

## **Georges Perec e o Monitoramento de Mídias Sociais: algumas aproximações e possibilidades<sup>1</sup>**

Tarcízio SILVA<sup>2</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

### **Resumo**

A obra de Georges Perec tem sido reapropriada para diversos outros fins em disciplinas como sociologia, psicologia e geografia. O presente artigo oferece uma revisão de algumas dessas reapropriações, com ênfase na pesquisa de viés sociológico e comunicacional ressignificada com potencialidades e restrições próprias do registro e resgate do cotidiano nas mídias sociais, incluindo leitura crítica de um estudo de caso.

**Palavras-chave:** pesquisa; mídias sociais; Georges Perec; cotidiano; monitoramento de mídias sociais

### **Pesquisa em Mídias Sociais e a multiplicação dos intérpretes**

Fatores como abundância de dados, buscabilidade, exposição de si e ativismos variados na internet, através da comunicação mediada por computador e, sobretudo, através das chamadas mídias sociais – ou sites de redes sociais – mudaram as feições de muitas práticas da pesquisa sobre comunicação e informação desde a virada do século.

Ao longo do histórico de estudos sobre a internet, alguns autores identificam fases que são essenciais para a compreensão do atual panorama. Scolari (2008) trata dos discursos acadêmicos e populares sobre as “novas mídias” – denominação que critica no trabalho – em quatro fases distintas. A primeira, *Founding fathers*, de 1960 a 1984, foi caracterizada pelas primeiras especulações teóricas sobre comunicação e redes, a partir de Teoria da Informação, Cibernética e Sistemas. A segunda, *Origins*, entre 1984 e 1993, com a exploração dos conceitos de hipertexto, interfaces, realidade virtual através de um olhar da interação humano-computador ou da CMC. A terceira, *Cybercultures*, de 1993 a 2000, englobando a popularização e diversificação dos debates entre discurso popular, acadêmico e crítico. Nestas últimas, em consonância com a popularização da web

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela UFBA e estudante de doutorado em Comunicação na UMESp, contemplado por bolsa taxa CAPES/PROSUP. Diretor de Pesquisa no Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados. email: [eu@tarciziosilva.com.br](mailto:eu@tarciziosilva.com.br)

comercial, estudos sobre comunidades virtuais, identidades, inteligência coletiva e sociedade em rede deram o tom do período. Por fim, entre 2000 e 2008, Scolari fala da fase de *Internet Studies*, onde tecnologias e fenômenos como a web 2.0 caracterizam olhares que avançam a matriz teórica anterior e emergem também a aplicação da Análise de Redes e Teoria Ator-Rede.

De modo relativamente consonante, a interpretação de Fragoso, Recuero e Amaral (2011) das abordagens teóricas sobre a internet sublinha a visão desta como tecnologia midiática que gera práticas sociais que podem ser observados a partir de metodologias de pesquisa qualitativa. A construção dos objetivos de investigação permite entender os atores sociais, suas práticas e performances perpassadas pela comunicação digital. Com objetivos similares, a abordagem dos *digital methods* descrita por Rogers (2013) busca deslocar definitivamente os conceitos do digital e virtual de uma conceituação que os opõe ao presencial, físico ou real. Para Rogers, “the issue no longer is how much of society and culture is online, but rather how to diagnose cultural change and societal conditions by means of the Internet” (ROGERS, 2013, p.21).

Levantamentos bibliográficos realizados nos principais eventos de comunicação brasileiros (AMARAL & MONTARDO, 2011, 2012) e trabalho nosso específico sobre dados em mídias sociais (SILVA, 2015) mostram a relevância crescente destes como objeto científico na comunicação. Nos últimos 10 anos sobretudo, ocorreu também uma redistribuição dos métodos digitais que nos leva a examinar “what digitization means for the distribution of roles in social research between various actors in and outside the university” (MARRES, 2012, p.145) – aqui nos preocupamos sobretudo como a abundância de dados aumentou em número os analistas e intérpretes comerciais da sociedade a partir do digital.

Concomitantemente, crescem as aplicações da literatura do autor francês Georges Perec à pesquisa e processos investigativos, como provam as publicações do livro *Afterlives of Georges Perec* (MCCOSKEN & WILKEN, 2017) e a realização de evento e edição especial da revista *Literaty Geographis* (LEE, 2017). Deste modo, procuramos em seguida levantar e reunir pontos de contato entre Perec e pesquisa nas mídias sociais como um recurso que pode ser aplicado para trazer inventividades para além do performado e delimitado pelas ferramentas de monitoramento e mineração de textos online.

### **Georges Perec: experimentação, sociologia e informação**

Em suas palavras, na introdução e *Pensar/Classificar*, Georges Perec (1936-1982) agrupa sua produção em quatro modos de pensar e lidar com o mundo. Além do novelístico, aponta o lúdico, o autobiográfico e o sociológico como categorias para suas obras. Entre exemplares do novelístico, livros como *As Coisas* (publicado originalmente em 1965) e *Vida: Modo de Usar* (publicado originalmente em 1978) estão entre as obras mais famosas traduzidas para o português. Os quatro modos se confundem ao longo de sua obra, dos quatro focos que identifica como “the world around me, my own history, language and fiction” (PEREC, 2008, p.142).

