
Os impactos das práticas de comunicação das redes criativas nos processos de desenvolvimento regional¹

Naiá Sadi CÂMARA²

RESUMO

Este trabalho objetiva apresentar uma proposta teórico-metodológica de análise transdisciplinar dos impactos das redes criativas nos processos de formação profissional e de desenvolvimento regional, com base no conceito de lógica e comunicação transmídia. Partimos do pressuposto de que as redes criativas exercem um papel bastante significativo nos processos de configuração das formas de vida pessoal e profissional e por isso têm influência decisiva no desenvolvimento das sociedades.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação transmídia, redes criativas, formas de vida, desenvolvimento regional.

TEXTO DO TRABALHO

Este artigo objetiva apresentar uma proposta teórico-metodológica de análise transdisciplinar das práticas comunicativas realizadas pelas redes criativas que envolvem a cadeia produtiva dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) coureiro-calçadistas da região administrativa de Franca (RAF), a fim de identificar os impactos dessas redes na construção das identidades culturais e nos processos de desenvolvimento regional.

Concebemos o processo de desenvolvimento regional do ponto de vista da convergência cultural e midiática (JENKINS, 2009, 2014, 2016) pela qual passam as sociedades contemporâneas que, sobretudo por causa do acelerado avanço tecnológico, imprime novas formas de vida, novos modelos de produção e circulação de conhecimento, produtos e serviços, novas éticas, novas estéticas.

Compreender o desenvolvimento regional dessa perspectiva significa adotar que a comunicação organiza os imperativos da economia e das identidades culturais (KUMARAVADIVELU, 2011, p. 131), e que a fase atual da globalização é dirigida por

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, espaço e cidadania- do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Docente da Universidade de Ribeirão Preto-UNAERP. naiasadi@gmail.com

uma lógica transmídia, definida por Jenkins (2016), com base no conceito de comunicação transmídia, como organizada por diferentes setores: atuação transmídia, *branding* transmídia, educação transmídia, mobilização transmídia, ritual transmídia, espetáculo transmídia, jogo transmídia, gestão de conhecimento transmídia.

Conforme o autor (2016), a prática transmídia implica tipos de estruturas ou relações sistemáticas entre múltiplas plataformas de mídias e de práticas, e, à medida que se torna cada vez mais popular e nutrida pelas frações das indústrias criativas globais, essa prática tem o potencial de contribuir para o intercâmbio, para as traduções entre diferentes meios, além das negociações entre o global e o local, visando efetuar novos tipos de dinâmicas culturais e facilitar o surgimento de representações socialmente pertinentes e heterogêneas culturalmente, “e como tal, promover a evolução viável das sociedades” (IBRUS; OJAMAA, 2014 apud JENKINS, 2016, p. 21)³. Assim, na lógica transmídia, a relação entre a globalização e a localização é bastante complexa e não pode ser compreendida como uma dicotomia centro-periferia, já que a convergência e a hibridização (GARCIA CANCLINI, 2011) fundamentam essa relação.

Enfrentar os desafios dessas mudanças que incidem sobre as formas de vida e sobre os modelos produtivos envolve muito mais do que embarcar tecnologias às cidades. Do nosso ponto de vista, envolve conteúdos, transmissão, treinamentos, educação, estruturas comunitárias e institucionais, e, principalmente, investimentos nas práticas culturais e nos recursos intangíveis que, “além de cultura, conhecimento e criatividade, englobam os ativos intangíveis, a experiência, a diversidade cultural. Tudo aquilo que qualifica e diferencia pessoas, empreendimentos, comunidades nas competências e habilidades profissionais” (DEHEINZELIN, 2011, p. 2).

A progressiva centralidade do intangível é talvez o ponto central desta época que estamos vivendo e um contraponto à economia tradicional baseada em recursos naturais, tangíveis. Estes intangíveis podem ser a diversidade cultural de uma comunidade; o design de uma indústria; os atributos de marca de uma empresa; as tecnologias socioculturais de uma ONG.

Com base nos estudos sobre economia criativa definida como “um eixo estratégico de desenvolvimento para os diversos países e continentes, no novo século”, propomos o conceito de redes criativas como as redes comunicativas funcionais e

³ IBRUS. Indrek: OJAMAA. Maaria. What is the cultural function and value of European transmedia independents.. *International Journal of Communication*, v. 8, p. 2283-2300, 2014.

autogerativas que materializam, criam, veiculam e refletem a sociedade inserida no contexto do intangível e da lógica transmídia.

