acadêmico (DEA) em Administração pelo Institut d'Administration d'Entreprises de l'Université de Nice - França (1987), Mestrado Profissionalizante (DESS) em Marketing pelo Institut d'Administration d'Entreprises de l'Université de Nice ? França (1986) e Graduação em Ciências Contábeis pelo Centro de Ensino Unificado de Brasília - CEUB (1985). É Professora Associada da Universidade Estadual do Ceará - UECE, onde atua na área de Administração com ênfase em Marketing.

modelo, nomeado DUO, com o intuito de evidenciar que os cenários pós-pandêmicos podem ser construídos por meio de duas lentes: entusiasta e crítica. A partir da visão entusiasta, fundamenta no mito de Prometeu, no conceito de integrados, tecnofilia questiona-se se há progresso social e organizacional sem a tecnologia?. Em contrapartida, pela visão crítica, pautada no mito faustino de Goethe, no conceito de apocalícticos e tecnofobia, alerta-se sobre o individualismo emergente, à saúde física e mental dos indivíduos, sobre a hipervigilância, controle e totalitarismo. Por fim, o estudo traz reflexões fundamentais para uma era, na qual a linha entre organizações e sociedade está cada vez mais tênue.

### Palavras-chave

Transformação digital. Sociedade 5.0. Pandemia de COVID-19.

### Abstract

In the beginning of the 21st century, the disruptive changes that are occurring as a result of the rapid adoption of technology refer to two very current concepts: digital transformation and 5.0 society. These comprise a reality guided by science, technology and innovation. The understanding, however, of this new society was being built in a pre-pandemic moment. As this crisis accelerated some trends, as well as modified and silenced others, this essay brings an updated contextualization on the theme, reflecting on the challenges and opportunities of digital transformation and society 5.0 in the post-pandemic era. To this end, this study brought together the most diverse approaches on the subject and, from that, it was possible to elaborate a model, named DUO, in order to show that post-pandemic scenarios can be constructed through two lenses: enthusiast and critical. Based on the enthusiastic vision, it is based on the myth of Prometheus, on the concept of integrated, technophilia is questioned if there is social and organizational progress

without technology ?. On the other hand, due to the critical view, based on the Faustian myth of Goethe, on the concept of apocalypics and technofobia, it warns about emerging individualism, the physical and mental health of individuals, about hypervigilance, control and totalitarianism. Finally, the study brings fundamental reflections for an era, in which the line between organizations and society is increasingly blurred.

### Keywords

Digital Transformation. Society 5.0. COVID-19 Pandemic.

### Resumen

En el inicio del siglo XXI, los cambios disruptivos que se están produciendo como consecuencia de la rápida adopción de la tecnología hacen referencia a dos conceptos muy actuales: transformación digital y sociedad 5.0. Estos comprenden una realidad guiada por la ciencia, la tecnología y la innovación. Sin embargo, la comprensión de esta nueva sociedad se estaba construyendo en un momento prepandémico. Como esta crisis aceleró algunas tendencias, además de modificar y silenciar otras, este ensayo trae una contextualización actualizada sobre el tema, reflexionando sobre los desafíos y oportunidades de la transformación digital y la sociedad 5.0 en la era pospandémica. Para ello, este estudio reunió las más diversas aproximaciones sobre el tema y, a partir de ello, fue posible elaborar un modelo, denominado DUO, para mostrar que los escenarios pospandémicos se pueden construir a través de dos lentes: entusiasta y crítico. . A partir de la visión entusiasta, se basa en el mito de Prometeo, en el concepto de tecnología integrada, se cuestiona si hay progreso social y organizacional sin tecnología ?. Por otro lado, debido a la mirada crítica, basada en el mito fáustico de Goethe,

sobre el concepto de apocalipsis y tecnofobia, advierte sobre el individualismo emergente, la salud física y mental de los individuos, sobre la hipervigilancia, el control y el totalitarismo. Finalmente, el estudio trae reflexiones fundamentales para una época en la que la línea entre organizaciones y sociedad es cada vez más difusa.

### **Palabras clave**

Transformación digital, Sociedad 5.0, COVID, Pandemia.

