



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

CIBERATIVISMO COMO SUPERÁVIT COGNITIVO
Um estudo de caso do 4chan e do *Project Chanology*

Augusto Martins Savietto Barbosa

Rio de Janeiro/RJ
2010

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

CIBERATIVISMO COMO SUPERÁVIT COGNITIVO

Um estudo de caso do 4chan e do *Project Chanology*

Augusto Martins Savietto Barbosa

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Antoun

**Rio de Janeiro/RJ
2010**

CIBERATIVISMO COMO SUPERÁVIT COGNITIVO

Um estudo de caso do 4chan e do *Project Chanology*

Augusto Martins Savietto Barbosa

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por

Prof. Dr. Henrique Antoun

Prof. Fernanda de Oliveira Gomes

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Aprovada em:

Grau:

**Rio de Janeiro/RJ
2010**

SAVIETTO, Augusto.

Ciberativismo como superávit cognitivo: um estudo de caso do 4chan e do *Project Chanology*/Augusto Martins Savietto Barbosa – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2010.

68 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2010.

Orientação: Henrique Antoun

1. Ciberativismo. 2. Superávit cognitivo. 3. 4chan. I. ANTOUN, Henrique
- II. ECO/UFRJ III. Publicidade e propaganda IV. Ciberativismo como superávit cognitivo

AGRADECIMENTO

Agradeço à minha família pelo apoio incondicional e irrestrito em todas as etapas da minha vida.

À Maria Emília por todas as lições, pelo carinho e pela companhia constante.

Ao amigo e orientador – em assuntos acadêmicos ou não – Bernardo Veiga.

A todos os atuais e antigos amigos e amigas da NBS – a agência mais bem avaliada pelos clientes pela segunda vez consecutiva* – que tanto me ensinou neste último ano.

Ao professores Henrique Antoun e Fernando Fontanella, pelos conselhos, pela atenção e pelas ricas contribuições para o trabalho. *You, sirs, won all of my internets.*

Ao humano @caioqueiroz por me inquietar e reavivar meu interesse pelo tema. “As pessoas têm que entender que este é o futuro da internet”, disse.

A Dorival por me ensinar a não jogar a toalha até o último minuto. “Só acaba quando termina”.

* A NBS foi a agência de comunicação melhor avaliada na pesquisa realizada com 300 clientes das principais agências do mercado pelo AgencyScope, do Grupo Consultores – empresa internacional que avalia agências no mundo inteiro. É a segunda vez consecutiva que a NBS fica em primeiro lugar nos principais atributos avaliados.

“Você entendeu completamente errado o ponto do /b/. O /b/ não é o “oh olá pessoal encontrei um link legal ha ha” do Fark. O /b/ não são as discussões pseudo-intelectuais do Slashdot. O /b/ não é o LiveJournal, SuicideGirls ou o HotOrNot. O /b/ é um lugar para as pessoas serem monstros – os monstros horríveis, insensíveis e indiferentes que são.

Tsunami esculacha o continente asiático e nós rimos. Um emo psicótico descarrega sua demência em um gato e nós rimos. Pessoas se mutilam por nenhuma razão aparente e nós rimos. Suicídio, homicídio, genocídio – nós rimos. Racismo, sexismo, discriminação, xenofobia e ódio infundado – nós rimos. Nós somos o “eu-também-ismo” cego, nós somos a preferência irracional, nós somos flamewars sem sentido, nós somos a verdadeira face da internet”.

- Anonymous -

SAVIETTO, Augusto. **Ciberativismo como superávit cognitivo: um estudo de caso do 4chan e do *Project Chanology***. Orientador: Henrique Antoun. Rio de Janeiro, 2010. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 68 f.

RESUMO

Inicialmente, define os principais aspectos das formas de comunicação mediadas pelo computador que dependem da estrutura descentralizada das redes sociais para mediar as trocas entre usuários no ciberespaço, para então analisar a questão da formação de identidades em comunidades virtuais como os *sites* de redes sociais, que também são descritos em maior profundidade. Como os indivíduos são forçados a se expressar na internet e a repercussão desta dinâmica são investigadas nesta seção. A seguir, delimita o cenário no qual se insere a subcultura dos *imageboards* tendo o 4chan como principal exemplo contrário aos *sites* de redes sociais por se configurar um ambiente anônimo, e exprime suas principais características, dados relevantes e informações relativas ao surgimento de *Anonymous*. Após a explicação dos eventos que compreenderam o *Project Chanology* e uma breve descrição da Igreja da Cientologia, uma análise mais detalhada do conceito de ciberativismo busca estabelecer as bases para a proposta dos argumentos que se sucederão. Introduce-se em seguida a teoria do superávit cognitivo proposta por Clay Shirky para a interpretação de movimentos coletivos colaborativos organizados na internet, além de apresentar uma possível releitura do processo de produção e difusão de informação na rede. Por fim, conclui ao propor uma relação entre o *Project Chanology* e o excedente mobilizador de capacidade intelectual presente nos usuários da *web*, ressaltando o caráter ativo de participação destes no novo cenário midiático.

Palavras-chave: *Redes sociais; ciberativismo; 4chan; Project Chanology; superávit cognitivo.*

ABSTRACT

Initially, it outlines the main aspects of computer-based communication means which depend on the decentralization of the social media structure to mediate the interaction between users on the cyberspace, for a further analysis of the matter of identity-forming among virtual communities such as social network sites, which are described in detail as well. The way by which individuals are forced to express themselves on the internet and the impact of this scenario are investigated later on. Next, the situation of the imageboard subculture is defined by using 4chan as the main opposing example of the social network sites, given its anonymous character; then, it exposes the most remarkable aspects, relevant data and information regarding the birth of *Anonymous*. After a brief explanation of the events which comprised *Project Chanology* and a quick description of the Church of Scientology, a more deep analysis of the concept of cyberactivism aims to set the grounds for the arguments that will follow. Then, Clay Shirky's cognitive surplus theory is introduced, which allows an interpretation of internet-based collective and collaborative movements, besides presenting a possible new understanding of the process of producing and spreading information across the web. Lastly, it comes to a conclusion by proposing a relation between *Project Chanology* and the mobilizing surplus that can be found among internet users, highlighting the active character of their participation in the new media scenario.

Keywords: *Social network; cyberactivism; 4chan; Project Chanology; cognitive surplus.*

SUMÁRIO

1. Introdução	9
2. A interação no ciberespaço e aspectos básicos dos sites de redes sociais.....	15
2.1. As novas dinâmicas de comunicação na rede	15
2.2. Os sites de redes sociais	19
2.3. A questão da identidade e da exposição nos SRSs	22
3. O 4chan e os <i>imageboards</i>.....	26
3.1. Aspectos gerais	26
3.2. <i>Anonymous</i> e a Igreja da Cientologia.....	31
3.3. O <i>Project Chanology</i>	34
4. A força por trás dos movimentos ativistas na <i>web</i>	38
4.1. Definições básicas do ciberativismo	38
4.2. O superávit cognitivo como catalisador de movimentos coletivos.....	42
4.3. Análise do <i>Project Chanology</i>	48
5. Conclusão.....	53
6. Referências.....	57
7. Anexos	62
8. Glossário	71

1. Introdução

Não é um fato novo que o ato de interagir com outras pessoas por meio do computador, especialmente através dos sites de redes sociais como o Facebook, representou uma grande mudança nos hábitos de trocas de conteúdo e nas formas de comportamento social. A internet, afinal, é feita de usuários, que a todo momento constroem novos canais e que mudam de papel no que diz respeito à criação e ao consumo de conteúdo. Nos dias de hoje, compor um determinado grupo envolve muito mais fatores do que simplesmente o espaço que é frequentado ou o discurso adotado pelos seus membros; a identidade nas redes sociais tornou-se também uma manifestação pública de quem somos e de que papel cumprimos perante nosso círculo de convívio.

O estabelecimento de canais diretos e imediatos entre os indivíduos, por sua vez, também representou um paradigma diferente no âmbito da comunicação social, já que no ciberespaço é possível estar em contato com um amigo distante e publicar um vídeo para até milhões de pessoas o verem instantaneamente. Estes e outros aspectos passaram a afetar de forma direta as identidades e as percepções de si e dos outros. Assim como há uma postura a ser adotada no chamado mundo real, também há um conjunto de regras a seguir na rede, portanto. Apesar da compreensão destas premissas ser importante para o desenvolvimento da proposta deste trabalho, este, porém, não constitui o seu foco específico. Espaços como o Facebook, o Twitter e o orkut, bem como a mecânica de interação por meio deles já são exaustivamente explorados em análises de diversos trabalhos acadêmicos na disciplina da comunicação social; o objeto de estudo aqui, o 4chan, está localizado no extremo oposto de onde estão estes *sites*.

“Tudo bem, nós somos da internet”. É imprimindo doses de sarcasmo e de provocação em frases deste tipo que o coletivo virtual *Anonymous* (Anônimo) tenta afirmar o seu poder de distorcer fatos e notícias, *hackear* páginas de grandes portais de comunicação, tirar outras do ar por meio de ataques DDoS e arrancar risadas de toda a rede que os leva a sério. “Nós estamos no controle” – lê-se nas entrelinhas de todas as mensagens por trás de seus atos – “e estamos em todo lugar”. Se há uma motivação concreta por trás de todas estas ações não se pode confirmar com exatidão, mas o fato é que para garantir seu próprio entretenimento, os auto-proclamados “super-heróis da internet” não medem esforços – dedicam vastas quantidades de

tempo e energia, aliás – para confirmar o que dizem sobre eles nas reportagens e colunas de tecnologia de todo o mundo: “são o pior que existe na internet”, ou “o lado escuro da *web*”.

Ainda pouco difundida no Brasil, a subcultura dos *imageboards* é caracterizada por ser ao mesmo tempo altamente exclusiva (seu discurso e conduta são praticamente incompreensíveis para leitores externos) e obscura, já que por entre os tópicos do 4chan, vale tudo. “Se algo existe, existe pornografia disto” – diz a regra número 34 do fórum – “e nós a temos”. Se, por um lado, os *channers* querem se tornar notórios por suas chamadas *pranks* (travessuras) que assolam o lado “sério” da rede, por outro eles buscam resguardar ao máximo o seu caráter excludente a fim de evitar o olhar de novatos e a contaminação do seu conteúdo por parte dos não-versados na sua linguagem própria. *Imageboards* como o 4chan, numa breve definição, são fóruns em que os membros compartilham mensagens atreladas a imagens, sempre postando de forma anônima, ou seja, não existem usuários identificados.

Dentre a multitude de movimentos que ganharam vida dentro do turbilhão de conteúdo postado chocante para o visitante de primeira viagem, o *Project Chanology* logrou ser emblemático o bastante para se tornar praticamente o sinônimo do alcance de *Anonymous*, como se auto-intitulou a massa criativa e descaracterizada deste submundo da internet. A emergência de um movimento consistente e cuidadosamente estruturado por parte de um coletivo virtual desconhecido contra uma instituição sólida e polêmica como a Igreja da Cientologia é o objeto de estudo deste trabalho. Que forças impulsionaram milhares de jovens anônimos da internet de todo o mundo a protestar contra uma organização religiosa que supostamente nada tinha a ver com eles? Por que eles escolheram se identificar com um grupo ou com uma causa qualquer levantada na rede ao invés de simplesmente trocar mensagens inocentes com os amigos nas redes sociais e organizar um protesto pelo Facebook? Onde eles conseguem o tempo para recrutar milhares de *hackers* e atacar o *site* da Igreja da Cientologia, criar fóruns de discussão, estampar camisetas, vestir máscaras e ir às ruas portando placas que dizem “buzine se você está dirigindo um carro”? Estas são algumas questões que, apesar de suas respostas parecerem triviais, podem ser respondidas de diversas maneiras. Uma delas é a ideia apresentada nesta monografia.

Clay Shirky é um jornalista, professor e palestrante do Programa de Telecomunicações Interativas da Universidade de Nova York que pesquisa os efeitos

da internet no comportamento das pessoas e como isso repercute na economia e na sociedade. Seu livro *Here comes everybody*, de 2009, tornou-se uma referência instantânea ao analisar o tema da descentralização da comunicação virtual e da organização de coletivos em movimentos colaborativos na rede. *Cognitive surplus*, de 2010, apresenta a teoria homônima que procura explicar a força propulsora destes movimentos. A partir do momento em que pôde ser percebida uma relação de teoria e aplicação prática entre o pensamento de Shirky e os eventos do *Project Chanology*, este trabalho encontrou um objetivo a ser cumprido, portanto. De um lado, um acontecimento global ainda pouco conhecido pelo grande público e, de outro, uma teoria também pouco explorada em estudos brasileiros do assunto; compreender a evolução do movimento do 4chan sob a ótica de Clay Shirky é a meta deste projeto monográfico.