Em *As Coisas*, a rotina do jovem casal protagonista é descrita de acordo com os objetos que possuem, compram e desejam, suas visitas a lojas, consumo de espetáculos e cultura e viagens enquanto uma busca constante de algo que não sabem bem o quê. São pesquisadores de mercado ainda que não se chamem com a alcunha – chamam-se psicossociólogos e entrevistam indivíduos por toda a França e outros países para descobrir variadas informações para agências de publicidade. Em um trecho especialmente significativo, Perec lista questões de pesquisa nas quais os protagonistas se debruçariam:

E durante quatro anos, talvez mais, exploraram, entrevistaram, analisaram. Por que os aspiradores de trenó se vendem tão mal? O que pensam, nos meios de extração mais modesta, da bebida preparada com chicória? [...] Quanto imagina que custa um isqueiro como este? Quais são as qualidades que exige de um colchão? Pode me descrever um homem que gosta de massas? [...] E houve o sabão em pó, a roupa que seca, a roupa que é passada. O gás, a eletricidade, o telefone. As crianças. As roupas e as roupas de baixo. A mostarda. As sopas em pacote, as sopas em lata. [...] Os estudantes, as unhas, os xaropes para a tosse, as máquinas de escrever, os adubos, os tratores, as diversões, os presentes, a papelaria, a linha branca, a política, as autoestradas, as bebidas alcólicas, as águas minerais, os queijos e as conservas, as lâmpadas e as cortinas, os seguros, as jardinam. Nada do que era humano lhe foi alheio. (PEREC, 2012, p.26-27)

O influente e prolífico sociólogo americano Howard Becker trouxe a produção de Georges Perec como exemplo de um dos inúmeros modos de pensar e falar sobre a sociedade que fogem da restrição da pesquisa acadêmica propriamente dita (Becker, 1998, 2001, 2009). Ao tratar de *As Coisas*, analisa como o uso do imperfeito e do condicional na escrita, algo não usual no francês, “transforma a maioria das ações e eventos em coisas ‘usualmente’ feitas, coisas que aconteceram não apenas uma vez, mas com frequência, que eram repetidas muitas vezes e passaram e ser esperáveis, coisas que iam além do ‘isto aconteceu’ da vida cotidiana” (BECKER, 2009, p.293).

As incursões de Perec nos desafios do *OuLiPo* (Ouvroir de Littérature Potentielle – ou Oficina de Literatura Potencial) fundado pelo escritor Raymond Queneau e o matemático François Le Lionnais foram monumentais como o romance lipogramático *La Disparition*. Este romance, que não usa nenhuma palavra com a letra “e” foi um dos grandes feitos do *OuLiPo* e só recentemente traduzido para o português por Zéfere. O lúdico se confunde com o experimental nos desafios criados no projeto. Entre as publicações carregadas de características autobiográficas – das mais factuais às ficcionais – constam *W ou le souvenir d'enfance*, *La Boutique Obscure*, que descreve 124 sonhos, e *Je me souviens* que reúne 480 lembranças banais, comuns ou quase esquecidas.

Também brincando com os limites do que é digno de nota ou documentação, as descrições fincadas no presencial, testemunhal e efêmero que compõem o projeto de *Tentativa de Esgotamento de Um Local Parisiense* (PEREC, 2016), publicado em 1975, são frequentemente vistas como modelo e adaptadas por artistas, urbanistas, geógrafos e pesquisadores variados. Perec documentou, durante três dias, tudo o que via na praça de Saint-Sulpice, de passantes e veículos a pombos e clima. A busca por um esgotamento de tudo o que via, porém, acaba por ganhar ares de agrupamento temático e categorias, como no trecho:

várias dezenas, várias centenas de ações simultâneas, de microacontecimentos, cada um dos quais implicando posturas, atos motores, dispêndio de energia específicos:  
discussões de dois, discussões de tres, discussões de vários: o movimento dos lábios, os gestos as mímicas expressivas  
modos de locomoção: caminhando, em veículos de duas rodas (sem motor, a motor), automóveis (carros particulares, carros empresariais, carros de aluguel, autoescolas), veículos utilitários, do serviço público, transporte comunitário, ônibus de turismo  
maneiras de carregar (na mão, embaixo do braço, às costas)  
modos de traço (carrinho de compras)  
graus de determinação ou de motivação: esperar, passear, arrastar, errar, ir, correr para, precipitar-se (em direção a um táxi livre, por exemplo), procurar, zanzar, hesitar, caminhar com passo decidido  
posições do corpo: sentado (nos ônibus, nos carros, nos cafés, nos bancos)  
de pé (nas paradas de ônibus, diante de uma vitrina (Laffont, casa funerária), ao lado de um táxi (pagando) (PEREC, 2016, pos.184)

Considerada sua obra-prima, baseada em regras que evocam tabuleiro de xadrez e análise combinatória, *A Vida Modo de Usar* conta uma intrincada miríade de histórias dos habitantes contemporâneos e passados de um edifício em Paris. Cada um dos 99 capítulos se debruça sobre um compartimento do prédio, usando objetos, móveis, livros, objetos de

arte e vestuário para evocar as narrativas que se cruzam com aparente desordem. Os personagens principais, entretanto, são ligados por *puzzles* literais na narrativa.