Se desenvolvimento implica inovação, partimos do pressuposto de que as redes criativas são as conexões que movem o mundo; são a mola propulsora das mudanças das formas de vida e das cadeias produtivas locais e globais, uma vez que veiculam arte, entretenimento e educação – três pilares que devem sustentar o devir dos sujeitos e consequentemente das sociedades.

Adotamos que as redes criativas constituem o novo paradigma sustentável para que se possam desenvolver cidades inteligentes⁴, – *smart city*, principalmente porque possibilitam aos sujeitos tornarem-se *smart people*, ou seja, sujeitos que, por meio da arte e da cultura, sejam capazes de interagir com os avanços tecnológicos, tornando-se protagonistas do seu desenvolvimento e do seu entorno. Segundo Alvim e Bógus:

A dimensão referente à inteligência e criatividade dos indivíduos que vivem e trabalham na cidade foi considerada por Richard Florida (2002)⁵ como um dos elementos essenciais da cidade criativa, na medida em que agrega os valores e desejos de uma nova classe criativa constituída por cientistas, intelectuais e artistas, entre outros profissionais criativos e empreendedores, que contribuem para novas formas de organização empresarial e para a inovação no planejamento e na gestão (ALVIM e BÓGUS, 2016, p. 128).

1. O contexto da RAF

De acordo com a pesquisa de caracterização socioeconômica da Região Administrativa de Franca (RAF), realizada pela Secretaria de Planejamento e de Desenvolvimento Regional do estado de São Paulo (2012), a RAF organiza-se em torno da agroindústria, e o setor coureiro-calçadista se destaca na indústria de transformação regional, tanto em relação às exportações, quanto em relação à geração de empregos, seguido pela indústria alimentícia. Franca é o segundo maior polo calçadista do país e o primeiro produtor de calçados masculinos, segmento este em que é especializada.

⁴ O conceito de cidades inteligentes ou cidades criativas, em inglês *smart cities*, foi concebido a partir dos conceitos de cidades ciborgues e cibercidades, como uma estratégia para promover o desenvolvimento das cidades por meio de investimentos sobretudo na área de tecnologias no processo de planejamento e funcionamento das cidades, com vistas a torná-las cidades criativas, sustentáveis e “vivenciáveis” (SANTAELLA, 2016, p. 2), de forma a possibilitar respostas às necessidades econômicas e sociais por meio da interação entre infraestrutura, serviços, informação. Uma *smart city* deve investir em comunicação, gestão urbana e participação cidadã. A União Europeia define *Smart Cities* como “sistemas de pessoas interagindo e usando energia, materiais, serviços e financiamento para catalisar o desenvolvimento econômico e a melhoria da qualidade de vida” (FGV PROJETOS, s.d, n.p).

⁵ FLORIDA, Richard. The Rise of the Creative Class and how it's transforming work, leisure, community & everyday life. 2002.

Os calçados de Franca são considerados referência internacional por sua qualidade, conforto, tecnologia e *design*, fato que os qualifica com padrões globais de competitividade. Entretanto sua colocação no mercado internacional fica subordinada “aos interesses das grandes redes de compradores que impõem suas condições e até mesmo o preço dos produtos” (Secretaria de planejamento e de desenvolvimento regional ,S.P., 2012).

De acordo com tal caracterização, a agroindústria da RAF não exige serviços complexos de apoio à produção e, por isso, predominam na região ocupações com baixa exigência de especialização e escolaridade. A cadeia produtiva coureiro-calçadista⁶ mantém até os dias atuais um processo artesanal de produção realizado pelas pequenas empresas e, em muitos casos, por trabalhos domésticos.

Apesar de possuir uma localização estratégica no estado, a RAF não tem se destacado como polo de investimentos e muitos de seus municípios têm baixa diversidade econômica e de atividades que geram valor. Sendo assim, a RAF necessita criar novas oportunidades de trabalho para a população com maior exigência de escolaridade, principalmente naqueles municípios classificados nos grupos 4 e 5⁷ que apresentam baixo crescimento populacional e onde a administração pública é o principal setor empregador municipal (S.S., 2012, p. 15). Essa realidade inserida no contexto da convergência cultural e midiática e da lógica transmídia nos faz questionar:

1. Como promover o desenvolvimento criativo e inovador de uma região povoada por uma população com alto índice de sujeitos de baixa escolaridade, já que o capital humano, as *smart people* são a base para a inovação do ecossistema produtivo local?
2. Como se constituem as redes criativas com as quais os sujeitos trabalhadores convivem?
3. Quais são os impactos da lógica transmídia nas práticas comunicativas profissionais?
4. Os sujeitos trabalhados da RAF possuem competências e habilidades letradas e profissionais que lhes permitam interagir com as novas demandas tecnológicas e de inovação das cidades inteligentes?