A base teórica empregada procurou abarcar as principais linhas de pensamento pertinentes ao tema, apesar de grande parte dela ser constituída por referências diversas e talvez menos tradicionais como blogs, postagens em fóruns, *papers* e reportagens de revistas estrangeiras disponibilizadas na rede. Os principais exemplos disto são as pesquisadoras danah boyd, Gabriella Coleman, Judith Donath e o próprio Clay Shirky, que motivou a ideia por trás do projeto. Estar em contato com linhas de pensamento recentes e inovadoras foi bastante proveitoso para a construção não somente do presente trabalho, mas de uma compreensão geral do assunto que extrapola o tema aqui analisado. Pode-se afirmar que esta monografia terá cumprido parte de seu objetivo se tiver ao menos despertado o interesse do leitor pela linha de pesquisa de um destes autores, que, na visão aqui apresentada, ainda são pouco lidos no cenário nacional. Referências da importância de Henrique Antoun, Raquel Recuero e Pierre Lévy forneceram o terreno necessário para a construção do estudo levado a cabo neste projeto, já que a presença destes autores nos seus respectivos capítulos foi imprescindível para uma construção adequada do discurso e da estruturação dos argumentos; qualquer ensaio relacionado às formas de comunicação e identidade na rede, às teorias da cibercultura e ao comportamento na *web* não está completo sem as pertinentes citações destes três pensadores.

Como é proposto pelo título, a metodologia adotada é a de estudo de caso, uma vez que o objeto de estudo consiste num evento específico de um objeto específico – o 4chan e o *Project Chanology* – cuja observação analítica tendo como base as referências requer um capítulo à parte para sua definição. As considerações

iniciais sobre a dinâmica do *imageboard* e os eventos que constituíram o movimento são introduzidos após serem estabelecidas as bases necessárias para compreender o contexto no qual eles se inserem. Feito isto, a descrição dos fatos, a evolução dos acontecimentos e os destaques são apresentados de forma detalhada para, em seguida, ser estudados através das teorias aqui citadas.

Qual a relação, portanto, entre protestos contra a Igreja da Cientologia e a teoria de Clay Shirky? Em que medida o excedente de capacidade criativa apontado por ele pode contribuir para a organização de movimentos efetivamente construtivos na *web*? Existe, de fato, um potencial em todos os cidadãos virtuais para colaborarem em iniciativas coletivas e obterem êxito? São as principais indagações às quais que este trabalho busca responder, apontando um caminho diferente àquele comumente observado na mídia em que figuram os feitos da comunidade do 4chan, o da mera crítica, da análise superficial e do sensacionalismo.

O primeiro capítulo apresenta as novas formas de comunicação mediadas pelo ciberespaço para analisar a forma através da qual se articulam as redes de contatos na *web*, anteriormente restritas ao ambiente físico. Como se comportam os cidadãos conectados quanto às suas interações, ao compartilhamento de informação e à estruturação de vínculos sociais através da internet? A compreensão das comunidades virtuais enquanto locais de construção e troca de capital social é então sucedida pelo estudo dos principais aspectos dos *sites* de redes sociais, como a transferência dos convívios reais para o âmbito digital. A descrição dos fatores que diferenciam estes *sites*, como a criação de perfil, a lista de amigos e o mural de mensagens é preponderante para o entendimento de como se moldam as identidades de um usuário conectado. Estabelecido este terreno, é discutida então a questão da identidade e da exposição dos usuários nestes sites, para que o estudo da identidade nos *imageboards*, iniciado no capítulo seguinte, seja feito com um maior conhecimento panorâmico.

O segundo capítulo desenha uma linha do tempo da trajetória dos *imageboards* e do 4chan, apresentando os dados mais relevantes sobre estes *sites* desde o seu surgimento até o momento atual. A fábrica de *memes* (os fenômenos da internet), o conteúdo das mensagens trocadas num ritmo contínuo e incessante, a postagem desprovida de identificação e a constante renovação das páginas do fórum são os principais aspectos abordados para apresentá-lo ao leitor. Logo após, depois de explicada as importantes diferenças entre a seção */b/* e o resto do *imageboard*, são trazidos para discussão os fatos que precedem o *Project Chanology*, como o

nascimento de *Anonymous* como uma entidade coletiva e como teve início a rixa entre o 4chan e a Igreja da Cientologia, cujo perfil é também brevemente traçado para uma melhor localização contextual dos fatos. Finalmente, o tópico central do trabalho é introduzido, juntamente com os principais eventos que comprovam sua repercussão mundial e que o tornam um importante exemplo de movimentação coletiva *online* em prol de uma causa ideológica.

Após definidas estas bases teóricas e práticas, o terceiro capítulo cumpre o papel de desenvolver a proposta central do projeto. Num primeiro momento, são colocados os principais conceitos de ciberativismo e a sua definição, relacionando-a com a comunicação mediada pelo ciberespaço e o novo poder dos cidadãos de atuar de forma independente da mídia, em parcerias criadoras de iniciativas de cunho ativista, seguido de alguns exemplos que ilustram cada caso. Logo após, a teoria de Clay Shirky é analisada com maior profundidade. Utilizando-se do caso da Wikipedia, a mudança na relação das pessoas com a mídia é explicada da forma que foi proposta pelo pesquisador em seu livro. Este entendimento é essencial para se traçar um vínculo do superávit cognitivo com a emergência dos movimentos ciberativistas, o que configura o foco deste trabalho. Por fim, o *Project Chanology* é então abordado sob a ótica da teoria já introduzida, interligando os argumentos de Shirky com a sucessão de fatos que deu origem aos protestos.

2. A interação no ciberespaço e aspectos básicos dos sites de redes sociais

Parte dos conceitos básicos de comunicação na *web* e nas redes sociais para introduzir aspectos gerais das trocas mediadas pelo computador. Em diversas ocasiões, são traçados paralelos entre a interação virtual e a real, com o intuito de destacar as semelhanças e diferenças entre ambas. Em seguida, explica a mecânica dos sites de redes sociais em geral para aprofundar a questão da articulação da identidade dos que deles participam.

2.1. As novas dinâmicas de comunicação na rede

O advento da internet representou a emergência de um novo padrão nas relações sociais e de novas formas de comunicação e troca de pensamentos, fenômenos que também ocorreram no surgimento de meios revolucionários como a imprensa, o telefone e a televisão, para citar alguns. Hoje, as pessoas têm à sua disposição um conjunto amplo de maneiras de se manifestar e de atuar em espaços próprios nos quais podem estabelecer contato com outras pessoas independente de fronteiras geográficas, podendo ter acesso a todo conteúdo informacional que estiver disponibilizado na rede. A partir do momento em que todos estão potencialmente em permanente conexão e podem compartilhar instantaneamente de seus diferentes contextos individuais, eles se configuram como importantes atores sociais desta nova dinâmica comunicacional.

A presença destes atores associada às conexões estabelecidas entre eles configura uma estrutura de rede social, nas qual os laços que seres humanos e/ou organizações constroem com outros semelhantes permitem uma nova leitura do papel cumprido por cada um no desenho dos fluxos de comunicação da sociedade. Estando todos conectados entre si por um ou vários tipos e graus de dependências baseadas em interesses, áreas de intelecto, laços afetivos ou histórias compartilhadas, é através delas que é possível estar em contato com uma infinita gama de informações sobre o mundo, notícias de pessoas conhecidas, novas formas de agregar conhecimento, procurar oportunidades de trabalho, participar de conferências, etc. E hoje, mais do que nunca, pode-se testemunhar o surgimento das expressões destas redes sociais no ambiente virtual; a partir de agora, os modelos comunicacionais um-todos (mídias de massa) e um-um (telefone, correio) cedem considerável espaço às ferramentas todos-

todos, que através da *web* tiram proveito das redes existentes entre os seres humanos de uma sociedade e amplificam seu potencial de trocas no mundo digital.

Como percebeu Pierre Lévy, a interação através de dispositivos de comunicação mediados por computador trilha um caminho oposto ao das mídias de massa tradicionais, uma vez que agora todos são agentes em constante modificação da estrutura maior do espaço social, poder heterogêneo e distribuído que não é mais restrito a fontes unilaterais de formação de discurso e, como definiu o autor, não-totalizável:

Ora, o ciberespaço, ao menos até o momento, é mais acolhedor do que dominador. Não é um instrumento de difusão a partir de centros (como a imprensa, o rádio e a televisão), mas sim um dispositivo de comunicação interativa de coletivos humanos com eles mesmos e de colocação em contato de comunidades heterogêneas (LÉVY, 1999, p. 230).

Esta natureza “anarquista” da comunicação digital representou a quebra do paradigma que se aplicou às companhias telefônicas, por exemplo, que desde o início foram as detentoras do serviço de telefonia e as únicas provedoras do benefício para o consumidor final, que deve pagar pelo acesso ao canal de comunicação. A internet, portanto, trilhou um caminho diferente por ser “uma rede construída por pesquisadores do governo e cientistas da computação que não tinham CEO, nenhum grande plano de negócios, assinantes pagadores, investimento em conteúdo e nenhum interesse financeiro em acumular associados”¹ (ZITTRAIN, 2008, p. 7).

Apesar dos claros benefícios trazidos por esta nova abertura, deve-se estar alerta em relação ao aspecto caótico que este fluxo multidirecional de informações e a ausência de filtros ou dispositivos reguladores pode ocasionar:

(...) a Web articula uma multiplicidade aberta de pontos de vista, mas essa articulação é feita transversalmente, em rizoma, sem o ponto de vista de Deus, sem uma unificação sobrejacente. Que este estado de coisas engendre confusão, todos concordam. Novos instrumentos de indexação e pesquisa devem ser inventados, como podemos ver pela riqueza dos trabalhos atuais sobre a cartografia dinâmica dos espaços de dados, os “agentes” inteligentes ou a filtragem cooperativa das informações (LÉVY, 1999, p. 160).

¹ Tradução do autor para: “a network built by government researchers and computer scientists who had no CEO, no master business plan, no paying subscribers, no investment in content, and no financial interest in accumulating subscribers”.

Podemos notar a emergência de novas identidades na medida em que se abrem as portas para um ator se apropriar de um espaço para si e também perceber os outros enquanto atores. Esta percepção, por mais óbvia que pareça, é fator preponderante para a nova interação que caracteriza o ciberespaço. Pressupõe-se também o constante fluxo e troca de informações que seja interessante aos grupos sociais presentes na rede, de forma a manter em constante mudança e movimento o ciberespaço, como observou Raquel Recuero:

A mediação pelo computador (...) gerou outras formas de estabelecimento de relações sociais. As pessoas adaptaram-se aos novos tempos, utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais. Como essas formas de adaptação e auto-organização são baseadas em interação e comunicação, é preciso que exista circularidade nessas informações, para que os processos sociais coletivos possam manter a estrutura social e as interações possam continuar acontecendo (RECUERO, 2009, p. 88).

Além de proporcionar um espaço aberto para que se manifestem as redes já existentes no mundo real, o ciberespaço também impulsiona notavelmente o surgimento de coletivos e grupos de interação que não teriam espaço para se expressar sem esta nova ferramenta social:

Como a comunicação mediada por um computador proporciona que estas interações sejam transportadas a um novo espaço, que é o ciberespaço, novas estruturas sociais e grupos que não poderiam interagir livremente tendem a surgir (*Id.*, p. 88).

A construção dos laços entre estes grupos sociais, portanto, é facilitada pela comunicação mediada pelo computador, que dá voz aos existentes e fomenta o nascimento de outros que não tomariam corpo de outra forma. Seja através da interação entre os atores, na qual há, de fato, a troca e o diálogo entre eles; seja através do mero sentimento de pertencimento e de querer fazer parte de um grupo; os laços sociais deles decorrentes encontram um ambiente favorável de crescimento no meio digital. Da mesma forma que nos encontramos em ambientes públicos como escolas, escritórios, parques e *shopping centers* e da mesma forma que participamos de discussões com diferentes pessoas e temos contato com variados pontos de vista, agora temos à nossa disposição um espaço que media as transações humanas em um âmbito social não-físico, que é o ciberespaço. Seu nascimento e crescimento, longe de

ser um processo tecnológico e “matemático” irreversível e excludente, que independe das pessoas, é uma resposta à necessidade humana das mesmas de ter um meio que torne possível a comunicação constante e recíproca e que dê vazão para a manifestação intelectual coletiva em permanente criação e recriação.

De acordo com Lévy (1999), o ciberespaço tem como os princípios delimitadores de seu processo de crescimento a interconexão (o espaço como canal de interação entre os atores sociais), a criação de comunidades virtuais (que podem se basear em afinidade de interesses, cooperação, trocas, etc.) e a participação social da inteligência coletiva, que seria o seu fim último, no qual todos são participantes no processo cognitivo social e contribuem para o enriquecimento coletivo do conhecimento. Segundo a mecânica proposta pelo autor, o primeiro seria fator condicionante do segundo, que é o terceiro em potencial.

De fato, a organização em comunidades virtuais é um bom exemplo de uma dinâmica social que encontrou no ciberespaço um espaço propício para sua manifestação, já que ele coloca em contato pessoas que não teriam como se conhecer em outras circunstâncias, além de facilitar a troca entre conhecidos distantes ou que há muito não se veem, para citar alguns exemplos de ordem prática. Ao articularem-se em torno de um interesse mútuo, afinidade geográfica ou quaisquer outros fatores, as pessoas constroem métodos de comunicação característicos de comunidades virtuais, que aproximam os atores e enriquecem as suas trocas na rede, valorizando o chamado capital social. Valor intrínseco proveniente da própria interação entre os atores, ele cumpre um papel essencial no desenvolvimento das comunidades, podendo servir como símbolo de autoridade, prestígio ou boa reputação em um determinado coletivo, atribuindo importância a um discurso, emitindo mensagens de valor e solidificando os laços na rede. Além disso, o valor qualitativo do capital social acumulado em uma rede é um importante indicador do nível de interação de um ator em uma determinada comunidade.

Também em seu âmbito digital, portanto, tanto estas comunidades quanto o capital social apresentam grande relevância no que diz respeito à dinâmica das redes sociais que são o objeto de estudo deste trabalho, aquelas sediadas no espaço virtual.