Os habitantes de um mesmo prédio vivem a apenas alguns centímetros uns dos outros, uma simples divisória os separa, partilham os mesmos espaços que se repetem ao longo dos andares; fazem os mesmos gestos ao mesmo tempo, abrir a torneira, dar a descarga, acender a luz, pôr a mesa, algumas dezenas de existência simultâneas que se repetem de andar em andar, de prédio em prédio e de rua em rua. (PEREC, 2009, p.16)

São inúmeras as replicações e iniciativas artísticas inspiradas em suas obras, sobretudo *Tentativa...*, *Vida modo de Usar* e *Species of Spaces*: fotografia do cotidiano pessoal em *Meu Ponto de Vista* de Rotter (2008); exploração do inventário fotográfico e suas classificações entre documental e artístico em Abreu (2011); *Proyecto Calle Real*, de Santiago Bautista (2014), que propõe uma cartografia a partir da fotografia, ilustração e desenho; colecionismo e fabulação sobre objetos encontrados nas ruas por Santos (2014); estudos espacio-temporais do cotidiano em quatro praças em Öresund (KÄRRHOLM, 2015); o exercício de Tramontano (2016) no documentário *Espécies de Espaços*; e uso da descrição perecquiana para representar Saravejo para além apenas de seus símbolos de conflito e violência (RIDING, 2017) apenas para citar algumas.

Evocar estas obras permite-nos deixar claro como Perce buscou produzir “uma literatura como se fosse um modo de inventariar coisas de nosso dia-a-dia” (ADÓ & CORAZZA, 2014, p.3). Tendo trabalhado como arquivista em um laboratório de pesquisa em neuropsicologia, Perce esteve dedicado a se envolver em diversas esferas da vida com análise, armazenamento e resgate da informação (BELLOS, 2010).

Este programa individual pode ser destacado aqui para além da literatura, também em seus trabalhos ensaísticos que foram organizados e publicados de forma estruturada apenas depois de sua morte, sobretudo *Pensar/Classificar* (2001), *Species of Spaces* (2008) e *L’Infra-ordinaire*. Neste último, o ensaio “*Aproximações do Quê?*” (2010) traduzido por Rodrigo Ielpo ao português traz de forma explícita sua proposta de ver além do extraordinário e do exótico, em busca do infraordinário e endótico:

O que acontece realmente, o que vivemos, o resto, todo o resto, onde ele está? O que acontece a cada dia e que sempre retorna, o banal, o cotidiano, o evidente, o comum, o ordinário, o infraordinário, o ruído de fundo, o habitual, como dar conta disso, como interrogá-lo, como descrevê-lo? (PEREC, 2010, p.179)

Observar, interpretar, descrever e documentar o que é deixado de lado no dia a dia para além do que poderia ser visto como noticiável para um público midiático

generalizado e ir à fundo em determinada cultura materializada em práticas do cotidiano traz proximidades com algumas metodologias de pesquisa, como a etnografia. Esta ligação foi observada por Mateus, que diz que

a etnografia traduz-se por uma antropologia do endótipo, por um resgate das coisas simples e vulgares como objectos de legítima análise. É ao gerar uma distância entre as coisas e o seu ambiente de fundo, é ao introduzir a surpresa e o estranhamento que essa antropologia do endótipo, dedicada à análise da banalidade quotidiana, pode tornar significantes as práticas habituais. (MATEUS, 2015, p.85)

A pesquisa qualitativa baseada na observação, resgate e acompanhamento de fenômenos sociais e seus rastros e traços na internet trouxe a possibilidade de olhar, através de recursos digitais, para o cotidiano – ou o extraordinário - de um modo nunca antes possível. Concordamos com a afirmação de que “digital mediation spreads out like a giant roll of carbon paper, offering the social sciences more data than they ever dreamt of” (VENTURINI & LATOUR, 2010, s.p.), mas particularmente aqui queremos trazer à baila o papel dos novos intérpretes das realidades sociais a partir da abundância de dados, ferramentas – e demanda por estas interpretações por agentes mercadológicos.

Como podemos pensar em novos modos de olhar para as possibilidades de aprender sobre fenômenos sociais usando o extraordinário? As ferramentas do chamado “social listening” – ou monitoramento de mídias sociais em português – que em grande medida ampliaram aos comunicadores a tarefa de analisar dados no dia dia, paradoxalmente estariam podando as possibilidades da pesquisa, como aponta Jillian Ney:

The control of social media intelligence initiatives by marketing functions, the need to focus measurement on marketing output and active engagement, and the emphasis of social tools on pursuing marketers are their target customer has led to professionals interpreting the data who are inexperienced in developing customer or market insight. (NEY, 2016, p.3)

Partindo do ponto de vista de um praticante e professor de métodos digitais de pesquisa para alunos interessados em suas possibilidades mercadológicas, proponho a seguir trazer quatro pontos para o planejamento, interpretação, crítica e evolução de práticas de pesquisa digital: a primazia do extraordinário, tentativa de esgotamento, o uso das listas e o jogo com as classificações.