2.As redes criativas

⁶ A cadeia produtiva coureiro-calçadista se divide entre fabricação dos calçados ; curtimento e preparação de materiais; fabricação de artigos para viagem e artefatos; fabricação de partes dos calçados: uma cadeia de 1015 empresas, sendo que 283 são fornecedoras, 265 são prestadoras de serviços e 467 são produtoras de calçados, sendo que deste último, 290 são associadas do Sindifranca. Disponível em < <http://www.sindifranca.org.br/setor-calcadista.html>).

⁷ Corresponde às piores situações de riqueza, longevidade e escolaridade. (S.S.S.P; 2012).

Tendo em vista que as redes criativas organizam-se predominantemente em torno da arte, a fim de podermos responder essas questões, consideramos as redes criativas sob os seguintes aspectos:

1. Como fundadoras de uma competência e de uma habilidade essenciais para o perfil profissional, já que, no contexto da lógica transmídia, esse perfil deve ser formado não apenas pelos conhecimentos técnicos científicos de sua área de atuação, mas de conhecimentos do cotidiano entre eles, a arte concebida neste trabalho como um diferencial nas formas de vida dos sujeitos profissionais⁸ (CÂMARA, 2014, p. 2);
2. Uma vez que o sentimento de pertencimento é fundamental para que os sujeitos sintam-se engajados em sua região e, dessa forma, estimulados a promover melhorias, as redes criativas com as quais os sujeitos convivem exercem um papel fundador no processo de construção identitária e, portanto, de sentido de pertencimento à sociedade;
3. Do ponto de vista do conceito de economia criativa, as redes criativas exercem função prioritária nas ações de empreendedorismos, gestão e inovação;
4. As redes criativas possibilitam a criação de novas frentes de trabalho, incrementando, assim, um dos principais problemas da RAF, que é o predomínio da cadeia produtiva coureiro-calçadista.

Entre os setores criativos elencados pela UNESCO⁹ (2009), selecionamos como objetos de análise, nesta primeira etapa, as mídias de massa TV e rádio porque, apesar do avanço dos computadores, essas mídias ainda ocupam lugar de destaque nas práticas de entretenimento, informação e de educação (SECOM, 2016).

Enfim, a análise das redes criativas TV e rádio permite tornar visível a permeabilidade dos elementos simbólico-culturais que distinguem as populações dos territórios nos quais os APLs coureiro-calçadista estão inseridos e, simultaneamente, dão visibilidade à importância das culturas locais e da criatividade para as práticas de desenvolvimento regional.

⁸ Neste novo cenário, a competência profissional pode ser organizada em três dimensões: (1) Dimensão ético-ideológica: os valores, os padrões éticos, as ideologias que determinam as relações intersubjetivas, as relações com o conhecimento, as condutas de forma geral, as responsabilidades sociais, etc.; (2) Dimensão técnico-científica: conhecimento específico da área de saber; (3) Dimensão cultural: o conhecimento de mundo, o repertório cultural, enciclopédico, o conhecimento multi/transdisciplinar, dialógico, intertextual. (CÂMARA, 2014, p. 4).

⁹ Patrimônio natural e cultural; espetáculos e celebrações; artes visuais e artesanato; livros e periódicos; audiovisual e mídias interativas; design e serviços criativos. (<http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx>).

Neste artigo, apresentamos as bases teórico-metodológicas que orientam as pesquisas e os resultados preliminares da primeira fase que constou da identificação das principais redes que os trabalhadores de uma fábrica de calçados e os alunos ingressantes de um curso de graduação consomem.

3. Fundamentação teórico-metodológica

Nossas pesquisas fundamentam-se em um quadro epistemológico inter/transdisciplinar¹⁰, que considera central “pensar o meio ambiente, o desenvolvimento sustentável, os direitos do homem e das populações à saúde, o acesso à energia, à água, à informação e ao conhecimento, a inovação por meio de novos hábitos, de novas formas de vida fundamentadas sobretudo pela arte e pela educação” (FONTANILLE, 2016, p.1).