2.2. Os sites de redes sociais

Levando mais adiante a análise da formação de comunidades virtuais na internet, é nos sites de redes sociais que encontraremos a expressão mais fiel das redes sociais no ambiente virtual. Entretanto, é importante observar que, diferente de como é normalmente percebido, a existência das redes sociais independe dos sites; estes são apenas uma das variadas formas possíveis de elas se manifestarem, como apontou Recuero:

(...) é preciso compreender que estudar redes sociais na internet é estudar uma possível rede social que exista na vida concreta de um indivíduo, que apenas utiliza a comunicação mediada por computador para manter ou criar novos laços. Não se pode reduzir a interação unicamente ao ciberespaço, ou ao meio de interação. A comunicação mediada por computador corresponde a uma forma prática e muito utilizada para estabelecer laços sociais, mas isso não quer dizer necessariamente que tais laços sejam unicamente mantidos no ciberespaço (RECUERO, 2009, p. 143-144).

É imprescindível que se parta desta premissa para se estudar as formas de comunicação mediadas pelo computador e seu emprego como ferramenta de interação social no ciberespaço; o processo de transição dos átomos para os *bits*, como descrito por Nicholas Negroponte (1995) em seu livro *A vida digital*, define que a introdução do modelo virtual reconfigura não só as formas de difusão tradicionais (mídias de massa), mas também os de trocas entre os indivíduos, incluindo aquelas baseadas em espaços públicos de convívio social. Ele proporciona novas leituras e formas de manifestação para os canais de contato existentes e permite a criação de outros novos; os sites de redes sociais são uma das várias formas para tal. É acertado associar os espaços públicos de átomos com os de bits, segundo danah boyd, já que eles por definição oferecem todo o insumo para que audiências sejam formadas e a disseminação de conteúdo seja potencializada, neste caso o meio sendo a internet:

(...) social network sites are publics both because of the ways in which they connect people en masse and because of the space they provide for interactions and information. They are networked publics because of the ways in which networked technologies shape and configure them² (BOYD, 2007, p. 6).

² Tradução do autor: (...) sites de redes sociais são públicos tanto por causa das formas que eles conectam pessoas em massa quanto pelo espaço que eles proporcionam para interação e informação.

Observa-se assim como as novas formas de comunicação mediadas por computador tiveram profundo impacto no jeito como se interage e se distribui informação nos âmbitos públicos, sejam eles físicos ou virtuais.

Como foi dito, de uma maneira similar à frequência que as pessoas têm em ambientes públicos físicos, elas recorrem ao espaço das redes sociais na internet para socializar com amigos e conhecidos, compartilhar pensamentos e informações e serem vistos. Esta organização em comunidades sociais virtuais pode estar vinculada a um determinado contexto ou interesse comum (como a proposta de contatos profissionais do LinkedIn e o conteúdo essencialmente musical do MySpace) ou não. Os sites deste gênero apresentam três características fundamentais na sua dinâmica que moldam a forma como as pessoas interagem através deles: a criação de um perfil, a lista de amigos e as formas de se comunicar publicamente, que geralmente funcionam através de murais de recados ou comentários (*Id.*, 2010). Os três são elementos essenciais na arquitetura dos sites de redes sociais.

A elaboração da identidade do usuário nas redes sociais, que se dá através da criação do perfil, é um ponto que não se restringe a este tipo de ambiente, mas que é o seu aspecto principal; não sendo somente um espaço onde são inseridas informações pessoais, fotos, vídeos e pensamentos próprios, o perfil também é local de interação entre usuários em diferentes graus. Quanto maior for o seu nível de engajamento com o site, maior será a interação e a troca de conteúdos entre ele e seus amigos na sua página. Entretanto, isto depende de quanto do perfil é tornado público pelo seu dono. De acordo com sua preferência, ele pode estar oculto para alguns usuários (desconhecidos) e aberto para outros (como amigos ou membros de uma mesma rede, por exemplo). Outra observação interessante que pode ser feita a respeito da página pessoal é que a sua intenção é a de ser um retrato fiel de como o usuário se vê e quer ser visto no ambiente virtual. Para participar das trocas sociais na rede, é esperado de cada indivíduo que ele apresente uma identidade autêntica, que reflita o máximo possível quem ele é na vida real. Portanto, uma exigência dos círculos de conversa das redes sociais é que cada um seja a si próprio, respeitando a proposta de legitimidade do meio; fato que explica a falta de credibilidade de perfis *fake* (falsos), cujo discurso não tem o mesmo valor daqueles de pessoas reais. De uma forma geral,

Eles são públicos em rede devido às formas pelas quais as tecnologias em rede os moldam e configuram.

portanto, páginas pessoais no orkut ou no Facebook podem ser consideradas fontes válidas para se obter informações básicas sobre um determinado indivíduo.

Nos primórdios dos primeiros sites de comunidades em rede, talvez a proposta da lista de amigos tenha sido manter o círculo mais próximo de amizade do usuário. Mas o fato é que, com o passar do tempo, esta função passou a cumprir um papel muito mais amplo do que estar perto dos amigos propriamente ditos, já que a articulação dos usuários nestes sites contribui tanto para a manutenção de seus laços já existentes quanto para a criação de novos círculos de convívio; de forma que aumentar a lista de *Friends* nos sites de redes sociais envolve articulação social e política (*Id.*, 2007). A maioria dos sites conecta dois usuários como amigos após um primeiro ter solicitado a amizade de um segundo e este ter aceitado se conectar com aquele. Desta forma, antes de tomar tal decisão, os usuários constantemente se veem analisando as repercussões da sua lista de contatos; se adicionar uma determinada pessoa pode reatar um velho laço afetivo que se perdeu, recusar a amizade de outra (como um superior no ambiente de trabalho ou um amigo influente) pode ser um ato prejudicial à reputação do usuário. Assim, pode-se constatar que há quem queira reunir o máximo de amigos possível, e há quem prefira escolhê-los com mais critério antes de adicioná-los, mas o fato é que a lista de *Friends* define as conexões que se tem no site mais relativamente do que como amigos de fato.

Por último, mas não menos importante, são as ferramentas que propiciam as formas de interação entre os participantes de um site de rede social, que é o sistema de comentários. Normalmente, eles são visíveis na página do perfil do usuário e exibem os últimos contatos que foram feitos entre ele e outros, que podem ser os seus amigos ou não, dependendo da sua configuração de privacidade. Em sua maioria, os comentários consistem em mensagens rápidas e triviais, servindo principalmente para os usuários marcarem presença no ambiente virtual ao invés de cumprir um objetivo prático de fato. O mural de mensagens, portanto, serve mais como um local para “dar um oi” do que como uma mensagem séria. Quando estas têm maior importância ou quando são confidenciais, são enviadas de forma direta e privativa entre duas pessoas, tendo os sites esta função geralmente.

Um olhar atento sobre os diferentes sites de redes sociais existentes hoje é suficiente para constatar a recorrência destas características; estejam elas em menor número ou acompanhadas de outras diferentes, elas são o tripé da socialização mediada pelo sites. O orkut, Facebook, Twitter e o LinkedIn, para citar alguns, todos

trazem em sua mecânica a lista de amigos, os espaços de comunicação e principalmente a identificação por meio de perfil. A partir destas premissas, eles desenvolvem suas propostas de interação; fazer amigos ou manter contato com os já existentes, disseminar conteúdo de forma prática ou estabelecer laços profissionais.

Contudo, assim como nos círculos sociais físicos, a busca pelo pertencimento e reputação em uma determinada comunidade ou pela atenção dos outros traz implicações que vão além do que é conscientemente gerido pelo indivíduo. Seus atos, companhias e discursos nas redes sociais digitais são o retrato mais direto da sua identidade, uma vez que, na maior parte dos casos, não há um corpo físico ou uma prova concreta que encerre a legitimidade da pessoa por trás do perfil. Estar presente e atuante em um espaço virtual de interação pública é um cenário; a construção da identidade e a definição do que é público e do que é privado é um objeto de estudo separado e que requer maior aprofundamento, já que estes aspectos têm leituras completamente novas no que tange à mudança do espaço físico para o ciberespaço.

2.3. A questão da identidade e da exposição nos sites de redes sociais

Neste capítulo, tem sido recorrente a comparação entre as formas de interação que se dão no ambiente físico e aquelas relativas ao espaço da internet, ressaltando as semelhanças entre ambos, de forma a não estudá-los como cenários independentes um do outro, já que no contexto atual a vida social é uma mistura de convívios nos dois campos. Porém, também é um objetivo deste trabalho trazer luz às principais diferenças que emergiram com o advento destas novas formas de comunicação, exigindo dos atores sociais novas posturas e códigos que pudessem ser aplicados a este recente local de interação. Este tópico também irá analisar atributos de construção de identidade dos sites de redes sociais em contrapartida com as comunidades sociais físicas.

Não é motivo surpreendente que a elaboração de uma identidade própria seja um elemento importante no estudo dos sites de redes sociais. Da mesma forma que uma pessoa é conhecida por seus gostos, convívios, linguagens e pela comunidade a que pertence, no âmbito digital ela também o será. Suas formas de expressão, seus tópicos de interesse, seu círculo de amigos virtuais e a estrutura social na qual ela está inserida serão meios de ela estabelecer sua identidade. Judith Donath ressalta que esta

identificação está diretamente relacionada ao nível de exposição do indivíduo nas comunidades virtuais:

In the virtual world, many degrees of identification are possible. Full anonymity is one extreme of a continuum that runs from the totally anonymous to the thoroughly named. A pseudonym, though it may be untraceable to a real-world person, may have a well-established reputation in the virtual domain; a pseudonymous message may thus come with a wealth of contextual information about the sender. A purely anonymous message, on the other hand, stands alone³ (DONATH, 1998, p. 20).

Por mais que varie este nível de identificação de acordo com a mecânica do ambiente, nos sites de redes sociais é essencial que se possa vincular uma determinada mensagem a um indivíduo emissor, seja ele anônimo ou não; já em outros ambientes, como alguns tipos de fóruns, é aceito o anonimato. É a configuração do espaço que dita os costumes e normas sociais definidores do status dos usuários e que torna relevantes os dignos de audiência:

In the electronic domain, the design of the environment is everything. Whether or not you know that other people are present or privy to a conversation, whether you can connect an on-line identity to a real-world person, whether you have only a faint notion of the personalities or those around you or a vibrant and detailed impression – this is all determined by the design of the environment⁴ (*Id.*, p. 22).

Em geral, nos sites de redes sociais, o preço pago por não se identificar ou por tentar frustradamente se passar por outro é não receber a audiência esperada e, conseqüentemente, não pertencer a uma determinada comunidade. A proposta trazida por estes espaços de interação é que o participante adote a mesma postura que adotaria num local público do mundo real, apesar de ele ter o direito ao anonimato no

³ Tradução do autor: No mundo virtual, são possíveis vários graus de identificação. Anonimato total é um extremo de um contínuo que vai do totalmente anônimo ao minuciosamente nomeado. Um pseudônimo, embora possa não ser rastreável para uma pessoa do mundo real, pode ter uma reputação bem estabelecida no domínio virtual; uma mensagem com pseudônimo pode, desta forma, vir com uma riqueza de informação contextual sobre o emissor. Uma mensagem puramente anônima, por outro lado, fica de fora.

⁴ Tradução do autor: No domínio eletrônico, o desenho do ambiente é tudo. Se você sabe que outras pessoas estão presentes ou a par de uma conversa, se você pode conectar uma identidade on-line com uma pessoa do mundo real, se você tem apenas uma noção vaga da personalidade daqueles ao seu redor ou uma impressão vibrante e detalhada – tudo isso é determinado pelo desenho do ambiente.

espaço da internet. Este direito, não sendo tão bem-vindo nos sites de redes sociais, acaba por ser reservado a outros ambientes de interação na *web*.

A estrutura dos sites de redes sociais, baseada nas características citadas, são um convite ao participante para a construção de novas formas de interagir e espalhar informação em um determinado contexto social, caso ela seja elegível à participação na mesma e respeite as normas locais. A importância dos atores na formação das bases das trocas sociais remonta à própria natureza virtual – feita de dados – dos sites. Todos os laços, mensagens e informações pessoais estão expressos na rede em forma de *bits*; desta forma, eles estão sujeitos a fatores concomitantes à dinâmica deste espaço que acabam por forçar a expressão da identidade e dificultam a tentativa de falsidade, como a persistência do que é dito, a replicabilidade do conteúdo, a escalabilidade e a localidade de informações (BOYD, 2010). Eles são a prova de que comunicar-se pela internet requer uma postura diferente da comunicação no mundo real, pelo menos nos espaços em que for exigida a identificação.

O aspecto da persistência diz respeito ao fato de que, como a troca de mensagens é intermediada pelo espaço *on-line*, elas são registradas e gravadas automaticamente de acordo com a arquitetura do ambiente; isto pode variar de acordo com cada site, mas essencialmente é como o intercâmbio de informações no ciberespaço funciona. A partir do momento em que o que é falado não é mais efêmero e tampouco particular, tudo pode ser lido, relido e interpretado em contextos diferentes do inicial, permitindo a relativização – ou até mesmo a corrupção – dos discursos e da identidade dos emissores. A replicabilidade, ou a facilidade de se duplicar o que é difundido no meio virtual, é outro fator que descredita as informações encontradas, já que como todos podem copiar qualquer coisa, torna-se difícil distinguir uma fonte digna de credibilidade de uma mera cópia ou adulteração. Garantir a procedência de algum dado na internet é uma difícil tarefa, portanto.