## 1. Introdução

Os impactos das mudanças tecnológicas estão alcançando consumidores, empresas e nações (Gillpatrick, 2019). Em termos organizacionais, a transformação digital vem revolucionando as organizações e modificando a prática de diversos setores devido à crescente adoção de novas tecnologias (Di Gregorio et al., 2019; Gillpatrick, 2019, Vial, 2019). De modo geral, a tecnologia está modificando a sociedade industrial centrada na manufatura e possibilitando a gênese de uma sociedade onde a informação ocupa um papel soberano (H-UTokyo Lab, 2020). A sociedade 5.0 remete a um cenário sustentado pelos recursos tecnológicos como a internet das coisas (IoT), *big data* e inteligência artificial. As características que diferenciam esta nova sociedade das outras que existiram desde os primórdios da humanidade são referentes à acumulação e o compartilhamento do conhecimento, à utilização dos dados para a tomada de decisão, à união do ciberespaço e do espaço físico, e o surgimento de serviços interconectados para uma sociedade mais centrada nas pessoas (Deguchi et al. 2020). Esse processo sem precedentes na história da humanidade pode criar grandes promessas, mas, também, em contrapartida, possíveis perigos. Esse momento histórico que possui uma natureza emocionante e desafiadora foi nomeado quarta revolução industrial pelo alemão Klaus Schwab, fundador do Fórum Econômico Mundial.

Em 2020, uma variável macroambiental imprevisível, a crise sanitária provocada pela Covid-19, evidenciou, ainda mais, que a transformação digital é um caminho inevitável para as organizações tradicionais. Apesar de alguns estudiosos afirmarem, que não há precedentes para esta crise, desde a quebra da bolsa de Nova Iorque em 1929 (He & Harris, 2020), foram realizadas algumas comparações

com o panorama social da crise financeira de 2008. Desse modo, os dados de um estudo da *United Conference on Trade and Development* – UNCTAD (2020) mostram como a adesão à tecnologia cresceu de forma vertiginosa na última década. O número de usuários de internet de 1,6 bilhões em 2008 para 4,1 bilhões em 2020. Esse estudo também revelou, que o número de compradores online mais que dobrou e o valor do comércio eletrônico *business-to-consumer* (B2C) aumentou de menos de US\$ 1 trilhão para mais de US\$ 3,8 trilhões. Com isso, o tráfego do Protocolo Global da Internet (um *proxy* para fluxos de dados) aumentou de 4.000 GB por segundo para 100.000 GB por segundo. No Brasil, o isolamento social desencadeado pela pandemia do novo coronavírus, aumentou o interesse do consumidor pelas compras online e esse cenário é considerado irreversível (EBC, 2020).

Apesar das mudanças em níveis organizacionais e sociais serem impreteríveis e inevitáveis, observa-se que essas são analisadas sob olhares entusiastas e críticos, os quais elencam seus pontos positivos e negativos. Essa dicotomia ocorre porque as tecnologias modernas, geram, na mesma medida, conforto e desastres (Osiceanu, 2015). Considerando-se a natureza ambivalente da quarta revolução industrial, este estudo busca fazer **reflexões acerca dos desafios e das oportunidades da transformação digital e da sociedade 5.0 na era pós-pandemia.**

Ao propor um ensaio teórico, percebe-se a importância de pautar a reflexão sobre conceitos aparentemente antagônicos, mas complementares entre si. Desse modo, tornou-se inevitável não recordar dos conceitos do semiótico italiano Umberto Eco (2011), apocalípticos e integrados, os conceitos de tecnofobia e tecnofilia, e das visões distópicas e utópicas acerca dos impactos da tecnologia na

sociedade. Sendo assim, nesta análise, os desafios são percebidos por meio da visão distópico-fáustica, que remete aos, também, chamados pessimistas ou apocalípticos. Já as oportunidades são pautadas na perspectiva utópico-prometéica, a qual alude aos tecnotimistas e aos integrados (Da Silva & Barone, 2020).

Destarte, nesta reflexão, recorre-se ao método do ensaio teórico, o qual não tem a intenção de trazer conclusões, isto é, verdades absolutas, mas contribuir para a compreensão dos desafios e oportunidades desta nova sociedade que está emergindo. Sendo assim, com o intuito de fundamentar a discussão em pressupostos teóricos, divide-se este ensaio em três tópicos teórico-analíticos e, por fim, são tecidas as considerações finais.