Consoante Jenkins (2009, 2014, 2016), estamos inseridos em um universo cultural convergente, cujas práticas sociais e, portanto, comunicativas, impulsionadas pelos avanços tecnológicos, são produzidas e veiculadas por uma lógica transmídia determinada pelos locais de produção:

O foco nas locações transmídias parte da premissa de que diferentes formas de transmídia estão aptas a emergir dentre diferenças sociais, culturais e contextos industriais, por parte de diferentes prioridades que são dadas por diferentes lógicas midiáticas vindas de diferentes tipos de trabalhadores e fundadores criativos" (JENKINS, 2016, p.5).

Concebida como um processo centrípeto de concentração e difusão, a convergência ocorre primeiro por um processo de hibridização (atores, empresas, tecnologias, linguagens, formatos e gêneros, modelos de produção e circulação), que gerará, posteriormente, produtos, formas de vida, objetos culturais que serão propagados e difundidos pelas empresas, franquias de mídias, mídias alternativas, e pelos próprios consumidores por redes¹¹ de conexões comunicativas transmidiáticas nos diversos espaços físicos e ou digitais, por meio dos quais circulam em suas práticas sociais.

¹⁰ Conforme afirmam Rocha Filho, Basso e Borges (2007, p. 36), a transdisciplinaridade envolve uma atitude vinculada à complexidade, ou seja, à disposição e à capacidade de posicionar-se ativamente perante os diversos níveis da realidade. [...]

¹¹ “A palavra rede indica que os recursos estão concentrados em poucos locais – os nós e os pontos – os quais estão conectados a outros – os vínculos e a rede: essas conexões transformam recursos dispersos em uma rede que parece estender-se a todos os lugares” (SEGATA ; LATOUR, 2012, p.180).

Essas produções, cada vez mais complexas, híbridas e aceleradas, modificam-se continuamente, e, de acordo com Jenkins (2009), tal realidade possibilita um modelo mais participativo de cultura, em que os sujeitos não são mais concebidos como simples receptores “passivos”¹² de mensagens pré-construídas, uma vez que interferem, moldam, compartilham, espalham, ressignificam, remixam conteúdos e formas por redes de agrupamentos sociais e por plataformas transmidiáticas, marcadas, como nos mostra Latour: “pela mobilidade dos atores e pelo fluxo de informações, como redes, com seus fluxos, circulações, alianças, movimentos” (SEGATA; LATOUR, 2012, p. 33).

Segundo Castells (2002, p. 565):

Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade: uma sociedade de que, portanto, podemos apropriadamente chamar de sociedade em rede, caracterizada pela primazia da morfologia social sobre a ação social.

Para Santaella (2010, 2013), a hipermobilidade das redes sem fio, os espaços digitais multidimensionais e multifacetados e o acesso livre aos conteúdos possibilitam práticas comunicativas ubíquas e pervasivas que criam “espaços fluídos, múltiplos não apenas no interior das redes, como também nos deslocamentos espaço-temporais efetuados pelos indivíduos” (SANTAELLA, 2013, p. 2). Na concepção da autora, essa nova relação espaço-temporal provoca profundas mudanças neurológicas e sensoriais dos sujeitos e interferem em nossas percepções e ações (SANTAELLA, 2013). Além disso, as novas configurações espaço-temporais imprimem novas tensões sobretudo na relação entre o local e o global; entre a tradição e a inovação, já que, principalmente por causa da convergência cultural, os conflitos entre particular e universal, heterogêneo e homogêneo, alteridade e identidade se intensificam.

Para Robertson¹³ (2003 apud KUMARAVADIVELU, 2006, p. 134), essas relações criam uma “tensão criativa e caótica”, a qual determina o que o autor denomina

¹² É importante ressaltarmos que, ao utilizarmos o termo passivo, não estamos de modo algum negando o papel de coautoria como pressuposto da enunciação (BERTRAND, 2003) ou dialogicamente estabelecido (BAKHTIN, 1986), mas como um interator no sentido da interatividade, que por causa dos avanços tecnológicos foi intensificado e incentivado, permitindo aos sujeitos tornarem-se sujeitos cujas vozes são manifestadas, ouvidas.

¹³ ROBERTSON, Robbie. *The three waves of globalization: A history of a developing global consciousness*. Zed Books, 2003.

de “glocalização” “[...] onde o global está localizado e o local está globalizado”. “[...] as forças da globalização e as da localização são tão complexas que não podem ser compreendidas na perspectiva limitada de uma dicotomia centro-periferia. O global está em conjunção com o local e o local é modificado para acomodar o global” (KUMARAVADIVELU, 2006, p. 134).