A escalabilidade refere-se ao aumento da capacidade de difusão de cada ator que a internet potencializa. Todos podem gerar conteúdo e ter públicos de todos os tamanhos, localidades ou tempo, mas não necessariamente terão a audiência desejada para seu discurso. A busca por relevância é motivo de frustração para muitos ingressantes da rede que tentam se fazer ouvir por muitos; suas expectativas raramente são correspondidas conforme o desejado, de forma que a incessante exposição da identidade acaba por não trazer retorno ao usuário.

A possibilidade de se rastrear a internet por um determinado dado de outra pessoa, algo que tenha sido dito ou uma foto que tenha sido postada caracteriza a locabilidade. Dados os termos certos e uma relativa capacidade de associação lógica, vinculada ao acesso a quaisquer bancos de dados que registrem todas as informações emitidas, tudo pode ser procurado e encontrado. Assim, outro golpe é desferido contra a intimidade e a ilusão de privacidade de identidade na rede, uma vez que o anonimato pode ser quebrado por pessoas interessadas ou autoridades competentes.

Estes são aspectos com os quais os atores sociais devem aprender a lidar caso queiram participar da interação no ambiente virtual. A construção da identidade nos sites de redes sociais vai além da construção do perfil e da escolha dos amigos; ela representa todo o contexto no qual o usuário estará inserido, toda a carga semântica que acompanhará suas mensagens e interações no meio digital e o seu lugar na estrutura social das comunidades ao seu redor. Nesta perspectiva, nas redes sociais, por exemplo, onde os dados pessoais e contatos reais de uma pessoa são apresentados, uma falsificação na identidade seria facilmente notada, colocando em dúvida a veracidade dos seus dados e, conseqüentemente, todo o seu discurso na internet.

A interação mediada por computador vem caminhando para o momento em que a total exposição e a persistência da identidade sejam as diretrizes do meio virtual, uma vez que para se estabelecer contatos, fazer amigos e participar de grupos de interesse é desejado que se possa vincular um perfil a uma pessoa real no Facebook, por exemplo. O objetivo deste primeiro capítulo de firmar uma base sobre os sites de redes sociais foi o de evitar um estudo limitado dos *imageboards* e do ciberativismo como instrumento de identidade virtual. Para se analisar com maior detalhe estes outros cenários, cujo contexto do ambiente de troca entre os usuários é permeado pelo anonimato e sua repercussão na identidade na internet, por exemplo, é necessário abordar os exemplos que seguem o caminho oposto ao das redes até aqui abordadas.

3. O 4chan e os *imageboards*

Inicialmente, apresenta o cenário sobre o qual se desdobraram os acontecimentos que são o objeto de estudo deste trabalho. Introduce o panorama dos *imageboards* na internet e a dinâmica de comunicação inerente a estes espaços. Em seguida, volta-se para um fórum específico do site 4chan, o /b/, com o intuito de traçar uma linha desde o surgimento da comunidade *Anonymous* até a consolidação do movimento como uma forma de protesto contra a Igreja da Cientologia, e como se deram os fatos.

3.1. Aspectos gerais

Os *imageboards* são um desdobramento do modelo tradicional de fóruns *on-line*, em que a troca de mensagens é baseada na postagem e no compartilhamento de imagens. Com uma estrutura simples e direta, eles são organizados em fóruns específicos divididos por temas, cujo conteúdo é altamente transitório, dependendo do tráfego de visitantes do site, já que não é mantida uma base de dados com as postagens colocadas e o fluxo de mensagens postadas é de constante reciclagem.

Os primeiros exemplos surgiram no Japão no final dos anos 90, e muitos dos *imageboards* em inglês existentes hoje têm como foco central de discussão assuntos relacionados à cultura nipônica em geral, como *anime* e mangá. No seu país de origem, eles são voltados para temas mais abrangentes e exercem uma influência na sociedade japonesa comparável àquela das mídias de massa⁵. O 2channel⁶, um dos maiores *imageboards* japoneses, com 2.8 milhões de *posts* feitos diariamente⁷, é um exemplo: seus mais de 600 fóruns abordam tópicos que variam de notícias em geral a dicas de culinária e discussões sobre informática.

A sua interface simplificada funciona através da postagem de mensagens que podem ou não ser acompanhadas de uma imagem (apesar de estas contribuírem muito na transmissão de uma resposta). Na medida em que os usuários postam dentro de um determinado tópico, as mensagens se organizam verticalmente de acordo com sua

⁵ www.wired.com/culture/lifestyle/news/2007/04/2channel (acesso em 26 set. 2010).

⁶ Endereço: www.2ch.net (acesso em 26 set. 2010).

⁷ stats.2ch.net/suzume.cgi?yes (acesso em 26 set. 2010).

ordem cronológica. A cada postagem é atribuído um número aleatório, de forma que se possa direcionar uma resposta a uma mensagem específica [figura 1, p. 62].

A principal característica compartilhada pelos *imageboards* é a possibilidade de um usuário postar anonimamente, não sendo necessário qualquer tipo de cadastro para isso. A única forma de se atribuir uma certa identificação para uma postagem é o uso de *tripcodes*, um código de caracteres que permite que os leitores de um fórum saibam que foi uma mesma pessoa que postou duas mensagens separadas. Mas mesmo assim, estes dados de identificação não são guardados em nenhum banco de dados, tendo utilidade apenas temporária dentro de uma discussão.

Poder trocar mensagens protegido pelo anonimato é considerada a principal característica e a maior vantagem de se participar de um fórum, sendo isto inclusive encorajado pela comunidade. No Japão, uma cultura conhecida por suas restrições e rígidas normas de etiqueta, os *imageboards* cumprem um importante papel de “escape social” para os visitantes, que veem neles a melhor forma de expressarem suas ideias e sentimentos sem comprometer a sua imagem e colocar em risco sua reputação ou o seu emprego. Usuários que fazem uso de *tripcodes* normalmente encontram certa resistência da comunidade, visto que ela procura impor o uso do anonimato e desestimular a atribuição de qualquer identidade ao conteúdo postado.

Outro aspecto particular dos *imageboards* é o caráter transitório do conteúdo que circula nos fóruns: na medida em que novos tópicos surgem e outros vão perdendo relevância, eles vão sendo apagados sem passar por nenhum tipo de arquivamento em um banco de dados. Desta forma, os fóruns são arquitetados de maneira que as discussões inativas ou pouco interessantes cedam espaço para os tópicos em alta e que contarem com a maior participação dos usuários. Não sendo possível recorrer a nenhuma base para resgatar conteúdos expirados, a iniciativa de salvar tópicos específicos parte dos próprios usuários, que fazem *screenshots*⁸ da página em questão para guardá-la.

Lançado em outubro de 2003, o 4chan⁹ é o maior e mais influente *imageboard* de língua inglesa existente hoje. Foi criado pelo estudante nova-iorquino Christopher Poole [figura 2, p. 62], de então 15 anos, à imagem do Futaba Channel¹⁰, outro

⁸ Comando do sistema operacional que cria um arquivo de imagem a partir do conteúdo visível na tela. Normalmente, o screenshot pode ser feito através de um simples comando do teclado.

⁹ Endereço: www.4chan.org (acesso em 26 set. 2010).

¹⁰ Endereço: www.2chan.net (acesso em 26 set. 2010).

imageboard japonês. “*moot*”, como Poole é conhecido na internet, tinha como intenção inicial ao criar o site ter um espaço para discutir com seus amigos sobre *anime* e mangás. Atualmente, o site é dividido em cinco categorias primárias (cultura japonesa, interesses gerais, criatividade, conteúdo adulto e outros), tendo cada uma cerca de dez subcategorias, totalizando 48 fóruns individuais [figura 3, p. 63]. De acordo com *moot*, que esteve presente em uma conferência TED em fevereiro de 2010¹¹, o site tem mais de 7 milhões de visitantes por mês e cerca de 700 mil postagens diárias (FONTANELLA, 2010). Sua relevância no segmento dos *imageboards* também é notada quando se observa o surgimento de várias páginas similares em diversos países, inclusive no Brasil; o 55chan¹² e o BRchan¹³ foram construídos com base na mesma mecânica do 4chan e inclusive são permeados pela mesma linguagem, adaptada para os padrões brasileiros.

Atribui-se aos usuários do 4chan a criação e disseminação de muitos dos fenômenos da internet, ou *internet memes*, que são conteúdos que se propagam rapidamente entre usuários e sites, geralmente com cunho humorístico. Estas manifestações aparentemente isoladas são importantes representantes de uma nova vertente da cultura popular atual; elas funcionam como piadas internas, só que compartilhadas apenas entre usuários do site; dependendo da sua popularização, os *memes* acabam por extrapolar o 4chan, manifestando-se em outros sites e até “vazando”, atingindo não-usuários do *imageboard* e chamando a atenção da mídia tradicional. Dentre os principais exemplos estão os *lolcats* (fotos engraçadas de gatos acompanhadas de textos humorísticos com erros intencionais de gramática, como se os próprios gatos tivessem tentado escrevê-los [figura 4, p. 63]), *Rickrolling* (quando se posta um link supostamente interessante que, na verdade, leva ao clipe do cantor Rick Astley *Never Gonna Give You Up*, de 1987, para a decepção de quem o recebeu), *Pedobear* (ursinho mascote da pedofilia, presente em sátiras à proibição de pornografia infantil no 4chan [figura 5, p. 63]), dentre vários outros.

Mais do que brincadeiras sem compromisso na internet, trata-se de elementos de uma nova subcultura que está crescendo entre os usuários não só dos *imageboards*, mas de comunidades virtuais em geral de toda a internet. A disseminação de *memes*

¹¹ Disponível em www.ted.com/talks/christopher_m00t_poole_the_case_for_anonymity_online.html (acesso em 26 set. 2010).

¹² Endereço: www.55chan.org (acesso em 26 set. 2010).

¹³ Endereço: www.brchan.org (acesso em 26 set. 2010).

gerados pelo 4chan, por exemplo, vem ditando tendências em diversos outros sites e comunidades que se formaram ao redor deles; prova disto é o recorrente surgimento de sites dedicados a um conteúdo específico. O principal exemplo é o ICanHasCheezburger.com¹⁴, blog criado em 2007 e dedicado somente aos *lolcats* cuja postagem já foi até publicada em livro, estampada em camisetas e outros produtos. Hoje, o portal faz parte de uma rede que engloba 53 páginas alimentadas por usuários com variados tipos de conteúdo; somente o site dos *lolcats* tem mais de 16 milhões de visitas mensais¹⁵.

O 4chan é regido por um conjunto de regras¹⁶ que se aplicam tanto globalmente (a todos os fóruns) quanto especificamente (de forma particular para cada fórum). Dentre as principais regras estabelecidas pela moderação, estão: não compartilhar qualquer conteúdo que viole as leis americanas (como pornografia infantil), a divulgação de informações pessoais, uso dos fóruns para fins publicitários etc. Entretanto, apesar da presença de moderadores que têm a função de assegurar o cumprimento das normas e contribuir para a manutenção do nível de qualidade das discussões, as regras raramente são respeitadas, sendo inclusive motivo de zombaria por parte dos *channers*, como são chamados os usuários do site. Até certa medida, elas são cumpridas nos fóruns voltados para temas em geral, mas é especificamente no /b/ que elas virtualmente inexistem, ou existem apenas para diversão [figura 6, p. 64].

O /b/, ou *Random* (aleatório), foi o primeiro fórum criado dentro do 4chan e responde por 30% do tráfego do site inteiro¹⁷. Como o nome diz, ele não é regido por discussões em torno de um tema principal, e sim pela troca de mensagens e/ou imagens sobre qualquer assunto. No que diz respeito às regras do site, não há nenhum critério a ser respeitado no /b/, exceto a postagem de certos conteúdos ilegais como conteúdo pedófilo, o planejamento de ataques de *hackers* e invasão a outros sites e a presença de usuários menores de 18 anos; todos são passíveis de banimento do fórum. Se, por um lado, não há regras e pode-se postar qualquer coisa, por outro, os /b/tards, como se auto-intitulam os usuários, também podem ser banidos por qualquer ou nenhum motivo, de acordo com a vontade dos moderadores. Mesmo assim, é a

¹⁴ Endereço: icanhascheezburger.com (acesso em 6 nov. 2010).

¹⁵ Endereço: www.bizjournals.com/kansascity/blog/2010/10/teh-brains-behind-teh-kittehs.html (acesso em 6 nov. 2010).

¹⁶ Disponíveis em www.4chan.org/rules.

¹⁷ fimoculous.com/archive/post-5738.cfm (acesso em 26 set. 2010).

comunidade que dita suas próprias regras e estabelece seus próprios padrões de regras, de forma que a equipe moderadora apenas delimita um panorama a ser seguido¹⁸.

O conteúdo postado no /b/ é constituído principalmente por piadas e mensagens permeadas pela cultura interna do fórum, sendo na maioria das vezes incompreensível para um leitor não-familiarizado com a cultura e a linguagem do *imageboard*. Em meio ao humor negro, imagens chocantes de pornografia de diversos gêneros, apologias ao racismo, corpos mutilados e fotos tiradas pelos próprios /b/tards de si mesmos expondo partes íntimas, são frequentes os *trolls* e tentativas de expor terceiros através de perfis no Facebook e de atacar outros sites.