### **Mídias Sociais, cotidiano e extraordinário**

As explorações da sociedade através das mídias digitais com conceitos e procedimentos persequianos agruparam-se sobretudo em torno das mídias locativas.



Lemos, ao citar o projeto “Life: a User Manual” de Michelle Teran, que inverte a lógica dos mecanismos de CCTV, projetando na rua o que câmeras captam dentro dos prédios, aponta a mudança de direção: “o que é interno, privado e vigiado por poucos vira externo e visível para muitos” (2009, p.631). O uso inocente ou estratégico de *metadados* – como hashtags - que transformam publicações pessoais em mensagens públicas ou semi-públicas buscáveis e rastreáveis por interessados abre uma janela a representações de um cotidiano visto como notável por milhões de usuários das plataformas.

Seguir com a observação do ponto de vista individual “aumentado” pela mídia locativa social foi a proposta de Licoppe (2015) ao visitar a mesma praça Saint-Sulpice de *Tentativa de Esgotamento de Um Local Parisiense*. Abrir o Foursquare, além da adição de camadas informacionais criadas pelo usuário e pela rede de amigos ou desconhecidos – traz um aspecto performativo em tempo real, gamificando o registro das experiências. O “ver de forma plana” de Percec torna-se quase impossível por um lado com a multitude de outras experiências e direcionamento do olhar que “spills beyond the boundaries of the sitter’s gaze for those locations which become perceptively available through a different socio-material chain of mediation” (LICOPPE, 2015, p.19).

Essas mediações socio-materiais do digital vão muito além das possibilidades próximas ao movimento de *quantified self*, permitindo explorar múltiplas experiências individuais ao mesmo tempo. Mas a sumarização não se limita ao estudo de frequências ou histogramas. Em transformação das milhares de observações individuais registradas na praça Maidan em Kiev, Ucrânia, durante protestos em 2014, os realizadores do projeto *The Exception and the Everyday: 144 Hours in Kiev* comparam a iniciativa ao projeto de Percec na Saint Sulpice: “we use a rectangle as a frame, and only take into account what this frame captures. For Percec, it was a window in a café; for us, it’s the rectangle on the map defined by longitude and latitude coordinates passed to Instagram API” (MANOVICH et al, 2014, p.84). Entretanto, as similaridades com as propostas de observação do *infra-ordinário* neste projeto param aí: estamos falando do excepcional que foi também documentado por jornalistas e analistas políticos devido a seus impactos. Mas entre os ensaios, mapas e visualizações resultantes, a perspectiva dos *cultural analytics* de Manovich dão pistas para as vantagens do olhar percequiano para o pesquisador de mídias sociais. No lugar de mostrar apenas gráficos de colunas ou histogramas com variáveis discretas que diluem as mensagens (fotos, no caso), o armazenamento e processamento computacional permite exibir as milhares de fotos

juntas, organizadas por metadados como geolocalização, hashtags, aspectos visuais ou outras camadas informacionais adicionadas.

As explorações comerciais de *datasets* de fenômenos sociais recortados por mecanismos de coleta como APIs, scraping e softwares de monitoramento comumente trazem a lógica da quantificação mesmo para temas do cotidiano. Algumas atividades mundanas previamente notadas apenas por pesquisadores acadêmicos ou comerciais hiper-especializados hoje são abordadas, pela facilidade de coleta, manipulação de ferramentas e maior demanda comercial, por consultorias, agências e empresas especializadas no aspecto material do digital. Para exemplificar um tipo de produto resultante desta convergência, vamos explorar aqui o estudo “*Amor ao Café nas Mídias Sociais*”<sup>3</sup>, publicado em 2013 em parceria da ferramenta *Scup* com a consultoria especializada *DP6*. A escolha justifica-se pela relevância das empresas. A ferramenta é a mais usada no Brasil e a consultoria é a mais lembrada em levantamento sobre “inteligência em mídias sociais” (ZANDAVALLE, 2016).

O estudo *Amor ao Café nas Mídias Sociais*, criado como estratégia de exibição dos serviços e funcionalidades da consultoria e ferramenta, representa então um exemplo do que é produzido comercialmente no Brasil sobre dados, textos e opiniões geradas espontaneamente por usuários em mídias sociais. No slide chamado de metodologia podemos ver a especificação de seis itens: Ferramenta; Período; Amostragem; Palavras-chave; Total de Menções Coletadas; e Taxa de Inválidos. Com uma coleta relevante de dados – fevereiro de 2012 a janeiro de 2013, resultando em 89.169 postagens, já evoca o aspecto quantitativo ao incluir a ideia de Amostragem = foram classificadas 1% das publicações. Entretanto, não explicita o critério ou cálculo amostral específico. No slide a seguir sublinha os objetivos: “Mapear quantitativamente as menções de café nas redes sociais de modo que possa servir de parâmetro estatístico aos futuros estudos de Social Intelligence”; e “Identificar desejos dos consumidores e oportunidades de negócios” (SCUP, 2013, p.5).