## 2. A quarta revolução industrial e a gênese da Sociedade 5.0

As revoluções são em sua essência mudanças radicais e abruptas, que decorrem ao longo da história quando a evolução tecnológica e novas formas de perceber o mundo desencadeiam impactos sociais e econômicos. Há cerca de 10.000 anos ocorreu a transição do forrageamento para a agricultura, que constituiu a chamada revolução agrícola. Logo após a segunda metade do século XVIII, sucessivas revoluções ocorreram até a chamada quarta revolução industrial, que marca uma evolução da produção humana aprimorada pelo desenvolvimento cognitivo (Schwab, 2016).

Cada revolução marcou a transição de uma sociedade para outra, desde a sociedade 1.0 até a sociedade 5.0 (Quadro 1). As principais definições, desta última, são pautadas na literatura governamental japonesa. Esta nomenclatura se refere a um tipo de sociedade, na qual “por meio do alto grau de fusão entre o ciberespaço e o espaço físico, será capaz de equilibrar o avanço econômico com a



resolução de problemas sociais, fornecendo bens e serviços que atendem de forma granular a múltiplas latentes necessidades independentemente da localidade, idade, sexo ou idioma” (Deguchi et al. 2020, p.13).

Quadro 1. Evolução das sociedades

	Sociedade 1.0	Sociedade 2.0	Sociedade 3.0	Sociedade 4.0	Sociedade 5.0
Sociedade	Caçador-coletor	Agrário	Industrial	Informação	Super inteligente
Abordagem produtiva	Capturar/reunir	Manufatura	Mecanização	TICs	Reunir o ciberespaço e o espaço físico
Material	Pedra/Solo	Metal	Plástico	Semicondutor	Material 5.0
Transporte	Pés	Boi/cavalo	Carro motorizado/ barco/avião	Multimobilidade	Direção autônoma
Forma de assentamento	Nômade e pequeno assentamento	Cidade fortificada	Cidade linear/industrial	Rede/ cidade autônoma	Cidade descentralizada
Ideais de cidade	Viabilidade	Defensividade	Funcionalidade	Rentabilidade	Humanidade

Fonte: Adaptado de H-UTokyo Lab. (2020).

A quarta revolução industrial possibilita a criação de um mundo, onde há uma cooperação global e flexível entre os sistemas físicos e virtuais de fabricação. Dessa forma, quatro grandes impactos são observados em termos organizacionais: Mudança nas expectativas dos clientes, utilização dos dados para melhoria dos produtos, o que resulta em melhora da produtividade dos ativos, desenvolvimento de parcerias e colaboração entre as empresas, e transformação dos modelos operacionais em modelos de negócios digitais (Schwab, 2016).

Dentre os casos que ocorreram durante a pandemia, sobre a integração do ciberespaço e o espaço físico, destaca-se como um dos mais emblemáticos, a adoção da telemedicina. A telemedicina pode reduzir as “barreiras de tempo,

disponibilidade de profissionais, variabilidade do cuidado e localidade geográfica” (Elsevier, 2019, s.p.). Desse modo, considera-se o uso da telemedicina como uma evolução na prestação dos serviços de saúde para atender às novas demandas da sociedade. No Brasil, renomadas redes hospitalares privadas, tais como, Albert Einstein e D’Or já utilizavam a tecnologia antes da pandemia, visto que já estavam com o seu processo de transformação digital em estágio avançado. Porém, foi durante a pandemia que este tipo de serviços alcançou o sistema de saúde público, nomeado Sistema Único de Saúde (SUS). Considerando-se essa discussão para o campo do marketing de serviços, especificamente, observa-se que a tecnologia surgiu como uma solução diante de um contexto, no qual a interação física entre médico e paciente, poderia acarretar riscos à saúde de ambos. Desse modo, compreende-se que a transformação digital apresenta grandes oportunidades para mitigar os desafios do marketing de serviços, desencadeados pelas características intrínsecas desse setor.