Uma aspecto interessante dos /b/tards ou *fags* (“bichas”), como eles se referem a si mesmos de acordo com alguma característica que os diferencie (por exemplo, um usuário proveniente dos Estados Unidos será um *amerifag*, enquanto que um viciado em *games* será um *gamerfag*, e assim por diante) é a extrema auto-consciência que eles têm em relação ao resto da internet. Cientes do poder que têm de se reunir aos milhares em prol de um objetivo comum, “os usuários do 4chan se apropriam do poder da internet para causar perturbações em massa”¹⁹. As razões para tais manifestações anárquicas e destrutivas variam de motivações políticas a boas risadas, sendo direcionadas contra variados alvos, de acordo com a vontade dos /b/tards. É interessante ressaltar, entretanto, que apesar de eles terem o objetivo de tornar seus feitos notórios, é com grande resistência e oposição que a comunidade /b/ vê suas aparições nas mídias de massa quando são tema de notícias em telejornais, por exemplo. De acordo com eles, esse tipo de exposição traz novos interessados para o *imageboard* que não são familiarizados com a subcultura dos *imageboards* e “desvirtuam” a dinâmica interna do site; “o câncer que está matando o /b/”, na visão dos usuários mais antigos.

A repercussão do 4chan nos grandes meios de comunicação é explicada em grande parte pelos eventos que caracterizaram o *Project Chanology*, quando os membros da comunidade /b/ decidiram reunir-se e direcionar ataques coletivos ao primeiro inimigo que surgiu em seu caminho: a Igreja da Cientologia.

¹⁸ www.nytimes.com/2008/08/03/magazine/03trolls-t.html (acesso em 26 set. 2010).

¹⁹ www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/08/09/AR2010080906102.html?hpid=topnews (acesso em 26 set. 2010).

3.2. *Anonymous* e a Igreja da Cientologia

A mecânica de postagem e troca de mensagens pelo 4chan está intimamente relacionada com a interação de forma anônima, na qual os usuários podem disponibilizar praticamente todo o conteúdo que quiserem sem associá-lo à sua identidade, de maneira oposta aos sites de redes sociais. Isto, aliado à evolução e à constante sofisticação da linguagem compartilhada pelos membros dos fóruns, deu origem à subcultura do *Anonymous*, que consiste em um rótulo que os membros de *imageboards* como o 4chan atribuem a si mesmos como uma entidade única [figura 7, p. 65]. A partir do momento em que eles têm um pensamento ou objetivo em comum, eles passam a compartilhar de uma única identidade para pôr em prática suas ações previamente planejadas ou simplesmente continuar a compartilhar de sua linguagem interna, restrita à comunidade /b/. Não sendo regido por uma liderança centralizada nem vinculado a qualquer instituição, *Anonymous* preza o coletivo sobre o individual, articulando ações independentes que supostamente beneficiam a todos.

Não há uma definição concreta de quando ou onde a “superconsciência” de *Anonymous* se manifesta; de acordo com alguns próprios *anons*, ele é um conceito inerente e necessário à internet, extrapolando os *chans* ou este ou aquele site específico²⁰. Fernando Fontanella, em seu artigo *Nós somos anonymous: anonimato, trolls e a subcultura dos imageboards* analisou o fenômeno ao destacar que nele prevalece a inteligência do coletivo sobre as vontades individuais:

Anonymous, usado como substantivo próprio, é a incorporação dessa identidade social nas comunidades dos *chans*. *Anonymous* tem uma voz e uma narrativa própria, uma memória em que os feitos da comunidade ganham um ator. Ele pode ser generoso e justo ou imaturo e cruel, refletindo as contradições e vicissitudes do agregado social que representa. Longe de ser uma identidade fechada, é uma referência flexível o suficiente para permitir que os diversos membros da comunidade reconheçam a si mesmos no que têm em comum (FONTANELLA, 2010, p. 8).

Inicialmente restritas ao mundo virtual, as ações de *Anonymous* consistiam em ataques a páginas cujo conteúdo despertasse sua atenção, ou perfis nas redes sociais de vítimas que tenham desagradado de alguma forma os usuários do 4chan. Apesar do cunho de protesto, todas as manifestações têm como razão principal o *lulz* (adaptação

²⁰ www2.citypaper.com/columns/story.asp?id=15543 (acesso em 17 out. 2010).

de LOL, “*laugh out loud*”, as risadas), ou seja, tudo não passa de uma grande brincadeira na qual riem somente os *anons*. Atitudes *for the lulz* significam que qualquer conteúdo pode ser escarneado ou que nada deve ser levado a sério. Seja atacando sites e tirando-os do ar temporariamente, *hackeando* páginas pessoais no Facebook ou zombando de enquetes e pesquisas *on-line*, *Anonymous* encontra sempre uma razão para arrancar de suas vítimas a razão de suas risadas, deixando claro que, quando lhe convém, “a internet é coisa séria”.

Um dos principais exemplos, curiosamente de cunho não-nocivo, é a busca e prisão de um usuário que postou na internet vídeos e fotos do seu gato, Dusty, sendo maltratado por ele de diversas formas. Com o esforço colaborativo de busca e investigação da comunidade /b/, a identidade do adolescente que aparece nas imagens foi revelada, tendo sido ele encontrado e preso pelas autoridades americanas [figura 8, p. 65]. Outro ato símbolo do poder dos *anons* foi a alteração dos resultados de uma enquete anual da revista *TIME* para eleger as 100 pessoas mais influentes do mundo no ano de 2009. Através de programas de votação automática e cálculos minuciosos que adulteraram os resultados, *Anonymous hackeou* a enquete, colocando no topo da lista ninguém menos que *moot*, o fundador do 4chan²¹. Tudo isto sem motivações ideológicas grandiosas, busca por ganhos financeiros ou filiação a qualquer grupo ou partido político – apenas *for the lulz* ou pelo que os *anons* definem como justo.

Mais recentemente, *Anonymous* vem se dedicando a atacar as páginas de órgãos que combatem a pirataria e a livre distribuição de conteúdo digital como músicas, filmes e jogos de computador. Além dos EUA, este tipo de ataque já aconteceu este ano no Reino Unido e na Espanha²², sempre da mesma forma (DDoS ou “ataques de negação de serviço”, acessos simultâneos e em grande número que sobrecarregam o servidor e fazem as páginas caírem)²³. Dentre as vítimas, o MPAA e o RIAA (respectivamente, *Motion Picture e Recording Industry Association of America*), *UK Intellectual Property Office* e artistas como Gene Simmons, da banda de *hard rock* americana *Kiss*²⁴. Também no Brasil marcou presença a força do movimento dos *anons* (ou *anões*, como são chamados aqui), sob a forma de uma

²¹ blogs.wsj.com/digits/2009/04/27/moot-4chan-founder-takes-time-100-poll (acesso em 18 out. 2010).

²² www.libertaddigital.com/internet/un-grupo-ciberactivista-internacional-convoca-un-ataque-contra-la-sgae-1276403691 (acesso em 17 out. 2010).

²³ torrentfreak.com/4chan-ddos-takes-down-mpaa-and-anti-piracy-websites-100918 (acesso em 17 out. 2010).

²⁴ www.readwriteweb.com/archives/gene-simmons-threatens-anonymous-responds-to-ddos.php (acesso em 18 out. 2010).

ofensiva contra páginas do jornal Estadão e assédio a uma repórter que escreveu uma matéria sobre o 55chan²⁵.

Outros casos notórios incluem o *upload* (carregamento) simultâneo de diversos vídeos pornográficos no YouTube no ano passado, o apoio a iranianos que tentavam protestar durante as eleições no país através do site *Anonymous Iran*²⁶, e o abuso de diversas pessoas através dos seus perfis nas redes sociais, através dos quais seus endereços e números eram encontrados e telefonemas ofensivos, cartas e entregas de pizza anônimas eram feitos. Embora o terreno de suas ações seja essencialmente a internet, *Anonymous* é a prova de que o anonimato na rede tem grande repercussão no mundo real; isto ficou constatado principalmente após os acontecimentos do chamado *Project Chanology*, movimento coletivo de caráter ativista constituído por diversos protestos contra a Igreja da Cientologia levado a cabo pelos membros do /b/.

A Igreja da Cientologia é a instituição central da administração e propagação da seita conhecida como Cientologia. Contando atualmente com a adesão de celebridades de Hollywood como Tom Cruise, John Travolta e diversos outros nomes de peso, a religião foi criada nos anos 50 pelo escritor de ficção científica L. Ron Hubbard (1911-1986). De acordo com os ensinamentos introduzidos pelo seu livro *Dianética*, de 1950, os indivíduos são seres imortais que esqueceram de sua origem e perderam todas as suas capacidades divinas. Para voltar a este estado original, eles devem alcançar um estado de consciência livre da chamada “mente reativa”, que representa os traumas, fobias e vícios armazenados no cérebro. Através de constantes leituras dos escritos de Hubbard, reuniões que consistem em confissões em grupo em que os participantes respondem a perguntas sobre traumas e tristezas passadas, os adeptos buscam “limpar” a sua mente para crescer espiritualmente.

Cercada de controvérsias, a Igreja é fervorosamente criticada pela sua semelhança com uma corporação que busca o lucro; após quase 30 anos de batalhas judiciais, ela conseguiu junto ao governo a isenção tributária correspondente a instituições classificadas como religiosas. Porém, além de manter todos os seus símbolos e nomes como marcas registradas – como uma empresa –, é necessário não somente pagar para se ingressar na seita, mas também contribuir constantemente com a causa através de doações financeiras; além de se ganhar comissão por cada

²⁵ blogs.estadao.com.br/link/membros-do-55chan-atacam-estadao (acesso em 17 out. 2010).

²⁶ Endereço: iran.whyweprotest.net/ (acesso em 17 out. 2010).

indicação de novos adeptos. Outro aspecto que inflama os opositores da seita é a obsessão dos cientólogos pelo sigilo e pela repressão àqueles que os atacam, prática conhecida como “política do jogo limpo”. Utilizando-se dos meios que julgarem necessários, desde métodos enérgicos iniciais até atos ilegais para intimidar seus críticos e manter guardados os segredos da religião, os cientólogos já atacaram indivíduos, órgãos governamentais, instituições privadas e a mídia para proteger a sua doutrina. Ao longo de sua história, os seguidores da Igreja foram constantemente acusados de comportamentos criminosos como agressões e falsificação de provas, além de terem convivido em permanente investigação devido a casos obscuros de morte de alguns adeptos, fatos que chamaram a atenção da mídia para a aparente “lavagem cerebral” e suposta manipulação inescrupulosa das pessoas para ganhar dinheiro.

3.3. O *Project Chanology*

A guerra das comunidades de *imageboards* contra a Igreja da Cientologia começou em janeiro de 2008, quando um vídeo gravado pela Igreja contendo uma entrevista com o notório adepto Tom Cruise vazou e foi colocado no YouTube. Alegando violação de direitos autorais, a Igreja solicitou que o vídeo fosse imediatamente removido do site, o que chamou a atenção de membros do 4chan, do 711chan²⁷ e de outros sites por configurar um ato de censura na internet e repressão à difusão de informação, despertando a indignação de *Anonymous*. Levantada a bandeira da liberdade de discurso e propagadas as acusações da Igreja como manipuladora e gananciosa, foi criado o *Project Chanology*.

Pouco tempo após o ocorrido, o site do Projeto foi ao ar, o qual além de representar um espaço aberto de discussão para os membros, também agregava conteúdo referente aos planos de ação do movimento, *links* relacionados, ideias e cronogramas de planejamento para novas táticas de oposição à Igreja. Além disso, um grupo no Facebook²⁸ voltado para participantes do movimento foi criado, tendo mais de 4.500 participantes em novembro de 2010. Em seguida, no dia 18 de janeiro de 2008, os primeiros ataques DDoS a sites da Igreja em vários países começaram, juntamente com a invasão de computadores, disseminação de documentos sigilosos e

²⁷ Endereço: www.711chan.org (acesso em 23 out. 2010).

²⁸ Endereço: www.facebook.com/group.php?gid=8321268365 (acesso em 9 nov. 2010).

implantação de *Google bombs*²⁹ em sites de busca, vinculando os termos “*dangerous cult*” e “*brainwashing cult*” a páginas ligadas à Igreja. A ofensiva *offline* caracterizou-se por trotes telefônicos e envio de pizzas para endereços associados a centros de difusão da Cientologia.

Três dias após o início dos ataques, *Anonymous* veiculou no YouTube um vídeo com fins de nota de imprensa intitulado *Message to Scientology* (Mensagem à Cientologia). Em meio a sinistras imagens de um sombrio cenário urbano com um céu nublado e nuvens se movimentando, uma voz produzida em sintetizador narrava o manifesto do movimento e a efetiva declaração de guerra contra a Igreja da Cientologia:

Over the years, we have been watching you. Your campaigns of misinformation; your suppression of dissent; your litigious nature, all of these things have caught our eye. With the leakage of your latest propaganda video into mainstream circulation, the extent of your malign influence over those who have come to trust you as leaders, has been made clear to us. Anonymous has therefore decided that your organization should be destroyed. For the good of your followers, for the good of mankind and for our own enjoyment. We shall proceed to expel you from the Internet and systematically dismantle the Church of Scientology in its present form³⁰.