Segundo Lemos (2004, p. 225), essas novas práticas de conexão em rede configuram a cultura contemporânea como uma cultura da mobilidade, na qual as sociedades estão imersas em processos de “territorializações e desterritorializações sucessivas de práticas nômades e tribais, tanto em termos de subjetividades, como em termos de deslocamentos e afinidades de reconfiguração dos espaços urbanos e de constituição de uma sociologia da mobilidade”.

Do ponto de vista da criação das cidades inteligentes e criativas, as novas demandas tecnológicas e comunicativas e as novas estruturas sociais alteram a configuração urbana das cidades por meio da criação de espaços globalizados e conectados, onde normalmente se instalam as empresas, e cuja meta é “o *status* de cidade global, no quadro da competitividade urbana” (ALVIM e BÓGUS, 2016, p. 130).

Essas mudanças tornam necessário o reconhecimento da cadeia produtiva cultural, relacionando-a diretamente com o desenvolvimento local e regional. De acordo com Harvey (2015), empresas que se diferenciam no mercado com base em elementos culturais distintos e não facilmente replicáveis agregam rendimentos monopólicos.

Esses elementos, diretamente ligados às dimensões referentes à inteligência e criatividade dos indivíduos que vivem e trabalham nas cidades, foram considerados como os elementos essenciais para o desenvolvimento das cidades criativas e sustentáveis, na medida em que agregam os valores e desejos de uma nova classe criativa, constituída por cientistas, intelectuais e artistas, entre outros profissionais criativos e empreendedores, que contribuem para novas formas de organização empresarial e para a inovação no planejamento e na gestão (ALVIM e BÓGUS, 2016, p. 128).

Adotamos que as redes criativas organizam-se por meio de associações de práticas comunicativas entre atores humanos e não humanos (LATOUR, 2012), que colocam no campo de presença dos sujeitos o imaginário cultural das sociedades e da economia, com base em modelos sustentáveis de Arranjos produtivos locais (APL’s)

O Arranjo Produtivo Local (APL) ou *Cluster* (denominação em inglês) é um conceito que pode ser utilizado para pensar como empresas, indústrias e profissionais podem se aglomerar e criar modelos de cadeias produtivas nos mais diversos segmentos de mercados. As redes criativas, como utilizamos neste trabalho, constituem-se como arranjos criados para estimular o crescimento mútuo e propiciar a inovação ao proporcionar e realizar práticas cooperativas de produtos, serviços, mão de obra, conhecimento, estrutura e tecnologia entre empresas e indústrias geograficamente próximas ou de outras regiões com as quais as atuações são similares ou complementares (PORTER, 1998; ERIKSSON, 2009).

Concebemos com Loiola e Lima (2008), que as redes criativas, também denominadas *Creative Clusters*, *Cultural Clusters*, Distritos Culturais, Bairros Culturais ou Arranjos Produtivos Locais (APLs), são aglomerações de criativos, de produtores culturais e de atividades correlacionadas principalmente à arte, compostas pelos ativos criativos, pela própria produção e distribuição dos bens simbólico-culturais, e comportam-se como eixos promissores de projetos de desenvolvimento regional.

Essa definição de redes criativas baseia-se também no conceito de indústria criativa, que, segundo Loiola e Lima (2008, p. 7):

são indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais, assegurados por propriedade intelectual, e que têm potencial para geração de empregos e riquezas (DCMS, 2001). As indústrias criativas incluem, por exemplo, propaganda, arquitetura, o mercado de artes e antiguidades, artesanatos, design, design de moda, filme e vídeo, software de lazer interativo, música, artes cênicas, publicações, software e jogos de computador, televisão e rádio.

Estamos considerando as mídias de massa TV e rádio como redes criativas que colocam no campo de presença dos sujeitos os centros de referências identitárias, os “nós de referências” (LANDOWSKI, 2002)¹⁴. Nessa perspectiva, as relações entre identidade e alteridade, o local e o global, no universo da convergência e do hibridismo da cultura e das mídias, não devem mais ser consideradas a distância. As novas plataformas de mídia, entre elas, a internet ou a TV por acesso condicionado, trouxeram, de maneira ainda mais incisiva, a presença do outro, do estrangeiro, a coexistência com formas de vida de diferentes lugares. “Os ‘selvagens’ de antanho

¹⁴Tipo mais bem acabado do grupo. A configuração das identidades sejam elas individuais ou coletivas, a escolha dos critérios de referência e sua classificação, segundo Landowski, se estabelecem por diferentes estratégias, nas relações intersubjetivas, pois essas categorizações não surgem de uma necessidade objetiva, surgem da força do uso que “naturaliza os recortes e as significações a elas associadas”. (LANDOWSKI, 2002, p. 32)

transformaram-se em ‘imigrados’, o McDonald veio se instalar na esquina e Walt Disney remodela até na Europa a arte de viver no campo” (LANDOWSKI, 2002, p. 4). Essa nova realidade cria uma luta entre a manutenção e a mudança das identidades, que estão constantemente ameaçadas pela possibilidade, principalmente, do surgimento de uma identidade mundial única.