Esse exemplo da implementação da telemedicina constitui apenas um dos campos que estão passando por transformações, pois nesta gênese da sociedade 5.0, já observam-se revoluções nos mais diversos setores, tais como, energia, transporte, cuidados médicos, compras, educação, trabalho e lazer (Deguchi et al. 2020). A transformação digital, como um processo, é impulsionada por outros dois fatores externos à organização além do desenvolvimento da tecnologia: mudança na competição organizacional, e mudanças no comportamento do consumidor em resposta à revolução digital (Verhoef et al., 2020)

### 3. Transformação Digital (TD): um novo paradigma para as organizações

A transformação digital é um processo direcionado às empresas tradicionais que possuem um “DNA analógico” (Rogers, 2017). Apesar de ser direcionada às

empresas tradicionais, a expressão Transformação Digital é interpretada de modo equivocado e simplista ao ser reduzida ao entendimento de que se refere à conversão de informações do mundo analógico para o digital ou à automação de processos por meio da Tecnologia da Informação e comunicação (TIC). Desse modo, cabe uma breve diferenciação do termo digitalização dos negócios, que muitas vezes é utilizado de forma intercambiável com a transformação digital (Hess et al., 2016).

Conforme Rogers (2017), a TD não se refere exclusivamente à adoção de tecnologia pelas organizações, mas está relacionada ao nível estratégico e as novas maneiras de pensar das empresas. Ilustrando a abrangência da transformação digital, destacam-se seus os cinco domínios: valor, clientes, competição, inovação e dados. Isso revela que a tecnologia é apenas uma parte de um enigma, que deve ser resolvido pelas organizações para permanecerem competitivas em um mundo cada vez mais digital (Vial, 2019). Cabe ressaltar, que apesar de a TD não se limitar à tecnologia, esta desempenha um papel de elemento ativador das transformações organizacionais. Estabelecendo um paralelo com o contexto de quarentena e de isolamento social provocado pela pandemia, a tecnologia possibilitou, que muitos negócios continuassem as suas atividades. Entendendo-se, dessa forma, que os danos econômicos não foram ainda maiores, pois algumas empresas já haviam iniciado o processo de transformação digital.

Empresas em níveis avançados a respeito do processo de transformação digital são consideradas digitalmente maduras (Fisch & Fleury, 2020). No Brasil, o Magazine Luiza é um case de sucesso, que iniciou o seu ciclo de transformação digital em 2015 (Magazine Luiza, 2020). Sendo assim, com um processo de TD em estágio avançado, durante a pandemia, essa empresa valorizou-se 65,9% em

comparação ao início de 2020 (Exame, 2020). Esses dados revelam, que as empresas em processo de transformação digital tiveram vantagem perante àquelas que ainda estavam operando 100% de modo analógico. O efeito mais negativo da pandemia se deu sobre o setor de serviços (74,4%) (Agência IBGE, 2020). Esse impacto pode ser justificado pela característica da inseparabilidade, a qual lança desafios, tais como, a necessidade do cliente estar fisicamente presente no processo de produção (Bateson & Hoffman, 2016).

Como mencionado, a transformação organizacional por ocorrer de forma gradual, implica que nem todas as empresas estão na mesma fase de mudança, classificadas em: digitização (*digitization*), a digitalização (*digitalization*), e a transformação digital. A digitização, se refere à ação para converter informações analógicas em informações digitais. Normalmente, a digitização refere-se aos processos de documentação internos e externos, mas não altera as atividades de criação de valor (Verhoef et al., 2020). Já a digitalização, se refere à incorporação da TI e a difusão de recursos digitais em áreas funcionais como operações, compras, cadeia de suprimentos, e marketing (Bharadwaj et al., 2013) e inclui melhorias de processo que podem melhorar as experiências do cliente (Verhoef et al., 2020). No setor público brasileiro, em julho de 2019, o INSS tornou-se o primeiro órgão a disponibilizar seus serviços de forma digital (Governo Federal, 2019). Embora, a transformação digital seja um conceito muito utilizado para se referir à implantação da indústria 4.0, elevados níveis de maturidade digital promovem uma integração de funções tradicionalmente separadas: P&D – pesquisa e desenvolvimento, produção e redes de serviços (Fisch & Fleury, 2020).

Apesar da digitalização de processos e do foco *omnichannel*, isto é, da empresa possuir canais físicos e digitais, ser algo imprescindível no contexto atual,

a pandemia revelou que muitas organizações ainda não estavam preparadas nesse sentido. Essa compreensão é pautada nos pressupostos de Bharadwaj et al. (2013), de que muitas organizações tinham visões desconexas das mudanças digitais, e por isso estavam situadas em um continuum entre o físico e o digital. Essas visões desconexas se materializam, por exemplo, na utilização das mídias sociais como parte de suas operações de marketing, mas sem necessariamente ligá-las de volta à sua infraestrutura de TI principal. Desse modo, os pressupostos teóricos de que a integração e exploração de novas tecnologias digitais como os principais desafios que as empresas enfrentam atualmente (Hess et al., 2016), foram corroborados no contexto de crise.