O texto prossegue enumerando aspectos controversos e/ou pouco divulgados pela Igreja, como a morte não-explicada de alguns membros, os métodos violentos de supressão daqueles que se opõem às suas práticas e o seu poder de manipulação. Por volta do dia 8 do mês seguinte, o vídeo já contava com mais de 2 milhões de visualizações. Outro vídeo seria divulgado no dia 28, com o nome *Call to Action* (Chamada à Ação), estabelecendo um código de conduta para o movimento, do qual a atuação pacífica é uma das diretrizes principais, e congregando a todos para protestar

²⁹ As *Google bombs*, ou bombas do Google, consistem em métodos que influenciam os resultados das buscas de acordo com termos não-relacionados aos sites, geralmente com fim humorístico ou político.

³⁰ Endereço: www.youtube.com/watch?v=JCbKv9yiLiQ (acesso em 7 nov. 2010). Tradução do autor: Ao longo dos anos, nós temos observado vocês. Suas campanhas de desinformação; sua supressão de dissidentes; sua natureza litigiosa, todas essas coisas chamaram a nossa atenção. Com o vazamento da sua mais recente propaganda em maior circulação, a extensão da sua influência maligna sobre aqueles que confiam em vocês como líderes tornou-se clara para nós. Anônimo assim decidiu que sua organização deve ser destruída. Para o bem de seus seguidores, para o bem da humanidade e para o nosso próprio entretenimento. Nós iremos proceder a expeli-los da internet e sistematicamente desmontar a Igreja da Cientologia na sua presente forma.

em frente aos centros da Cientologia em todo o mundo no dia 10 de fevereiro, com o claro intuito de chamar a atenção da mídia e da opinião pública contra a Igreja.

O primeiro protesto aconteceu no início de fevereiro, em diversas cidades americanas e em algumas da Inglaterra. Centenas de jovens estudantes portando cartazes em que se lia frases como “o conhecimento é livre”, “cientologia mata” e usando máscaras de Guy Fawkes no rosto, por temer alguma forma de retaliação por parte da Igreja, se reuniram em frente a centros da Cientologia, criticando atos de censura de informação por parte da organização. No dia 10, aniversário de Lisa McPherson (membro da Igreja morta em 1995 sob circunstâncias pouco explicadas, sendo objeto de controvérsia até os dias de hoje), mais de 7 mil pessoas engrossaram as fileiras dos protestos e se reuniram em frente a centros da Cientologia em mais de 100 cidades dos Estados Unidos [figura 9, p. 66], Canadá, Reino Unido [figura 10, p. 66], Bélgica, Alemanha, Holanda e Austrália³¹ [figura 11, p. 67]. O Projeto chamou a atenção na internet, turbinando as buscas por termos relacionados à Cientologia e protestos, bem como angariando grande cobertura da mídia de massa. É importante ressaltar, porém, que os integrantes de *Anonymous* que protestavam faziam questão de frisar que atacavam a organização Igreja da Cientologia, e não o sistema de crenças ou a religião em si.

Novos protestos seguiriam acontecendo até novembro de 2009; em datas especiais como o aniversário de L. Ron Hubbard, do lançamento do seu livro ou do nascimento do *Project Chanology*, ou com o objetivo de criticar determinado aspectos controversos da Igreja, como a desconexão (ato de cortar os laços com amigos ou parentes não-pertencentes à Cientologia), o fato de a instituição supostamente religiosa manter um departamento de inteligência, e, mais enfaticamente, a sua isenção de impostos por constituir uma organização religiosa junto ao governo. De acordo com *Anonymous*, os protestos foram um sucesso por terem alcançado a meta de chamar a atenção pública para o assunto e mobilizar um contingente considerável de pessoas dentro e fora da internet.

A postura da Igreja em relação ao movimento sempre foi relativamente contida, o que pode ser traduzido numa estratégia de voltar o foco da atenção para *Anonymous*, e não para si própria. Sempre classificando os membros do grupo como “hackers”, “ciberterroristas” ou “incitadores do ódio religioso”, a Igreja da

³¹ suncoastpinellas.tbo.com/content/2008/feb/12/organizers-tout-scientology-protest-plan-another/ (acesso em 24 out. 2010).

Cientologia procurou bater na tecla do seu caráter religioso para se posicionar como vítima, uma vez que o ódio religioso é um problema que o governo procura combater com maior empenho nos Estados Unidos. No que diz respeito aos ataques DDoS, que eram os únicos atos ilegais do movimento *Anonymous*, a Igreja transferiu suas páginas para servidores mais seguros e deixou sob a responsabilidade das autoridades a procura dos acusados, dizendo-se a favor do direito das pessoas interessadas de ter acesso às informações dos sites. Uma medida mais extrema de oposição ao *Project Chanology*, no entanto, foi a criação de um DVD documentário e a divulgação de vídeos caracterizando *Anonymous* como um grupo terrorista, alegando que a Igreja sofreu ameaças de bombas, e que seus membros temem perigo de morte. O FBI, entretanto, não viu ligação alguma destes fatos com os protestantes.

A própria concepção e realização do *Project Chanology* é prova que a abertura do ciberespaço como local de comunicação está evoluindo para novas utilizações, sendo a mobilização de coletivos em prol de um objetivo comum e a chamada à ação na vida real uma delas. O fato de estes atores sociais do ambiente virtual estarem presentes enquanto modificadores deste espaço e serem passíveis de tamanho engajamento sem qualquer motivação financeira, por exemplo, explica o potencial que a internet tem para dar vazão a novas formas de expressão. Esta potencialidade humana para dedicação de tempo, energia e conhecimento na colaboração *online* e a canalização destas forças em movimentos de cunho ativista – o chamado ciberativismo – serão estudados em maior detalhe adiante.

4. A força por trás dos movimentos ativistas na web

Apresenta os conceitos básicos de ciberativismo, explicando sua relação com as formas de comunicação tanto tradicionais quanto as mediadas por computador e também destacando o papel dos movimentos ativistas na construção de identidade na rede. Em seguida, parte da teoria do superávit cognitivo para explicar a articulação que originou o *Project Chanology*, através de exemplos de manifestações colaborativas como a Wikipedia.

4.1. Definições básicas do ciberativismo

Assim como o advento da internet mudou as formas através das quais as pessoas se relacionam, não é motivo de surpresa que ela também tenha se constituído como importante ferramenta de articulação social por meio de movimentos ativistas. A comunicação mediada pelo computador possibilita a mobilização de grupos de atores de maneiras consideravelmente mais fáceis, rápidas e econômicas, além de se permitirem extensões que independem da localização geográfica de seus membros. Desta forma, causas de âmbitos tanto locais quanto globais encontram nas formas de comunicação baseadas no ciberespaço um novo canal para repercutirem e gerarem engajamento, dado que estas iniciativas ativistas, concebidas e/ou amplificadas no meio digital, “envolvem os meios de comunicação à medida que eles transformam os modos como as pessoas cooperam, sobretudo se eles transformam as maneiras como elas vêem a si mesmas e como os outros as vêem” (ANTOUN, 2004, p. 77).

Como foi visto no capítulo 2, a presença de um determinado indivíduo ou grupo em sites de redes sociais e na comunidade virtual em geral implica num certo nível de criação de identidade por parte do usuário junto ao ambiente; seja através de sua rede de contatos, do seu conteúdo compartilhado e/ou de quanta informação pessoal ele escolhe expor publicamente, na internet é moldada a forma como uma pessoa se percebe e é percebida. Uma outra forma, porém, de se construir uma personalidade na rede é abraçar uma causa qualquer com a qual haja identificação pessoal, através da participação em movimentos em grupo, especialmente os de cunho ativista.

A movimentação de coletivos que defendem uma iniciativa específica através da rede representa uma importante ruptura com a dependência e o monopólio dos

meios difusores de informação centralizados, já que a todos os atuantes neste cenário é dado o poder de fala, da livre distribuição de informação e da participação social, sendo as trocas entre eles a verdadeira força motriz do ativismo digital e da emergência de cidadãos socialmente conscientes na rede:

Pois desde o início a internet dera aos movimentos e às atividades sociais uma crescente emancipação em face das instituições e das comunidades tradicionais, permitindo que a informal fluidez dos movimentos sociais ganhasse força e duração através dos processos interativos da comunicação distribuída em rede (*Id.*, 2008, p. 18).

Procurando alcançar objetivos com motivações políticas ou ideológicas, estes movimentos se apropriam do ciberespaço, portanto, para desenvolver estratégias não-mediadas de ação, mobilização e informação; seja nas redes sociais, em grupos de discussão, fóruns, protestos *online* e/ou *offline*; assim André Lemos sintetiza o conceito de ciberativismo ao destacar a relação de complementaridade entre as etapas virtuais e as concretas das manifestações que repercutem no ambiente físico:

O ciberativismo busca mobilizar, informar e agir, tendo como suporte essencial de luta as novas tecnologias do ciberespaço. Diversos grupos organizados usam portais para veicular informações relevantes às suas causas, mobilizar pessoas para uma ação em um determinado espaço público e agem de forma eletrônica em diversos protestos ao redor do mundo. Vemos aqui como o espaço eletrônico é utilizado de forma complementar ao espaço de lugar, complexificando-o. O ciberativismo caracteriza-se assim por redes de cidadãos que criam arenas, até então monopolizadas pelo Estado e por corporações, para expressar suas ideias e valores, para agir sobre o espaço concreto das cidades ou para desestabilizar instituições virtuais através de ataques pelo ciberespaço (LEMOS, 2003, p. 2).

Na visão de Sandor Vegh (2003, p. 72 *apud* RIGITANO, 2003, p. 3) as manifestações do ciberativismo podem ser compreendidas em três categorias principais quanto aos seus objetivos e quanto à sua forma de organização, sendo um tanto fluida a inclusão de um movimento em cada uma delas, já que elas podem se aplicar em mais de uma ao mesmo tempo.

A primeira categoria refere-se ao caráter informativo e difusor do ativismo na *web*, dado que o poder de produção e transmissão de conteúdo, como foi visto, não é mais detido pela mídia de massa e agora cabe à fala dos mesmos ativistas. Com as novas possibilidades da internet, mobilizações ativas (chamada à ação por *e-mail*,

recrutamento de voluntários nas redes sociais, criação de grupos de discussões) ou passivas (criação e curadoria de páginas informativas disponíveis para usuários que se interessem pela causa) de difusão de conteúdo são permitidas para divulgar e/ou conscientizar as pessoas através da rede.

Na segunda categoria estão incluídos os movimentos ativistas cuja articulação e mobilização dependem da internet, podendo eles dividir-se em três subcategorias:

- a) Movimentos que utilizam ferramentas da rede como *e-mails* para angariar membros e planejar ações que acontecerão de forma concreta no ambiente *offline*, como protestos, passeatas, etc. (como exemplo, os protestos do dia 12 de novembro, compostos por alunos cearenses que realizaram a prova do ENEM³², que foram totalmente organizados através da comunidade do orkut “Protesto ENEM-CE³³”);
- b) Movimentos articulados pela *web* para se manifestar no ambiente *offline* mas que têm maior êxito ou repercussão no espaço *online* (como o SujoSuaCara³⁴, *blog* que reuniu durante as eleições de 2010 diversas fotos enviadas por protestantes contra a propaganda eleitoral irregular através de pichações e destruição de cartazes e *banners* de campanhas políticas, que teve boa repercussão nas redes sociais e até na mídia de massa);
- c) Movimentos inteiramente preparados e desenvolvidos na internet, tanto na etapa de planejamento quanto na etapa de implementação (como o The Big March³⁵, protesto virtual *antibullying* organizado pela ONG britânica Beatbullying³⁶; consistiu numa “passeata virtual” no dia 15 de novembro de 2010 através do uso do banco de dados dos mais de 900 mil membros cadastrados na ONG, que era espalhado nas páginas das organizações parceiras, como Google e o Facebook).

A terceira categoria proposta por Vegh consiste nos movimentos classificados como *hacktivistas*, que envolvem ataques e invasões a páginas e computadores, roubo

³² verdesmares.globo.com/v3/canais/noticias.asp?codigo=305202&modulo=178 (acesso em 19 nov. 2010).

³³ Endereço: www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=108145172 (acesso em 19 nov. 2010).

³⁴ Endereço: sujosuacara.tumblr.com (acesso em 17 nov. 2010).

³⁵ Endereço: www.beatbullying.org/bigmarch/ (acesso em 17 nov. 2010).

³⁶ Endereço: www.beatbullying.org (acesso em 17 nov. 2010).

de informações e até ações criminosas pela internet. Apesar da conotação predominantemente negativa, o ativismo *hacker* também pode ser direcionado para práticas ideologicamente justificadas, ao invés de atos ilegais destrutivos somente. Um exemplo recente é o grupo *hacktivista* ambiental TheYesMen³⁷, que em outubro deste ano se antecipou a uma campanha publicitária institucional da companhia petrolífera britânica Chevron, cujo objetivo era divulgar a conscientização da empresa com as consequências ambientais da extração de petróleo, enfatizando sua suposta preocupação em desenvolver alternativas renováveis ao combustível fóssil e auxiliar as comunidades em que atua. Horas antes do lançamento da campanha, o grupo divulgou notas de imprensa falsas, que inventavam citações de executivos da Chevron com o objetivo de apontar características controversas da empresa no campo ambiental³⁸, numa tentativa de invalidar os argumentos que seriam apresentados pelo anunciante. Em seguida, anúncios e *sites* falsos também foram ao ar, ofuscando a campanha publicitária real e chamando a atenção da mídia tanto para a ação do grupo quanto para um maior questionamento da postura da companhia.