Na Figura 1 podemos ver uma das telas de abertura do relatório, destacando alguns índices quantitativos, sobretudo o valor 1% do total dos posts que mencionam alguma marca de café. Com objetivos comerciais, a ênfase esteve neste dado pela sua obviedade

---

<sup>3</sup> O estudo pode ser acessado na íntegra em <https://pt.slideshare.net/scup/dp6-social-intelligence-caf-verso-scup-1-1>



em ser aplicado aos fins de marketing. Se uma mensagem referencia a uma marca como *Pilão* ou *Café do Ponto* o seu valor enquanto marketing boca a boca ou dado que comporá um gráfico de análise de sentimento, *net promoter score* ou share de marca está óbvio. Mas quando não os referencia, qual o valor que possuem? Qual o valor dado aos mais de 80 mil menções espontâneas sobre o café?

Uma análise dos picos do *Heat Map* mostra que o café pela tarde é muito citado em situações domésticas, associado a prévia ou pausa de estudo. É citado no trabalho geralmente comemorando um momento de folga.

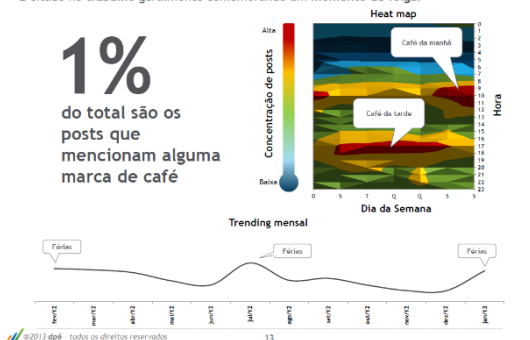


Figura 1: Amor ao Café nas Mídias Sociais - dados quantitativos (SCUP, 2013)

O café é visto como um produto de consumo social. O consumo individual é muitas vezes evitado por algumas pessoas, e caracterizado muitas vezes como depressivo.



Figura 2: Referência ao consumo social (SCUP, 2013)



Figura 3: Relação entre café e produtos consumidos em diferentes locais (SCUP, 2013)

O sub-item chamado de *Traços de Comportamento* no relatório nos indica. O item possui apenas um slide com o texto que indica que o café também é visto como “produto de consumo social. O consumo individual é muitas vezes evitado por algumas pessoas, e caracterizado muitas vezes como depressivo”. Aqui o social é algo a ser apontado como algo que foi observado, mas não é explicado ou granulado em outras categorias. Ao tratar, anteriormente, da *Starbucks*, frequentemente citada em rankings de marcas nas mídias sociais, há uma elaboração sobre o aspecto da experiência e status em contraposição ao café “simples e tradicional” feito em casa com marcas populares. Frequência de menção a cada marca, nuvens de palavras citadas e menções de exemplo vinculadas a cada uma

delas preenchem os slideshows. O espaço para elaboração dos analistas é subordinado às visualizações e exemplos anedóticos. A descrição cuidadosa de detalhes que Becker identifica tanto em Perec poderia avançar a exploração desta base de dados. Sobretudo quando a partir de uma perspectiva que procura produzir “observations that, not fitting those categories, require us to create new ideas and categories into which they can be fitted without forcing” (BECKER, 1998, p.85).

Cruzar objetos, entidades e lugares a partir de critérios de co-ocorrência trazem mais dimensões de exploração dos dados coletados. No relatório, é apresentada interessante quantificação de quais alimentos e drogas são consumidos durante a degustação das várias apresentações do café estudadas, exibida como rede na qual cada aresta apresenta a distribuição que podemos ver na Figura 3.

Podemos, nesta rápida abordagem do estudo realizado pela Scup/DP6 ligar os dados de mídias sociais referente a um aspecto cotidiano da vida em termos quantitativos, mas claros desdobramentos em termos de potencialidades. Podemos trazer atividades análogas às explorações perecquianas em busca de um prazer por “enumerar, inventariar, nombrar y acumular minuciosamente los detalles del mundo” [...]” (BAUTISTA, 2014, p.34). Georges Perec precisou acumular experiência de quase 17 anos em primeira mão como um arquivista e classificador em um laboratório médico-científico para criar sistemas que resultaram em armazenamento de memórias ou projetos fictícios. Buscou criar “una técnica de archivar lo que ya no percibimos en este mundo tan cambiante” (BAUTISTA, 2014, p.34), avançando inclusive para explorações autodidatas em lógica computacional que chegou a ver ser transformadas em obsoletas durante sua vida. Para seus fins literários, juntou estas lógicas e sistemas a técnicas de colagens (CLEMENS & WILKEN, 2017) que viabilizaram tanto o lúdico das memórias em *La Boutique Obscure* quanto a complexidade de projetos como *A Vida Modo de Usar*.

Se por um lado a profusão tanto de dados sobre o cotidiano quanto de possibilidades técnico-comunicacionais para armazená-los e codificá-los hoje traria comodidade aos projetos de Perec (ao mesmo tempo que deixaria seus aspectos técnicos menos notáveis), parece que testemunhamos crescente plataforma da web que acaba por podar o típico usuário *digital craftsperson* típico dos anos 90 e início dos anos 2000 (LOSEY & MENRATH, 2016). Algoritmos de relevância no Facebook ou recursos editorializados como o *Moments* no Twitter tentam trazer para os holofotes o extraordinário. No caso deste último, temos fatos noticiosos como *hard news* políticas e econômicas ou o notável

das celebridades; enquanto as bolhas algorítmicas do primeiro restringem o acesso a alteridades sejam endóicas sejam exóticas.

