

## ***Campus Party* Brasil: a realização de eventos sob a perspectiva da ecologia das mídias<sup>1</sup>**

Taíla Lopes QUADROS<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

A construção dos eventos como forma de relacionamento interpessoal vem desde o tempo da Grécia antiga com as Olimpíadas e em Roma com as festas saturnais para celebrar o fim das colheitas. Observa-se que as pessoas têm o interesse em se reunir presencialmente com os seus pares em momentos marcantes da vida. Seja para celebrar um nascimento, uma união, vitórias, lutos ou compartilhar conhecimentos, os seres humanos buscam estar em comunidade para viver os momentos importantes da sua existência. Com isso, o objetivo desse artigo é compreender a realização do evento *Campus Party* Brasil, analisando as perspectivas para os próximos anos, pós-pandemia. Para isso, será necessário contextualizar a realização de eventos nos tempos antigos, sua evolução e desenvolvimento nos séculos XX e XXI. A metodologia seguida será a realização de pesquisa bibliográfica em livros sobre o tema e pesquisa documental, com foco em notícias e reportagens sobre a realização de conferências durante e após a pandemia. Os formatos de encontros e a relação das pessoas com a tecnologia que permeia as mudanças ao longo do passar do tempo serão analisados pela perspectiva de autores relacionados a estudos de ecologia das mídias, como Mark Deuze, com sua perspectiva de que as pessoas vivem como zumbis na mídia; Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello, com a visibilidade e a legitimidade nas relações com os formatos de mídia atuais, e Adriana Braga, com as reflexões sobre os meios necessários para a produção dos processos comunicacionais. Sendo analisados, a partir das leituras, pontos como a forma de as pessoas se reunirem de acordo com a disponibilidade da tecnologia e a imersão na mídia, as relações interconectadas, as apropriações dos meios, a necessidade ou não da presença de um corpo físico para haver o processo de comunicação e para as relações acontecerem. Buscando assim, a compreensão da realização do evento *Campus Party* Brasil dentro dos conceitos de ecologia das mídias. Quando se fala em ecologia da mídia percebe-se que esse conceito percorre um longo

---

1 Trabalho apresentado na DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

2 Mestranda do Curso de Comunicação do PPCGOM-PUCRS, e-mail: [taila.quadros@edu.pucrs.br](mailto:taila.quadros@edu.pucrs.br).

caminho na história das mídias e da tecnologia. Deuze (2013) diz no artigo *Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver)* que nós vivemos na mídia e não com a mídia. Ou seja, nós fazemos parte dela, estamos imersos. E isso não significa uma constatação totalmente negativa, também pode ter um lado positivo, pois ele defende que para sobreviver na sociedade atual é preciso dominar as técnicas para continuar fazendo parte do sistema. Outro ponto a ser destacado, é que as pessoas estão imersas na mídia e não percebem. O autor (2013) traz o porquê de as pessoas serem consideradas zumbis: elas respondem sem pensar ao chamado dos aparelhos, usando a mídia de forma que apaga o que diferencia cada um como indivíduo, gravando e expondo a si mesmos e os outros de forma mixada. Ou seja, os usuários apresentam fragmentos do que são ou como gostariam de ser, mas, como existem padrões específicos, muitas pessoas podem acabar se tornando a representação de um mesmo indivíduo. Um exemplo, são os influenciadores compartilhando a moda da harmonização facial e difundindo padrões de beleza a partir disso, que podem acarretar um aumento do desejo de cirurgias plásticas e outros procedimentos entre o público geral por ver essas pessoas como modelo a ser seguido. As pessoas navegam pelas mídias apenas fazendo o que as mídias querem, entregando o que o algoritmo pede e diz que faz mais sucesso. A partir desse ponto, podemos refletir sobre como as pessoas podem ser consideradas peças que compõem um todo sem diferenciação entre si e que esse meio homogenizado também pode ser um meio de entregar conteúdos de forma ampla para uma grande audiência, tornando o acesso mais democratizado. Pode-se constatar que a imersão na mídia também permite às pessoas uma maior integração com os seus pares, mesmo que à distância, como forma de criar laços, desenvolver comunidades e promover movimentos. “Em termos gerais, parece que nossas vidas na mídia servem para minar hierarquias institucionais e introduzir mobilidade nas relações sociais.” (DEUZE, 2013, p.115-116). Isso pode ser observado na comparação da realização dos eventos online, por exemplo, com os participantes em suas casas, porém conectados pelos mesmos interesses, com os eventos presenciais. Onde Braga (2008) afirma que a comunicação entre as pessoas têm a necessidade de um suporte material tanto para formatar a mensagem quanto para a própria realização do ato comunicacional. Nesse caso, se destacam a natureza prática e as circunstâncias materiais necessárias para realizar a apropriação dos meios com “as possibilidades de participação promovidas pelo suporte