O fato de as informações circularem com maior liberdade e rapidez através da internet e das demais ferramentas de comunicação mediadas pela tecnologia da informação explica a abertura para que todos estes tipos de movimentos ativistas de manifestem e unam usuários anteriormente desconectados sob uma causa comum:

Esse novo tipo de trabalho capaz de mobilizar milhões em todo o mundo se funda em um jogo de parcerias anônimas e produtivas, tendo sua base nos serviços de comunicação fornecidos através dos correios eletrônicos, grupos de discussão, salas de conversa, teias de documentos, blogs, mensagens curtas, faxes, celulares e outros mais que fazem parte do universo constituído através das tecnologias informacionais de comunicação (VAIDHYANATHAN *apud* ANTOUN, 2003).

Mesmo quando poucos membros de uma rede configurada como ciberativista são comprometidos o bastante para contribuir com a evolução dos movimentos através de uma cooperação mais produtiva, a consciência gerada em todos os outros (um contingente menos engajado, porém muito maior) contribui para o aumento da influência de focos de ciberativismo, numa mecânica semelhante ao Princípio de Pareto. No caso do *Project Chanology*, por exemplo, os membros que compareceram

³⁷ Endereço: theyesmen.org (acesso em 17 nov. 2010).

³⁸ af.reuters.com/article/energyOilNews/idAFN1827001220101018?sp=true (acesso em 17 nov. 2010).

aos protestos em frente aos centros da Igreja da Cientologia representaram uma ínfima parte de todo o conjunto de participantes, mas eles influenciaram a totalidade de forma marcante – e imprescindível para a sustentação do movimento – ao mostrar que eles tinham o poder de se fazer ouvir no mundo real.

Fazer parte de uma iniciativa ativista através da rede, portanto, significa não mais depender dos meios de comunicação tradicionais para empoderar-se com o discurso informativo e mobilizador e chamar à ação todos aqueles de uma rede de contatos particular para tornarem-se membros de um protesto previamente planejado, por exemplo. Desta maneira, os cidadãos conectados declaram um certo nível de independência social no que tange a mediações restritivas e amplificam o seu alcance em escalas potencialmente globais. A seguir, para a estruturação do argumento central deste trabalho, será analisado o conceito que motiva a construção destas identidades e possibilita a defesa de uma causa através do ciberativismo.

4.2. O superávit cognitivo como catalisador de movimentos coletivos

O jornalista e acadêmico da Universidade de Nova York Clay Shirky introduziu o termo *superávit cognitivo (cognitive surplus)* para definir uma característica que ele entende como inerente à sociedade no que se refere às formas de relacionamento com a mídia; e propõe uma nova compreensão deste conceito tendo em vista a sociedade da informação e as formas de interação mediadas pelo computador, tão constantemente em alteração que exigem novas compreensões.

Segundo ele, as últimas gerações vêm se distanciando de uma postura meramente consumidora de mídia para uma atitude de participação, em que os membros da plateia de ontem estão se tornando os atores, espectadores – e, porque não, – os diretores de hoje. Canais de comunicação como jornais, programas de televisão, e portais de notícias estão deixando de ser produto do trabalho de profissionais pagos para estar ao alcance de todos. Utilizando-se de uma comparação com a cadeia produtiva da indústria petrolífera, onde o *upstream* se encarrega da produção e o *downstream* cuida apenas do consumo e da distribuição, o autor assim explica a movimentação da audiência de antes:

What's going away, from the pipeline model, isn't the importance of news, or the importance of dedicated professionals. What's going

away is the linearity of the process, and the passivity of the audience. What's going away is a world where the news was only made by professionals, and consumed by amateurs who couldn't do much to produce news on their own, or to distribute it, or to act on it en masse.

We are living through a shock of inclusion, where the former audience is becoming increasingly intertwined with all aspects of news, as sources who can go public on their own, as groups that can both create and comb through data in ways the professionals can't, as disseminators and syndicators and users of the news³⁹.

O exemplo que o autor utiliza para ilustrar a sua tese é a TV: até há pouco tempo, uma parte considerável da nossa relação com a mídia e de como se buscava entretenimento consistia no ato de assistir à televisão. Hábito que, além de configurar uma relação passiva (onde a distribuição de conteúdo se dava de um emissor para diversos receptores de forma unidirecional), ocupava grande parte do tempo, o que acabava acarretando inclusive na perda do contato social.

A internet se populariza como ferramenta de comunicação nos anos 90, e com o surgimento da *web 2.0*, aos consumidores de antes é dado o poder de contribuir e criar seu próprio conteúdo, sem a participação de instituições ou da imprensa. Agora que os amadores – ou seja, aqueles que não disseminam informação profissionalmente – deixaram de ser meros receptores, eles também têm à sua disposição um espaço que os coloca, de certa forma, em nível de igualdade com os profissionais, as corporações e os grupos midiáticos que até então detinham a voz ativa. Pode-se dizer que, de uma maneira geral, a informação agora é multidirecional; ela parte de todos e pode ser direcionada para todos. Uma consequência prática disto, por exemplo, é o tempo que se passa hoje assistindo a vídeos no YouTube e não vendo TV. Ao invés de estarem fisicamente perto de um aparelho televisor em determinado horário definido pela emissora, as pessoas estão dando preferência a assistir o que querem na hora que querem; isto quando não estão gravando seus

³⁹ Tradução do autor: O que está indo embora, do modelo do oleoduto, não é a importância das notícias, ou a importância de profissionais dedicados. O que está indo embora é a linearidade do processo, e a passividade da audiência. O que está indo embora é um mundo onde as notícias eram feitas apenas por profissionais, e consumida por amadores que não podiam fazer muito para produzir notícias por conta própria, ou distribuí-las, ou atuar em massa sobre elas.

Estamos vivendo um choque de inclusão, onde a antiga audiência está se tornando cada vez mais entrelaçada com todos os aspectos da notícia, como fontes que podem ir a público por conta própria, como grupos que podem tanto criar e rastrear dados de maneiras que os profissionais não podem, como disseminadores, agenciadores e consumidores das notícias (disponível em www.poynter.org/content/content_view.asp?id=192935, acesso em 29 nov. 2010).

próprios vídeos e conversando com outras sobre o que assistem no *site* – e o que é mais notável, em qualquer lugar.

Em linhas gerais, o pensamento de Clay Shirky é o de que o tempo que passávamos consumindo a mídia de massa de forma tradicional cedeu espaço ao tempo que passamos na internet gravando vídeos, participando de fóruns, comentando fotos de amigos em redes sociais e articulando toda uma nova presença na sociedade da informação como atores criativos. As redes digitais criam novos canais de comunicação e tornam mais fluidos aqueles já existentes, equilibrando o poder de disseminação entre todos os habitantes do ciberespaço. Em face disto, ele propõe uma releitura da definição de *mídia*:

Because we are increasingly producing and sharing media, we have to relearn what that word can mean. The simple sense of *media* is the middle layer in any communication, whether it is as ancient as the alphabet or as recent as mobile phones. On top of this straightforward and relatively neutral definition is another notion, inherited from the patterns of media consumption over the last several decades, that media refers to a collection of businesses, from newspapers and magazines to radio and television, that have particular ways of producing material and particular ways of making money. And as long as we use media to refer just to those businesses, and to that material, the word will be an anachronism, a bad fit for what's happening today. Our ability to balance consumption with production and sharing, our ability to connect with no another, is transforming the sense of media from a particular sector of the economy to a cheap and globally available tool for organized sharing⁴⁰ (*Id.*, 2010, p. 26).

Se as pessoas que se dedicavam ao consumo passivo de informação estão se voltando para a sua produção e o seu compartilhamento, este novo emprego do tempo representa o aproveitamento de um capital social até então desperdiçado e a disposição de milhões de potenciais fontes de conteúdo e participação, que, se empregadas de forma organizada, podem construir movimentos surpreendentes. Este

⁴⁰ Tradução do autor: Por estarmos cada vez mais produzindo e compartilhando mídia, temos que reaprender o que essa palavra pode significar. O significado mais simples de *mídia* é a camada do meio em qualquer comunicação, seja ela antiga como o alfabeto ou recente como telefones celulares. Acima desta honesta e relativamente neutra definição está outra noção, herdada dos padrões do consumo de mídia ao longo das últimas décadas, que mídia se refere a um coletivo de empreendimentos, de jornais e revistas ao rádio e à televisão, que têm maneiras particulares de produzir material e ganhar dinheiro. E enquanto usarmos mídia para nos referir apenas a estes negócios e a este material, a palavra será um anacronismo, inadequada para o que está acontecendo hoje. Nossa habilidade de equilibrar consumo com produção e compartilhamento, nossa habilidade de nos conectar uns aos outros está transformando o sentido da mídia de um setor particular da economia para uma ferramenta barata e globalmente disponível para o compartilhamento organizado.

é o excedente de poder de fala, de intelecto e de criatividade colaborativa que caracteriza o superávit cognitivo. Motivações diferentes daquelas dos grupos empresariais movem as vozes da nova mídia na internet, o que nos leva a constatar que todo este superávit na capacidade cognitiva das pessoas pode, sim, ser utilizado da forma que desejarmos:

The harnessing of our cognitive surplus allows people to behave in increasingly generous, public, and social ways, relative to their old status as consumers and couch potatoes. The raw material of this change is the free time available to us, time we can commit to projects that range from the amusing to the culturally transformative. If free time was all that was necessary, however, the current changes would have occurred half a century ago. Now we have the tools at our disposal, and the new opportunities they provide⁴¹ (*Id.*, p. 63).

Isto não significa que o consumo da mídia como é tradicionalmente conhecido deixará de existir; as pessoas continuarão vendo TV e lendo jornal. A diferença é que a recepção passiva de informações não é mais a única forma através do qual nos relacionamos com os meios de comunicação.

O exemplo mais emblemático de direcionamento do superávit cognitivo através da colaboração é a Wikipedia⁴². Fundada em 2001 por Jimmy Wales e Larry Sanger, ela tinha a proposta inicial de ser uma enciclopédia virtual de livre distribuição que fosse constantemente alimentada e revisada por voluntários especialistas de diferentes áreas de conhecimento especialmente recrutados para a tarefa de confeccionar e corrigir artigos. Esta primeira proposta falhou, devido ao tamanho do tempo dispendido na construção de cada artigo por uma só pessoa, bem como ao abandono de outros vários pendentes causado por dúvidas, revisões, etc. A mecânica de recrutar a força de trabalho de um grupo de acadêmicos durante o seu tempo livre, submeter seus escritos a revisores para depois serem publicados não foi suficiente para criar uma quantidade satisfatória de artigos completos.

A alternativa encontrada por Wales foi experimentar a enciclopédia através de uma *wiki*. *Wikis* (que, no idioma havaiano, significa “rápido”) são *softwares* que

⁴¹ Tradução do autor: O aproveitamento do nosso superávit cognitivo permite às pessoas que elas se comportem de formas cada vez mais generosas, públicas e sociais, relativas ao seu velho estado de consumidores acomodados. O material bruto desta mudança é o tempo livre disponível para nós, tempo que podemos dedicar a projetos que vão dos divertidos aos culturalmente transformadores. Se tempo livre fosse tudo que era necessário, entretanto, as atuais mudanças teriam acontecido meio século atrás. Agora temos as ferramentas à nossa disposição, e as oportunidades que elas fornecem.

⁴² Endereço: www.wikipedia.org (acesso em 7 nov. 2010).

oferecem plataformas de colaboração inteiramente editáveis, criadas com base no pressuposto de que grupos colaborativos independentes que têm os mesmos interesses trabalham organizadamente em prol de um bem comum e confiam no trabalho dos outros; além disso, ela também confia na comunidade que a mantém para estabelecer uma certa vigilância para reprimir vandalismos e monitorar maus usos de seu conteúdo. Aplicando o modelo *wiki* na sua enciclopédia, Wales derrubou a barreira entre o editor e o leitor, fazendo com que ambos cruzassem as fronteiras que os separavam quando quisessem, editando artigos, criando outros e contribuindo para que, no final, um artigo sólido estivesse à disposição de quem o quisesse consultar. A partir do momento em que toda a inteligência proporcionada pelo coletivo participante da Wikipedia não mais necessitou de supervisão ou controle editorial e nem dependia de um grupo restrito de indivíduos, ela encontrou o espaço para crescer; a burocracia e os atrasos provocados pelas mediações já não eram obstáculos.

O sucesso por trás da Wikipedia pode ser explicado por este espaço no conjunto de hábitos das pessoas que vem sendo preenchido pelo superávit cognitivo; uma vez que elas têm as ferramentas à mão, o resultado é potencializado pela não-mediação entre consumidores e geradores de conteúdo e também pela divisão estruturada do trabalho dentro da comunidade. Quando alguém decide que um determinado artigo deve ser criado, seu conteúdo será fruto da contribuição de um ou de vários usuários, que adicionam muita ou pouca informação, ou simplesmente corrigem erros e adicionam referências a outros artigos através de *hyperlinks*. É provável que alguns destes usuários sejam especialistas no conteúdo do artigo, mas a maior parte apenas contribui pontualmente, não se restringindo a um determinado tipo de assunto somente; praticamente não custa nada a eles ajudar a Wikipedia, e eles o fazem porque têm motivações maiores do que dinheiro – são movidos pela generosidade – o que é uma característica do superávit cognitivo. Uma minoria mais engajada e mais trabalhadora responde pela maior parte do trabalho, e a maioria ajuda de forma mais rápida e eficaz, num sistema auto-renovável em que:

Information sharing produces shared awareness among the participants, and collaborative production relies on shared creation,

but collective action creates shared responsibility, by tying the user's identity to the identity of the group⁴³ (*Id.*, 2009, p. 51).