Partimos do pressuposto de que, em relação ao global e ao local, a TV organiza-se mais aberta, com tendência a formas de vida mais globalizadas que estimulariam a padronização; e que o rádio organiza-se de modo mais fechado, pois apresentaria formas de vida mais regionais, as quais estimulariam de forma mais marcada o sentido de pertencimento dos cidadãos a sua região.

Desse modo, a fim de comprovarmos essas hipóteses, utilizaremos o modelo teórico-metodológico de base greimasiana para análise dessas duas mídias. Para Fontanille (2016, p. 1), esse modelo permite a identificação da influência das formas e dos efeitos das práticas comunicativas nas escolhas tecnológicas, econômicas e culturais que influenciam a transformação das sociedades.

Definimos, baseados nessa perspectiva teórica, as práticas comunicativas como práticas de interação, leitura, produção e veiculação de textos produzidos por diferentes linguagens, gêneros e formatos, manifestando o imaginário cultural e as formas de vida das sociedades. Por formas de vida, compreendemos com Fontanille as organizações semióticas (“linguagens”) características das identidades culturais, individuais e coletivas, isto é, os comportamentos esquematizáveis que organizam as formas de ser, sentir, pensar e fazer do homem, e de consumir e organizar o seu espaço (FONTANILLE, 2014).

As mídias, consideradas pelo autor como semióticas-objeto de natureza integrativas e compósitas, organizam-se por regimes de interação complexos e muito instáveis, ora impondo formas de vida ritualizadas, paradigmas estereotipados, ora colocando no campo de presença dos enunciatários telespectadores novas formas de vida por meio de rupturas, quebras de rotinas, acontecimentos que irrompem nas práticas de interação (CÂMARA, 2014).

Dessa forma, a partir da lógica transmídia, e com base em uma proposta de pesquisa quantitativa/qualitativa e no modelo de análise semiótico, as dimensões de análise se orientarão pelo tripé: educação-entretenimento- mídias, e pelas oposições

semânticas: manutenção e mudança; triagem e mistura¹⁵; dinamicidade e estaticidade; sensibilidade e inteligibilidade.

4. Identificação das emissoras de TV e rádio

Esta primeira etapa constou da identificação das principais emissoras de TV e rádio e dos principais programas consumidos por trabalhadores de uma fábrica de calçados e por estudantes ingressantes da graduação, ambos da cidade de Franca.

A aplicação do questionário na fábrica foi realizada por uma funcionária colaboradora da área administrativa, por meio de diferentes ações: email corporativo e whatsapp enviados aos cargos administrativos (informantes com maior escolaridade IA), e por questionário impresso com espaços para respostas escritas para os funcionários da área de produção- (informantes com menor escolaridade-IP)¹⁶. A aplicação do questionário aos alunos de graduação (ingressantes – AG) foi realizada por nós, por meio de perguntas e respostas escritas.

Estamos encerrando a fase da coleta desses dados e iniciando a análise quantitativa. A seguir apresentamos uma mostra dos dados a partir dos quais já podemos inferir algumas análises qualitativas:

INFORMANTE	RÁDIO/PROGRAMA	TV/PROGRAMAS	PLATAFORMAS
IA 1	Mais Brasil FM/Clube do Passarinho.	ESPN/Sport TV- Jogos	
IA2	Rádio Gospel Curitiba: louvore e Estação Top	Record-Noticiários, novelas bíblicas.	
IA3	Mais Brasil, Melody e Diário	Record/Globo- Jornais	Spotify; Netflix:séries e filmes
IA4	3 Colinas:músicas	SBT: The voice Kids	
IA5	Gospel/Clube Fm	GNT/Globo News/Multishow/Globo/ SBT: Decora;Super Bonita; Cozinnha prática; Santa Ajuda; Chama a Micaela; Bela cozinha; Socorro, meu filho come mal	

¹⁵O conceito de mistura, utilizado atualmente pela semiótica denominada tensiva, ao lado do conceito de triagem, indicam operadores das oscilações de expansão e condensação no eixo da “extensidade”. Triagem é o operador que indica a eliminação de dados, promovendo uma homogeneização, e mistura indica a incorporação, promovendo a heterogeneidade (BEVIDAS; LOPES, 2012, p. 35).