técnico, o uso do corpo, a inserção da atividade dentro de um espaço físico” (BRAGA, 2008, p. 2) para realizar o evento. Essa participação que o autor fala, pode ser identificada em eventos presenciais pelo espaço físico disponibilizado para a sua realização, com todo o aparato e o suporte técnico para a sua execução, equipamento sonoro, montagem de palco, entre outros os materiais necessários, além da necessidade da presença física dos participantes para o encontro acontecer. Já para a realização de eventos no ambiente virtual, encontramos a necessidade de dispositivos para o emissor fazer a sua transmissão e dispositivos também por parte do receptor para conseguir assistir e participar. Contudo, Braga (2008) apresenta a problemática de que o acesso à tecnologia e a facilidade de aprender sobre o seu uso podem ser maiores para as pessoas pertencentes aos grupos de elite. Isso pode fazer com que os demais, pessoas com menos acesso e condições financeiras, passem a fazer parte de um grupo sem competência, podendo ser um impeditivo para a participação dessa parcela da população em eventos online, por exemplo. Dentro desse contexto de on e off, digital e físico, Barichello (2017) comenta a necessidade de as metodologias de pesquisa sobre ecologia da mídia contemplarem as relações que ocorrem nos dois ambientes. A autora traz ainda que quando se fala em ecologia ou ecossistema aplicado às mídias é possível “compreender como as modificações em cada meio ou no ambiente interferem no conjunto e impactam também as partes que o constituem.” (BARICHELO, 2017, p. 105). O estudo da realização de eventos dentro da visão da ecologia da mídia pode trazer uma nova forma de analisar as interações entre os indivíduos em suas tribos ou eventos, por exemplo. De acordo com o site do evento (2021), o Instituto *Campus Party* é uma associação civil sem fins lucrativos com o objetivo de promover atividades em diferentes áreas como cultura, educação, inclusão digital e desenvolvimento tecnológico. Para isso, o Instituto possui duas frentes de trabalho, uma delas é a realização do evento presencial *Campus Party*, no qual os participantes têm a possibilidade de vivenciar uma experiência tecnológica e cultural imersiva, acampando em um mesmo espaço, trocando conhecimentos entre comunidades, participando de workshops, assistindo palestras e realizando desafios e muitas atividades em grupos e para todas as idades. Devido à pandemia do Coronavírus que assolou diversos países do mundo nos anos de 2020 e 2021, a realização de eventos presenciais e a aglomeração de pessoas foi inviabilizada. Com isso, a *Campus Party* precisou ter as suas edições

presenciais canceladas e uma versão digital foi organizada. Através da análise feita dos estudos de ecologia da mídia, percebe-se como as relações entre pessoas é permeada pelas mídias, seja em um evento presencial ou em um evento digital. Os modelos híbridos que têm sido observados no momento de abertura com a vacinação podem trazer novas reflexões sobre a permanência das mudanças tecnológicas vistas na pandemia e as mudanças nas relações entre as pessoas e entre pessoas e mídias. Um processo em andamento que merece ser acompanhado. A necessidade do ser humano se reunir com os demais pôde ser observada durante toda a evolução da sociedade. Independente do tipo ou formato de tecnologia disponível, os meios podem ser vistos como forma de aproximar os indivíduos entre si. A utilização da tecnologia, ao invés de separar os corpos e ser um mecanismo de dessocialização do ser humano, pode ser vista, principalmente com o período pandêmico, como uma forma de unir o que estava fisicamente separado. Esse formato alternativo pode ser também uma forma de proporcionar acessibilidade para quem não tem tempo ou condições financeiras de fazer o deslocamento até o local da realização da atividade ou o deseja fazer apenas em situações específicas ou experiências que consideram mais especiais se vividas de forma presencial. É oferecer uma nova possibilidade de escolha para o público. Sempre pensando que a qualidade dos eventos em ambos os formatos, presenciais ou a distância, devem ser preservadas. Para algumas pessoas a qualidade e o diferencial apresentado pelo evento presencial deverá ser bem maior do que a versão digital para gerar um desejo de deslocamento e necessidade de presença física.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Campus Party* Brasil, eventos, ecologia das mídias.

## REFERÊNCIAS

BARICHELLO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. **Visibilidade e Legitimidade na Atual Ecologia Midiática**. Estudos em Comunicação, Santa Maria, v. 2, n. 25, p. 99-108, dez. 2017.

BRAGA, Adriana. **Ecologia da Mídia: uma perspectiva para a comunicação**. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Rio de Janeiro. Anais [...]. Natal: Intercom, 2008. p. 1-11.

BRASIL, Campus Party. **Campus Party Digital**. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/cpdigital/>. Acesso em: 07 nov. 2021.

DEUZE, Mark. **Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver)**. Matrizes, São Paulo, v. 2, n. 7, p. 113-129, jul. 2013.