Retornando aos aspectos conceituais, a TD constitui um “processo que visa melhorar uma entidade desencadeando mudanças significativas em suas propriedades por meio de combinações de informações, tecnologias de computação, comunicação e conectividade” (Vial, 2019, p.3). Essas mudanças organizacionais requerem decisões estratégicas e classificam-se em: incremental, transformacional ou revolucionária. A mudança incremental busca implantar melhorias a processos existentes e alcançar crescimento e sucesso. Já a mudança transformacional implica alterações nos processos em uma proporção maior, pois afeta diversas esferas da organização, o que pode ocasionar resistência por parte dos funcionários. E, por fim, a mudança revolucionária que é considerada mais drástica e ousada, pois altera o propósito, a missão e os valores organizacionais (Sanchez, 2020). Considera-se, a partir dessa classificação, que existe um enorme potencial inexplorado para estudo de casos de empresas que estão em processo de transformação digital.

A transformação digital, também, propõe substituir o modelo baseado em

*pipelines* por plataformas de negócios digitais, tais como, a Uber. O marketing tem um papel maior nos negócios baseados em plataformas do que nos negócios de *pipeline*, pois pode facilitar um equilíbrio entre oferta e demanda em um curto espaço de tempo (ou mesmo em tempo real) por meio do acesso aos dados de todos os usuários (Rangaswamy et al., 2020). Apesar dos poucos estudos publicados, já se percebe, que o marketing tradicional, baseado em *pipeline*, ou seja, com uma sequência bem definida entre planejamento e execução tende a perder espaço para um marketing mais dinâmico e adaptável (He & Harris, 2020). A dinâmica de negócios durante a pandemia exigiu agilidade nas mudanças referentes aos 4 p's tradicionais.

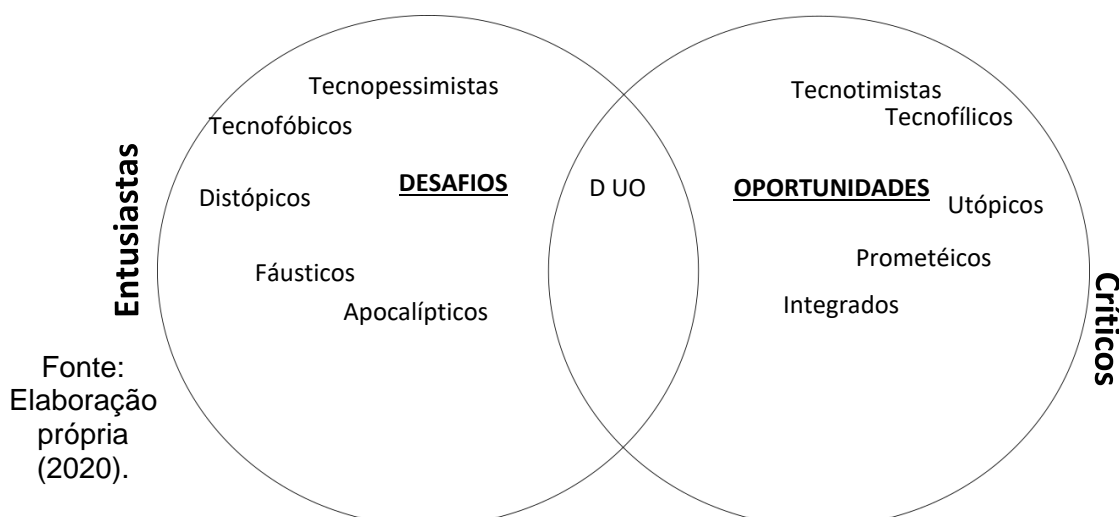
Neste sentido, a consultoria McKinsey (2020) em seu relatório intitulado, “Da sobrevivência à prosperidade: Reinventando o retorno pós-COVID-19” menciona que as empresas que reinventarem seus modelos de negócios se beneficiarão das oportunidades do novo normal. Destacando-se que as empresas bem-sucedidas na era pós-pandemia serão aquelas que criarão um novo valor, que inclui inovação de produtos e experiências, gestão mais ágil e interconectada e customização em massa e sustentabilidade ambiental. De acordo com Verhoef et al. (2020), a transformação digital implicará no aumento da dependência de TI e funções analíticas. Com isso, do ponto de vista do gerenciamento de recursos humanos, a transformação digital implica a atração de funcionários com habilidades digitais e analíticas que podem substituir a força de trabalho existente. Por exemplo, no marketing, comerciantes tradicionais de marcas e produtos são substituídos por especialistas em marketing on-line e móvel, enquanto analistas de dados podem assumir o papel de pesquisadores de marketing. A partir dessas reflexões, compreende-se que as oportunidades e desafios na adoção da transformação