¹⁶ Total de funcionários: 50 IA E 330 IP. .Nem todos se dispuseram a responder. Estamos finalizando a quantidade exata da mostra.

IA6	Rádio Gospel Curitiba		
IP1	Liderson: músicas antigas	Cultura: desenhos	
IP2	HETRZ	Bandeirantes: Cidade Alerta	
IP3	Difusora AM	Cultura: Telecurso 2000; Jornal da Cultura	
IP4	Difusora AM: noticiário local	Rede telecine: filmes	
AG ¹⁷ (10)	Diário e Hertz (3)	Globo (7)	Spotify (3); Netflix (7); Youtube

A mostra dos informantes da fábrica de calçados revela que a TV ainda é a mídia mais utilizada em comparação à Internet, e que há uma diversidade entre as preferências das emissoras de rádio e de TV, bem como uma diversidade em relação às programações. Vemos que a rádio Gospel aparece duas vezes e que a frequência FM predomina. Quanto às emissoras de TV, há a Record e a Cultura como recorrentes.

Os dados relativos aos hábitos de consumo dos alunos revelam que 7 entre 10 alunos consomem tanto a rede Globo quanto a Netflix, e em relação às emissoras de rádio, embora tenham sido citadas algumas delas como a Diário e a Hertz, o canal Youtube e a plataforma Spotify aparecem como preferência entre eles. Quanto aos programas preferidos, predominaram séries variadas.

À guisa de considerações parciais

Desses dados parciais, o que nos surpreendeu foi o fato de a TV Cultura ser preferência entre os trabalhadores de baixa escolaridade, uma vez que essa emissora possuiu uma grade de programação considerada mais elitizada culturalmente. Os informantes que se referiram à Cultura, consomem Telecurso e jornal. Também nos chama a atenção a confiança “cega” a qual informantes de maior escolaridade se referem quando justificam os telejornais como os programas de maior consumo¹⁸.

Se pensarmos nos letramentos que esses textos exigem, em um primeiro momento, esses dados podem parecer invertidos, pois espera-se que os sujeitos com maior escolaridade sejam leitores mais críticos e de consumo mais elaborado.

¹⁷ Optamos, apresentar de modo geral os resultados parciais dos dados dos alunos de graduação (10 por enquanto) primeiro porque houve muita coincidência nas respostas, segundo por causa da delimitação de espaço deste artigo.

¹⁸ Não transcrevemos os comentários por uma questão de espaço.

Fica evidente a migração dos jovens alunos para o ecossistema digital, enquanto que entre os trabalhadores, apenas um informante disse consumir plataformas.

Para que possamos, a partir dessa identificação – emissoras e programas- aprofundar nossas análises, faremos um cruzamento desses dados com os indicativos de: faixa etária, escolaridade, tempo de exposição, e, após essa etapa, analisaremos as grades de programações e dos programas mais consumidos, com base no conceito de Letramentos transmídia, considerado como um conceito chave integrador dos multiletramentos que as novas configurações discursivas exigem, e a partir da articulação entre os conceitos de Práxis enunciativa (BERTRAND, 2003; FONTANILLE, 2013) e de Prática semiótica (FONTANILLE, 2013).

Esperamos que os dados desta pesquisa ofereçam uma melhor compreensão da relação entre desenvolvimento regional, redes criativas, empreendedorismos e inovação produzindo insumos que possam ser utilizados pelas redes criativas analisadas de modo que possam promover melhorias em suas produções, sobretudo no que tange à qualidade estética e ética das programações, pelas instituições de ensino formal para que possam orientar suas práticas educativas de formação profissional e pelas empresas de modo a poderem qualificar melhor seus profissionais, já que é por meio dessas ações que a RAF conseguirá um desenvolvimento criativo das formas de vida profissionais dos sujeitos trabalhadores da RAF, permitindo as cidades da RAF tornarem-se cidades inteligentes, criativas e sustentáveis, gerando maior valor agregado aos empreendimentos inovadores

Referências bibliográficas

ALVIM, A. B.; BOGUS, Lucia M. Machado. **São Paulo: limites e possibilidades de uma cidade inteligente. In: SANTAELLA, LÚCIA (org.) Cidades inteligentes: por que?, para quem?.** Estação das Letras e Cores, São Paulo, 2016.

BAKHTIN, Mikhail. VOLOCHINOV (1929). **Marxismo e filosofia da linguagem**, v. 2, 1986.