Um modo de fugir do processo de padronização é usar as estratégias que artistas já aplicaram ao procurar reproduzir algumas trajetórias de Perec, que buscou desenvolver de forma lúdica “methods of urban exploration and observation; classification, categorisation and taxonomy; spatial inventories and indexes; and geographical and ethnographic description” (FORSDICK & PHILLIPS 2016 apud LEE, 2017, p.15). As classificações e taxonomias para identificação e quantificação automática de alguns elementos nas mensagens coletadas seduz os analistas a mensurar tudo o que pode ser contado, como vimos. Isto é especialmente importante pois “many social analysis tools are also ‘black boxed’, allowing little flexibility to conduct analysis not already available in the system” (NEY, 2016, p.4). Para quebrar este ciclo a literatura de Perec pode ser a ligação entre o arquivo e as possibilidades da pesquisa qualitativa, sobretudo a de caráter etnográfico. Ao chamar a produção de Georges Perec de proto-etnográfica, Becker diz que alcança o objetivo de “covering material culture, kinship and other social relations, work and technology, beliefs and values, typical careers and lives, and all the other things ethnographers are enjoined to include in a 'complete' description of a culture” (BECKER, 2001, 66).

O caráter único da conversa online sobre cada tema ligado ao cotidiano nas mídias sociais requer a criação de categorias de análise bastante específicas para cada fim e objetivo de pesquisa. A aplicação da *Teoria Fundamentada* foi vista como uma possibilidade quase “naturalmente” apropriada para dar conta de organizar parte da complexidade das conversas online, como apontam diversos autores (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2011; BITTENCOURT, 2017; VAAST & URQUHART, 2017). Como aponta Maciel, os inventários de Perec vão além do prático, chegando ao excessivo:

“um inventário que – pelo excesso de ordenação e detalhamento – acaba também por perder sua própria eficácia enquanto procedimento taxonômico diante da proliferação excessiva dos objetos e detalhes que se acumulam enquanto “materiais da vida” dos personagens” (MACIEL, 2004, p.14)

Como ordenar o mundo e um fenômeno social se mesmo “as noções de ordem espaço/temporal e a própria linguagem mostram-se também incapazes de apreender e ordenar o mundo” (RIBEIRO, 2006, p.263)? Criticar os procedimentos de um objeto de

pesquisa como “amor ao café”, ainda que com fins comerciais, pode resultar em infinitas abordagens. Nas mídias sociais também é possível

olhar para a vida cotidiana por meio de uma espécie de descrição de associações interativas, de si e dos objetos, transformando os espaços em que se vive a cotidianidade, como as cidades, em artefatos que personificam seus textos (ADÓ & CORAZZA, 2014, p.10)

Para o quê se olha ao abrir um software de monitoramento e começar uma análise buscando entender como as pessoas se relacionam e falam sobre café nas mídias sociais? Na visão de Pino (2011), a escrita perequiana serviria também “crítica dos modos de atenção” do que é olhado e descrito na literatura – e podemos dizer que também na pesquisa. Tentar “organizar as coisas por tipos ou categorias é pôr ordem a profusão (multiplicidade de formas e de conteúdos) da realidade” (MEZIÉ, 2016, p.25). Aquela granularidade que esteve ausente ao se falar do “social” talvez seja sobretudo uma questão de modos de atenção. Contornar as necessidades explícitas dos leitores potenciais previstos – gestores das marcas analisadas – pode acabar por ser mais prolífica ao final do processo por trazer elementos não previstos para além da superfície.

Talvez os projetos de *quantified self* sejam os melhores exemplos do que a pesquisa comercial com dados de mídias sociais pode vir a ser dessa convergência entre a quase obsessiva observação de um pesquisador/redator engajado e as *affordances* das plataformas de mídias sociais. Iniciativas de Nicholan Felton e Anna Nicorova<sup>4</sup> impressionaram pela *dataviz* mas também pelo envolvimento extremo na coleta e observação de dados sobre si. A figura do especialista em dados digitais, analista de monitoramento quando falamos de mercado, então talvez tenda a se transformar em especialistas de temas e universos culturais.

Como aponta Lee, “rather than attempting to stake new claims, or to expand and defend the territory of an academic thesis, his lesson in cultivating varied and mobile modes of attention generates insights able to produce multiple ways of knowing and being” (LEE, 2017, p.24). Assim, para Lee, o trabalho de Perec traz também o mérito de focar no processo ao invés do resultado em si. Esta abordagem traz aproximações com algumas táticas de *thickening* propostas por Latzko-Toth, Bonneau e Millette, sobretudo a coleta manual otimizada e a *agile long-term online observation*. Os autores propõem quanto à primeira que é especialmente útil quando “when the boundaries of the ‘field’ are

---

<sup>4</sup> Ver em <http://feltron.com/> e <http://annanicanorova.com/>

fuzzy, fluid and situated”. Sobretudo em casos onde a coleta é baseada em texto (como vimos), pois esta torna “to reach a moving target that cannot be delineated in advance. These challenges call for a flexible approach by which a corpus is built through serendipity and bricolage” (2017, p.204). Sobre a segunda, é baseada

on long-term observation of the online phenomenon, jointly with an agility in following users from one platform to another (from Twitter to blogs, from blogs to Facebook, etc.). Ethnographers would stay on the field for a long period of time in order to collect a vast amount of data about the language, culture, rituals, symbols and values of the community (LATZKO-TOTH, BONNEAU & MILLETTE, 2017, p.204).