digital são praticamente indissociáveis.

#### 4. Oportunidades e desafios na era pós-pandemia

Os desafios e as oportunidades para os cenários pós COVID-19 são apresentados por meio do modelo DUO (Figura 1), que representa as principais linhas de pensamento existentes sobre a quarta revolução industrial. Esse modelo foi construído para ilustrar a necessidade de unir conceitos aparentemente antagônicos, mas que constituem, na realidade, “dois lados da mesma moeda”.

**Figura 1.** As dicotomias da quarta revolução industrial



Esses conceitos representam algumas das visões dicotômicas, entre tantas outras, que perpassaram a história da humanidade (Tonus; Gurão; Silveira, 2016). Observa-se que alguns conceitos são mais direcionados à tecnologia, tais como tecnofóbicos e tecnofílicos; tecnopessimistas e tecnotimistas, enquanto que outros desses conceitos, como apocalípticos e integrados, foram cunhados com ênfase na análise dos aspectos que serão permanentemente transformados, como a cultura, após a inserção da tecnologia.

Entre as duas posições extremas formadas, representadas pela tecnofilia e pela tecnofobia, surgiu uma variedade de questões sobre o impacto psicológico e social da tecnologia moderna, que fomentou e fomentará ainda mais um intenso



debate sobre as vantagens e simultaneamente os perigos do desenvolvimento de técnicas e tecnologias. Sendo assim, a tecnofilia (atração pela tecnologia) e a tecnofobia (rejeição da tecnologia) são os dois extremos da relação entre a tecnologia e o ser humano, mas principalmente, entre tecnologia e sociedade. O termo tecnofilia surgiu na década de 1960, sendo utilizado principalmente na sociologia, quando se examina a interação entre indivíduos e sociedade. O termo tecnofilia é usado para destacar como a tecnologia pode evocar fortes sentimentos futuristas positivos. Esses entusiastas, percebem que a adoção das novas tecnologias podem melhorar a condição de vida e atuar no combate dos problemas sociais (Osiceanu, 2015). Os tecnotimistas percebem a quarta revolução industrial como uma oportunidade de conseguir integrar a economia global às necessidades não satisfeitas de mais de 2 bilhões de pessoas. Essa possibilidade decorre do aumento da capacidade para resolver externalidades negativas e, a partir desse processo, aumentar o potencial de crescimento econômico (Schwab, 2016). No entanto, a atitude reverente em relação à tecnologia que determina a tecnofilia às vezes impede uma avaliação realista do impacto ambiental e social da tecnologia na sociedade (Osiceanu, 2015). Essa visão utópica-prometeica remete ao mito de Prometeu, que criou suas artes, contrariando Zeus, para “aliviar as misérias da condição humana” (Ésquilo, 2009, p.10). Recorre-se, também, ao conceito de integrados, proposto por Humberto Eco na década de 1970, o qual pressupõe uma era de alargamento cultural e de melhoria social desencadeada pela tecnologia. Essa visão também é corroborada pelo conceito de tecnofilia, que oportuniza a emancipação da humanidade por meio da adoção da tecnologia (Tonus, Gurão & Da silveira, 2017).