[BEVIDAS, W.](#); [LOPES, I. C.](#) Interdisciplinaridade: triagem e mistura na identidade da Semiótica. In: PORTELA, J. C.; BEVIDAS, W.; LOPES, I. C.; SCHWARTZMANN, M. N. (Org.). **Semiótica: identidade e diálogos.** 1 ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. v. 1, p. 33-48.

BERTRAND, Denis. **Caminhos da semiótica literária.** Bauru: Edusc, v. 3003, 2003.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 2011, p. 283-350.

CÂMARA, N. S. O perfil do professor de linguagens, códigos e tecnologias: uma análise das formas de vida configuradas nos gêneros. **Estudos Linguísticos** (São Paulo. 1978), v. 43, p. 853-867, 2014.

CASTELLS, Manuel; GERHARDT, Klaus Brandini. **A sociedade em rede**. Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

DA ROCHA FILHO, JOAO BERNARDES; BASSO, NARA; BORGES, REGINA. **Transdisciplinaridade: a natureza íntima da educação científica**. Edipucrs, 2007.

DEHEINZELIN, L. **Economia Criativa e métodos para dar uma mão ao futuro**. Redige v. 2, n. 02, ago. 2011.

ERIKSSON, Soren. **Clusters: A Survey of Research within localized economic growth**. Jonkoping International Business School. Jonkoping. 2009.

FGV PROJETOS. O que é uma cidade inteligente. Disponível em: <http://fgvprojetos.fgv.br/noticias/o-que-e-uma-cidade-inteligente> Acesso em: 25/03/2017.

FONTANILLE, Jacques. Mídia, sistemas de crenças e modos de vida. In: OLIVEIRA, A. C. (Ed.). **Interações sensíveis**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013, p. 131-148.

FONTANILLE, Jacques. A semiótica hoje: avanços e perspectivas. **Estudos Semióticos**. [online]. Disponível em: (<http://www.revistas.usp.br/esse>). Editores responsáveis: Ivã Carlos Lopes e José América Bezerra Saraiva. Volume 12, Número 2, São Paulo, Dezembro de 2016, p. 1-9. Acesso em 25/03/2017.

GREIMAS, A. O belo gesto. Tradução de Edna M. S. Nascimento. In: ABRIATA, V. L. R.; GREIMAS, A. J. **Le beau geste**. Montreal: Recherchessémiotiques. *Semiotic Inquiry*, 1993. v. 13, p. 21-35.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS. Transmedia logics and locations. In: **The Rise of Transtexts: Challenges and Opportunities** (Routledge Research in Cultural and Media Studies)(p. 1-54) . Routledge 2016.

KUMARAVADIVELU, Blasubramanian. A linguística aplicada na era da globalização. **Por uma linguística aplicada indisciplinar**. São Paulo: Parábola, p. 129-148, 2006.

LANDOWISK, E. **Presenças do Outro**. Trad. Mary Amazonas de Barros; rev. Ana Claudia de Oliveira e Eric Landowski. Coleção Estudos, p. 183, 2002.

LE MOS, André. **Cibercidade: as cidades na cibercultura**. Editora E-papers, 2004.

LOIOLA, Elizabeth; LIMA, Carmen Lucia Castro. **Aglomerções produtivas e segmento cultural: algumas considerações**. Salvador: Enecult, 2008.

PORTER, Michael E. **Clusters and competition: new agendas for companies, governments, and institutions**. Harvard Business School Press, 1998.

SANTAELLA, LÚCIA. **Cidades inteligentes, por que e para quem?**. Estação das letras e cores, São Paulo, 2016.

SANTAELLA, LÚCIA. A aprendizagem ubíqua substitui a educação formal. **Revista de Computação e Tecnologia da PUC-SP**. Departamento de Computação/FCET/PUC-SP, n.1, v. 2, p. 17 -22, 2010.

_____. Desafios da ubiquidade para a educação. **Revista Ensino Superior Unicamp**, v. 9, p. 19-28, 2013.

SANTAELLA, LÚCIA (org.) **Cidades inteligentes: por que?, para quem?**. Estação das Letras e Cores, São Paulo, 2016.

SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view> > Acesso em: 15/02/2017.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Caracterização socioeconômica da Região Administrativa de Franca**. São Paulo, 2012. Disponível em:<http://www.planejamento.sp.gov.br/noti_anexo/files/uam/trabalhos/Franca.pdf> Acesso em: 22/02/2017.

SEGATA, J.; LATOUR, B. Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. **Ilha: Revista de Antropologia**, v. 14, n. 1, 2, p. 238-243, 2012.