O objetivo é permanecer envolvido com o objeto de pesquisa de forma ágil mas temporalmente longo, com o objetivo de reunir anotações, dados, informações, mensagens e mesmo realizar estímulos para o público, mas sem sucumbir às restrições de uma ferramenta ou software. É uma observação frequente em um *locus* que se torna *loci*. De forma prescritiva, “pay attention to Percec's consistent search for a method for writing the everyday that combines sustained observation at local sites with expressive style, form and medium” (MCCOSKER & WILKEN, 2017, pos.3468).

Se Georges Percec "precisava educar e adequar seu olhar a uma escrita ágil e econômica para que, no plano das ações simultâneas que tinha à sua frente, conseguir esquadriñar, apreender, selecionar e registrar apenas o essencial: o extraordinário" (SPERANZINI, 2011, p.179) os analistas munidos de ferramentas de coleta, armazenamento, processamento e visualização de dados sociais digitais não sofrem das restrições e podem ir além pautados pelos objetivos de pesquisa. Apenas deste modo pode-se buscar “a new anthropology of the infra-ordinary is a revaluation of banality itself or the mundane life-worlds that might be discarded or derided in the quest for big social data and all its intensities” (MCCOSKEN & WILKEN, 2017, pos.3755)

### **Conclusões e desdobramentos**

Vimos neste artigo como o aumento do acesso às obras de Georges Percec, graças às recentes traduções para o inglês nesta década trouxeram novos olhares de pesquisadores e artistas sobre os conceitos, procedimentos, experiências e brincadeiras do autor francês.

A revisão de pontos-chave de sua produção bibliográfica nos quatro modos de realização alcançados – biográfico, lúdico, novelístico e sociológico – tem sido

apropriadas para além da arte, abrindo chances de aproximação com abordagens criativas de pesquisa assim como a formação de posturas que ajudem analistas a desenvolver regimes de atenção que não sucumbam a rotinas de procedimentos e à plataformização da web. Recursos como tentativas de esgotamento, produção criativa de listas e descrição “plana” podem se tornar pontes entre sua literatura e o ensino e adaptação de métodos de investigação quali-quantitativa do cotidiano expressos nas mídias sociais. Como desdobramentos, a presente revisão bibliográfica e sua reflexão serão utilizadas pelo autor como ponto de partida para experimentar as abordagens vistas como recurso didático em cursos e disciplinas de pesquisa, a ser documentada em publicação futura.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Leandro Pimentel. O Inventário como Tática: a fotografia e a poética das coleções. 2011.
- ADÓ, Máximo Daniel Lamela; CORAZZA, Sandra Mara. Sociografia e educação da diferença com Georges Perec. In: **VIII Jornadas de Sociología de la UNLP (La Plata, 2014)**. 2014.
- AMARAL, A. R. MONTARDO, S.P. Pesquisa em Cibercultura: análise da produção científica brasileira na Intercom. In: **Revista Logos**, UERJ, Rio de Janeiro, Ed. 34, v. 18, p. 8, 2011.
- AMARAL, A. R.; MONTARDO, S.P. Mapeamento temático da história da cibercultura no Brasil. In: **INTERCOM**, 25., 2012, Fortaleza, CE: UNIFOR, 2012.
- BAUTISTA, Santiago Vargas. **Proyecto Calle Real** – Un modo de explorar la riqueza urbana. Dissertação de mestrado apresentada na Facultad de Artes Visuales da Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia, 2014.
- BECKER, Howard S. **Tricks of the trade**: How to think about your research while you're doing it. University of Chicago Press, 1998.
- BECKER, Howard. Georges Perec's experiments in social description. **Ethnography**, v. 2, n. 1, p. 63-76, 2001.
- BECKER, Howard S. **Falando da sociedade: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social**. Zahar, 2009.
- BELLOS, David. **Georges Perec: A life in words**. Random House, 2010.
- BITTENCOURT, Maíra. Grounded Theory como metodologia para o estudo das Mídias Digitais. **Comunicação & Sociedade**, v. 39, n. 1, p. 143-167, 2017.
- CLEMENS, Justin; WILKEN, Rowan. Posthumous News: The Afterlives of Georges Perec. In: \_\_\_\_\_. **The Afterlives of Georges Perec**. Edinburgh University Press, 2016.
- CHAVES, Sarah Nery Siqueira. Imagens de um Encontro com o Outro: Sobre a Relação Entre Experiência e Pesquisa para Pensar Juventudes e Cibercultura.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. **Porto Alegre: Sulina**, v. 1, 2011.
- KÄRRHOLM, Mattias. An agorology of everyday life. **Urban Squares, Spatio-temporal studies of design and everyday life in the Öresund region**, p. 7-15, 2015.
- LATZKO-TOTH, Guillaume; BONNEAU, Claudine; MILLETTE, M. Small data, thick data: Thickening strategies for trace-based social media research. **The SAGE handbook of social media research methods**, p. 199-214, 2017.
- LEE, Joanne. On not staying put: Georges Perec's 'Inter (in) disciplinarity' as an approach to research. **Literary Geographies**, Vol.3, n.1, 2016.