Os tecnofóbicos, por sua vez, possuem uma resposta emocional e atitudes



negativas em relação à tecnologia. Os principais motivos da oposição em termos de desenvolvimento técnico são de natureza ecológica e ética. Considera-se que tecnologia destrói o meio ambiente e que a biometria e videovigilância, por exemplo, podem causar sérios danos à liberdade individual, criando um controle social progressivamente capaz de degenerar em uma nova forma de totalitarismo (Osiceanu, 2015). A visão fáustica inspira-se no mito faustino, que “...representa o drama humano da busca insaciável do poder e do conhecimento, que deforma a alma e corrompe seu relacionamento com Deus e a natureza...” (Goethe, 2014, s.p). Nessa perspectiva, a busca desenfreada pelo poder tecnológico carece de qualquer outra justificação humana (Gama & Tavares, 2015). Essa visão distópica pressupõe uma dissolução das culturas regionais, a superficialidade das informações e a dependência dos dispositivos tecnológicos (Tonus, Gurão & Da silveira, 2017).

Por fim, parafraseando Tonus, Gurão & Da silveira (2017) não há ruptura entre essas visões dicotômicas. Desse modo, entende-se que ambas as visões precisarão conviver lado a lado. Por meio do modelo DUO, evidenciou-se que os desafios e as oportunidades coexistem, pois resultam de visões complementares em sua essência.

## 5 Considerações finais

Este estudo buscou fazer **reflexões acerca dos desafios e das oportunidades da transformação digital e da sociedade 5.0 na era pós-pandemia**. Para tanto, recorreu-se a alguns conceitos aparentemente antagônicos, mas que se complementam e ajudaram a construir uma análise dialética dos fenômenos em questão. Visando sintetizar as informações obtidas neste estudo, formulou-se um modelo denominado DUO. Este modelo pressupõe que os cenários

pós-pandemia somente poderão ser formulados a partir de uma abordagem integrativa que une os desafios (D) e as oportunidades (O) da quarta revolução industrial com ênfase para os aspectos da transformação digital e da sociedade 5.0.

A pandemia de COVID-19 deixará cicatrizes permanentes na sociedade. Como mencionado e exemplificado, as transformações impactaram e impactarão a sociedade, o governo, a saúde, a economia, o estilo de vida das pessoas. A partir de uma perspectiva entusiasta, projeta-se que a crise criou oportunidades ao uso flexível da tecnologia, o aumento da busca dos prazeres de uma vida mais simples e ao ar livre. Porém, paradoxalmente, há um risco de se emergir um individualismo em decorrência de uma vida mais conectada (Goede, 2020).

A partir da visão entusiasta, questiona-se se há progresso social e organizacional sem a tecnologia. Por meio dessa perspectiva, as oportunidades pós-pandemia são referentes ao desenvolvimento da cooperação global, surgimento e evolução de serviços, tais como, a telemedicina, visando incluir mais de 2 bilhões de pessoas que estão à margem do sistema. Além disso, destacam-se as oportunidades em termos de sustentabilidade socioambiental, pois o consumidor na era pós-pandemia estará mais resistente às formas de consumo antiéticas, sendo assim, não se convencerá da responsabilidade social corporativa apenas por meio de propagandas, mas por meio da visualização de ações efetivas (He & Harris, 2020). Em contrapartida, os desafios são referentes à saúde mental e física dos indivíduos, em um contexto, no qual a esfera privada se torna, cada vez, mais pública e à segurança dos dados dos usuários de tecnologia, por exemplo.

Este ensaio trouxe uma contribuição para a construção do conhecimento

acadêmico sobre o tema ao propor um modelo que integra diversas perspectivas sobre a relação entre tecnologia, sociedade e organizações. Considera-se que este, por seu caráter recente ainda carece de muitos estudos de natureza teórica e empírica para atingir o seu estado da arte e, por isso, sugerem-se que novas pesquisas sejam realizadas contemplando as visões entusiasta e crítica desse fenômeno sem precedentes na história da humanidade. Como contribuição prática e gerencial, este estudo contribui para que as organizações desenvolvam-se a partir de um pensamento mais holístico, visto que o limiar entre as organizações e a sociedade está cada vez mais tênue.

## Referências

Agência IBGE. (2020, 24 de setembro). Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas>.

Bateson, J.E.G. & Hoffman, K. D. (2016). *Princípios de marketing de serviços: Conceitos, estratégias e casos*. 3. ed. São Paulo: Cenage Learning.

Bharadwaj A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013) Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Q* 37(2):471–482  
EBC. (2020, 18 de agosto). Interesse por compras online deve continuar após pandemia: *Pesquisa ouviu mais de 2 mil pessoas sobre comércio eletrônico*. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/interesse-por-compras-online-deve-continuar-apos-pandemia>.