- LEMOS, André. Mídias locativas e vigilância. Sujeito inseguro, bolhas digitais, paredes virtuais e territórios informacionais. **Surveillance in Latin America**. "Vigilância, Segurança e Controle Social". PUCPR, Curitiba, 4-6 de março de 2009.
- MACIEL, Maria Esther. **A memória das coisas: ensaios de literatura, cinema e artes plásticas**. Lamparina, 2004.
- MANOVICH, Lev; TIFENTALE, Alise; YAZDANI, Mehrdad; CHOW, Jay. The exceptional and the everyday: 144 hours in kiev. In: **Big Data (Big Data), 2014 IEEE International Conference on**. IEEE, 2014. p. 72-79.
- MARRES, Noortje. The redistribution of methods: on intervention in digital social research, broadly conceived. **The sociological review**, v. 60, n. 1\_suppl, p. 139-165, 2012.
- MATEUS, Samuel André Alves. A etnografia da comunicação. **Antropológicas**, v. 13, p. 84-89, 2015.
- MCCOSKER, Anthony; WILKEN, Rowan. Things That Should Be Short': Perek, Sei Shōnagon, Twitter and the Uses of Banality. In: WILKEN, R; CLEMENS, J. **The Afterlives of Georges Perek**. Edinburgh University Press, 2016.
- MÉZIÉ, Nadège. Tentativas de descrição: Perek, Coleman, Akerman. **CONTEMPORÂNEA-REVISTA DE ÉTICA E FILOSOFIA POLÍTICA (ISSN 2447-0961)**, v. 2, n. 1, p. 18-34, 2016.
- NEY, Jillian. Are Social Analysis Tools Holding Back Social Media Intelligence as a Market Research Method?. ASC 2016. Are We There Yet? Where Technological Innovation is Leading Research. Edited by T. Macer et al. Association for Survey Computing, 2016.
- PEREC, Georges. **Pensar/clasificar**. Editorial GEDISA, 2001.
- PEREC, Georges. **Species of Spaces and Other Pieces**. Penguin Books, 2008.
- PEREC, Georges. **A Vida modo de usar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- PEREC, Georges. Aproximações do quê?. **Alea: estudos neolatinos**, v. 12, n. 1, p. 177-180, 2010.
- PEREC, Georges. **Tentativa de Esgotamento de um Local Parisiense**. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2016.
- PHILLIPS, Richard. Georges Perek's experimental fieldwork; Perekquian fieldwork. **Social & Cultural Geography**, p. 1-21, 2016.
- PINO, Claudia Amigo. Perek e o esgotamento da história. **Non Plus**, v. 1, n. 1, p. 92-95, 2012.
- RIBEIRO, Gustavo Silveira. Os fracassos necessários: Georges Perek e as taxonomias impossíveis de «A vida modo de usar». **Caligrama: Revista de Estudos Românicos**, v. 11, p. 261-275, 2011.
- ROGERS, Richard. **Digital Methods**. Londres: The MIT Press, 2013.
- ROTTER, Mariane. **Meu ponto de vista: o cotidiano e os lugares da imagem**. Dissertação de mestrado apresentada ao centro de Linguística, Letras e Artes da UFRGS, 2008.
- SCOLARI, Carlos Alberto. Mapping conversations about new media: the theoretical field of digital communication. **New Media Society**, 11, p.943-964, 2009.
- SANTOS, Gabriel. **Modo de usar: dissertação**. Dissertação – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Florianópolis, 2014.
- SILVA, Tarcízio Silva. Pesquisa baseada em Dados Sociais Digitais: mapeamento de ferramentas e táticas de coleta de dados no Intercom| Search Based on Social Data Digital: Mapping Tools and Data Collection Tactics in Intercom. **Razón y Palabra**, v. 19, n. 2\_90, p. 646-658, 2015.
- SPERANZINI, Manlio de Medeiros. **A pesquisa (in) finita das coisas-Georges Perek e a arte do desimportante**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.
- TRAMONTANO, M. Espécies de espaços: notas sobre um exercício potencial. **V!RUS**, São Carlos, n. 12, 2016. Disponível em: <<http://143.107.236.240/virus/virus12/?sec=6&item=1&lang=pt>>.
- VENTURINI, Tommaso; LATOUR, Bruno. The social fabric: Digital traces and quali-quantitative methods. **Proceedings of future en seine**, v. 2009, p. 87-101, 2010. VAAST, E.; URQUHART, C. Building Grounded Theory with Social Media Data. 2017.
- ZANDAVALLE, Ana C. O mercado de inteligência de mídias sociais. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016, p. 11-27.