Angelo Di Gregorio, Isabella Maggioni, Chiara Mauri & Alice Mazzucchelli. (2019). Employability skills for future marketing professionals, *European Management Journal*, 37 (3), pp. 251-258.

Da Silva, Alexandre M. & Barone, Dante A. C.. (2020). Inteligência Artificial e o Futuro do Trabalho: entre Fausto e Prometeu. *In*: Workshop sobre as implicações da computação na sociedade(WICS), Cuiabá. **Anais** [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, pp. 107-113.

Deguchi, A. et al. (2020). *What Is Society 5.0*. In: Hitaschi-UTokyo Laboratory. 2020. Society 5.0. A People-centric Super-smart Society. Japan: Spring Open.

Eco. Humberto. *Apocalípticos e integrados*. Ebook. Debolss!llo, 2011.

Elsevier. Telemedicina e a transformação digital na saúde. Disponível em: Acesso em: 20 ago. 2020.

Ésquilo. *Prometeu acorrentado*. 6.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

Exame. (2020, 18 de agosto). Em alta de 66% no ano, Magalu mostra o tamanho do avanço na pandemia. Disponível em: <https://exame.com/negocios/magalu-magazine-luiza-balanco-pandemia/>.

Fisch, Flavio, & Fleury, Afonso. (2020). Towards the Digitally-Enabled Multinational Inner Network (DEMIN). *Gestão & Produção*, 27(3), e5615. Epub August 07, 2020. <https://doi.org/10.1590/0104-530x5615-20>

Gama, Linda Nice, & Tavares, Cláudia Mara de Melo. (2015). Educação e mídias: implicações contemporâneas no cotidiano acadêmico. *Texto & Contexto – Enfermagem*, 24(2), 593-599. <https://doi.org/10.1590/0104-07072015002052014>

Gillpatrick, T. (2019). The digital transformation of marketing: Impact on marketing practice & markets. *Economics*, v. 7(2), 139-156. <https://doi.org/10.2478/eoik-2019-0023>

Goede, M. (2020). COVID-19 and Change. *Archives of Business Research*, 8(7). 311-369

Goethe. J. W. (2014). *Fausto*. São Paulo: Editora Paulus.

Governo Federal. (2020, 22 de setembro). Transformação digital. INSS completa digitização de todos os serviços. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2019/07/inss-completa-digitizacao-de-todos-os-servicos> .

He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of business research*, 116, 176–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>

**Hitaschi-UTokyo Laboratory. (2020). Society 5.0. A People-centric Super-smart Society. Japan: Spring Open.**

Kantar. Thermometer – Ed. 6. Disponível em: <https://br.kantar.com/mercado-e-pol%C3%Adtica/sa%C3%Bade-e-esporte/2020/thermometer-ed6/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

Magazine Luiza. Nossa história. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nossa-Historia?=maMhsoEQNCO/Wxrb98OXA==> . Acesso em: 18 ago. 2020.

Mckinsey. Da sobrevivência à prosperidade. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/from-surviving-to-thriving-reimagining-the-post-covid-19-return/pt-br>. Acesso em: 09 set. 2020.

Osiceanu, Maria-Elena. (2015). Psychological implications of modern technologies:"technofobia" versus "technophilia", On-line, *Procedia -Social and Behavioral Sciences* 180, pp. 1137 –1144.

Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., van Bruggen, G., Wieringa, J., & Wirtz, J. (2020). The role of marketing in digital business platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 50(3) forthcoming

Rogers, R. L. (2016) ***The digital transformation***. Columbia University Press, New York.

Sanchez, W. *Gestão da mudança*. Editora Senac: São Paulo, 2020.

Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution: What it means and how it responds*. New York: Currency Books.

Tonus, M., Gurão, B., & Da Silveira, D. (2017). Tecnofobia x tecnoutopia: o equívoco simétrico. ***Revista ECO-Pós***, 20(1), 241-255.

Verhoef, P.C., Broekhuizen, T.L.J., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J.Q., & Fabian, N. *et al.* (2019). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda *Journal of Business Research*.

Vial., G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. ***The Journal of Strategic Information Systems***. **28 (2)**, pp. 118-144