Iniciativas como esta, cuja mecânica confia nas motivações da inteligência coletiva enquanto grupo não-mediado ou censurado por instituições são prova do poder de ação de movimentos independentes que colocam em prática de forma voluntária o excedente de tempo e talento para fazer o que eles creem que irá melhorar o acesso ao conhecimento.

Até os *lolcats* são exemplos de canalização do excedente cognitivo em uma cultura participatória; por tratar-se de um jogo em que todos podem participar ao juntar uma foto de um gato, inserir uma frase engraçada para depois compartilhá-la representa uma forma de mobilização organizada. Mesmo não sendo tão complexo quanto a Wikipedia, o *site* ICanHasCheezburger.com também depende da colaboração dos seus usuários para manter-se vivo. A principal mensagem passada pelo *lolcat* é “você também pode fazer isto”, já que ao invés de apenas rir das fotos visualizadas, o usuário também pode criar as suas – o que contribuirá para a constante renovação do acervo já existente e garantirá a popularidade das fotos divertidas de gatinhos.

Movimentos coletivos de cunho ativista, da mesma forma, podem ser considerados fruto do excedente motivador e participativo que é o superávit cognitivo. Aliadas ao tempo dispendido na utilização da mídia digital não como espaço de consumo somente, mas também como meio de colaboração, difusão de motivações políticas e ideológicas, as ações ciberativistas encontram no espaço descentralizado da internet um canal para impulsionar mobilizações tanto físicas quanto virtuais. Este trabalho, ao levantar a teoria de Clay Shirky, propõe uma releitura dos movimentos ativistas possibilitados e potencializados pela internet; especificamente, o *Project Chanology*. Em seguida, será feita uma análise mais aprofundada dos eventos do movimento tendo como base a teoria do superávit cognitivo e os demais conceitos apresentados neste trabalho.

⁴³ Tradução: O compartilhamento de informação produz uma consciência compartilhada entre os participantes, e a produção colaborativa se baseia na criação compartilhada, mas a ação coletiva cria responsabilidades compartilhadas, ao ligar a identidade do usuário à identidade do grupo.

4.3. Análise do *Project Chanology*

Para *moot*, criador do 4chan, o principal diferencial e fator de maior relevância do *imageboard* é o anonimato. Se, por um lado, os sites de redes sociais como orkut e Facebook instituem uma cultura de construção e exposição de identidade na rede, por outro, o 4chan cumpre um papel oposto ao destes espaços, por pregar a disseminação anônima de conteúdo:

When you've got a community with identity, the discussion is mostly revolving around who is saying what and not what they're saying (...) And with the anonymous system you've got a place where people are uninhibited. You're getting very truthful conversation. And you judge somebody by the content of what they're saying and not their username, not their registration date⁴⁴ (*moot apud SUTTER apud FONTANELLA*, 2010, p. 6).

Pode-se afirmar que ele segue uma linha de pensamento similar à de Pierre Lévy, que propõe uma cultura em que seja valorizado, ao invés do domínio do território, poder de influência ou dos recursos econômicos, o conhecimento. Ao delimitar o que ele chamou de “espaço do saber”, Lévy desenvolve um discurso que preza, acima da identidade pessoal, o intelecto que é criado e transferido, bem como a qualidade intrínseca à rede através da qual ele se dissemina:

O Espaço do saber começa a viver desde que se experimentam relações humanas baseadas nesses princípios éticos e valorização dos indivíduos por suas competências, de transmissão efetiva das diferenças em riqueza coletiva, de integração a um processo social dinâmico de troca de saberes, no qual cada um é reconhecido como uma pessoa inteira, não se vendo bloqueada em seus percursos de aprendizado por programas, pré-requisitos, classificações *a priori* ou preconceitos em relação aos saberes nobres ou ignóbeis (LÉVY, 1998, p. 28).

Podemos compreender o 4chan como um espaço de saber, portanto, levando em conta o fato de ele prezar a carga do discurso de cada um ao invés da sua identidade (diferente dos sites de redes sociais, por exemplo). Talvez “princípios éticos” e

⁴⁴ Tradução: Quando você tem uma comunidade com identidade, a discussão revolve, em grande parte, em torno de quem está dizendo o quê e não o que estão dizendo (...) E com o sistema de anonimato, você tem um espaço onde as pessoas estão desinibidas. Você tem uma conversação muito verdadeira. E você julga alguém pelo conteúdo do que estão dizendo, e não pelo seu nome de usuário, nem pela sua data de registro.

“riqueza coletiva” não sejam atributos recorrentes na dinâmica do ambiente do 4chan, dados os tipos de trocas que acontecem nos *imageboards* (especialmente no /b/). Abrangendo variadas categorias de pornografia, difamações coletivas e brados que incentivam o ódio e o racismo, a todo momento a torrente de conteúdo postado no site se regenera. Novos tópicos são iniciados e outros apagados, num movimento constante que é regido pelo nível de relevância de cada conversa. Apesar do gosto questionável de grande parte das mensagens trocadas, entretanto, deve-se ressaltar o apreço dos milhões de *anons* ao conteúdo gerado, em detrimento da identidade. De uma gigantesca massa anônima pensante sem qualquer tipo de mediação, controle ou compromisso com uma instituição fixa – como uma marca ou corporação qualquer – e que está constantemente se renovando, deve-se supor que algo no mínimo relevante será criado em algum momento.

A viabilização de movimentos como o *Project Chanology* foi possível graças a uma característica da *web 2.0* que vem se fazendo cada dia mais notória: a emergência de vozes que, como foi visto, além de desvinculadas de identidade, também são independentes das mídias tradicionais, aquelas ligadas aos discursos massificadores: os novos atores, agora ativistas virtuais, que se configuram como articuladores sociais e direcionadores de conteúdo na *web*:

O ativista abandona a mediação das instituições para a realização de suas ações, na mesma medida em que encontra facilidade para construir, com as interfaces, redes de ação direta para reunir possível colaboradores capazes de amparar sua ação. Estas redes de parceria são capazes, por um lado, de converter a potência de colaboração em rede em um poder de valoração dos negócios e dos produtos pela comunicação viva e colaborativa (ANTOUN, 2006, p. 16).

Clay Shirky, em seu livro *Here comes everybody*, aponta que o abandono de organizações centralizadoras para se desenvolver um movimento ou um discurso coletivo na internet é facilitado pelas tecnologias que possibilitam novas formas de comunicação e compartilhamento através da *web*:

Groups of people are complex, in ways that make those groups hard to form and hard to sustain; much of the shape of traditional institutions is a response to those difficulties. New social tools relieve some of these burdens, allowing for new kinds of group-

forming, like using simple sharing to anchor the creation of new groups⁴⁵ (SHIRKY, 2009, p. 25).

Uma vez que as ferramentas estão à mão dos usuários, elas têm não só o poder, mas também a energia e o conhecimento para agora se consolidarem como grupos ativos no ciberespaço, canalizando seu superávit cognitivo para a formação de movimentos consistentes como o *Project Chanology*. Assim como a Wikipedia e os *lolcats*, o Projeto é fruto da mobilização de um contingente de indivíduos que têm à sua disposição os meios e a motivação para se organizarem, no caso, como grupo ativista pela internet que extrapola a rede para articular protestos e ações contra a Igreja da Cientologia no mundo real.

No ponto de vista da antropóloga Gabriella Coleman, a batalha entre a internet e a Igreja da Cientologia remonta aos grupos de discussão da Usenet dos anos 90, sendo o principal deles o alt.religion.scientology, onde opositores, críticos e apoiadores da seita congregavam em discussões sobre a religião. De acordo com ela, os *geeks* viram na instituição um inimigo cujos valores representam uma oposição completa à sua; de um lado, ferrenhos partidários da liberdade de informação e, de outro, uma organização empenhada em censurar e ocultar fatos e conteúdo sobre si mesma. Com a emergência do *Project Chanology* em 2008, a oposição do público da internet à Igreja da Cientologia viu uma nova forma de se manifestar e de se organizar em um movimento real de protestos que não se limitasse ao ciberespaço.

É interessante observar que, apesar de o berço do movimento ter sido o 4chan, antro de *trolls* e lugar de um fluxo constante e caótico de conteúdos aleatórios, o *Project Chanology* conseguiu diferenciar-se de sua origem em aspectos importantes: ele é um projeto monitorável devidamente registrado em páginas especialmente dedicadas aos protestos, diferente do caráter efêmero e randômico dos *posts* no *imageboard*; ele preza um determinado nível de consistência e auto-organização para que consiga se articular com sucesso como movimento ativista *online* e *offline*; e ele procura evoluir de métodos de *trollagem* para a construção de uma ideologia de fato, configurando um uso mais estruturado do que se caracteriza como o excedente que constitui o superávit cognitivo proposto pela teoria de Shirky. *Anonymous*, através da

⁴⁵ Tradução: Grupos de pessoas são complexos, em formas que fazem com que estes grupos sejam difíceis de se formar e de se sustentar; muito da forma das instituições tradicionais é uma resposta a essas dificuldades. Novas ferramentas sociais aliviam alguns destes fardos, permitindo novas formas de formação de grupos, como o uso do simples compartilhamento para ancorar a criação de novos grupos.

sua oposição à Igreja da Cientologia, busca afirmar sua repulsa à censura na internet e defender a liberdade de informação no ambiente virtual. Mas não somente isso.

Uma característica em comum que o Projeto tem com os métodos de *trollagem*, por outro lado, é a busca por atenção. Desde a sua concepção, a ideia por trás dos protestos, dos ataques DDoS e das brincadeiras com a Igreja da Cientologia era chamar a atenção da mídia e da opinião pública para o que a instituição representa, bem como os seus atos polêmicos e seu caráter de organização lucrativa, procurando sempre produzir um espetáculo em torno dos fatos. De igual forma, a força que move os *trolls* e a discórdia por eles semeada em discussões na internet é a busca por atenção, ou, como dizem quando fazem algo apenas para se divertir às custas dos outros, *for the lulz*. Ou seja, os protestos, as mobilizações em massa, as ofensivas virtuais, tudo pode ser baseado num sistema de crenças e ideologias de liberdade de expressão cuidadosamente definidos, ou pode muito bem ser apenas um jeito para os *anons* se divertirem e rir às custas dos outros. Para danah boyd, por exemplo, o objetivo que move as ações dos membros do 4chan é igual àquele de todo *troll*, ou seja, ao invés de invadir sistemas de segurança como *hackers*, eles preferem se dedicar a roubar para si a audiência em discussões na internet:

While the security hackers were attacking the security economy at the center of power and authority in the pre-web days, these attention hackers are highlighting how manipulatable information flows are. They are showing that Top 100 lists can be gamed and that entertaining content can reach mass popularity without having any commercial intentions (regardless of whether or not someone decided to commercialize it on the other side)⁴⁶.

Independente de o Projeto ser um ato de *trollagem* ou uma real manifestação ativista, entretanto, deve-se reconhecer a presença de grande excedente intelectual e sua canalização para a construção do movimento.

O *Project Chanology* é, até hoje, o movimento mais significativo do 4chan justamente por mostrar até onde os membros da comunidade estão dispostos a ir em prol de uma determinada causa por trás de suas intenções de tirar proveito dos outros

⁴⁶ Tradução do autor: Enquanto os *hackers* de segurança estavam atacando a economia da segurança no centro do poder e da autoridade nos dias *pré-web*, estes *hackers* da atenção estão destacando o quão manipuláveis as falhas de informação são. Eles estão mostrando que se pode brincar com listas Top 100 e que o conteúdo de entretenimento pode alcançar a popularidade em massa sem ter nenhuma intenção comercial (independente de se alguém decide comercializá-lo ou não). Disponível em www.zephorias.org/thoughts/archives/2010/06/12/for-the-lolz-4chan-is-hacking-the-attention-economy.html (acesso em 29 nov. 2010).

(se é que existe uma causa, de fato). A força de *Anonymous*, na análise proposta por este trabalho, se deve em grande parte à motivação da comunidade /b/ em materializar-se como uma única voz, sustentando-se no anonimato como entidade coletiva – em detrimento da identidade de cada um – e no superávit cognitivo como força propulsora de todas as atividades que caracterizaram o Projeto, desde os primeiros *raids* até os protestos ao redor do mundo. A partir do momento em que os auto-intitulados membros de *Anonymous* tomaram para si a tarefa de defender a chamada liberdade de informação na internet, antecipando-se a qualquer grupo ou organização que por ventura viesse a fazê-lo, seu excedente de poder colaborativo foi posto em prática de uma forma diferente: ao invés de postar imagens ofensivas, *trollar* uns aos outros ou tentar gerar *memes* a partir do vídeo da Igreja da Cientologia, por exemplo, os /b/*tards* resolveram empregar seu potencial mobilizador e engajador num movimento ativista contra a opressão e a censura por parte da Igreja. Se, por um lado, a identidade pessoal e a manifestação individual não são as formas através das quais a comunidade se diferencia, é por meio da produção da inteligência coletiva e de como essa produção é utilizada que o 4chan se destaca de outros espaços na *web*.

Quando se constata que os membros do *imageboard* compartilham de um léxico bastante exclusivo em relação ao resto da internet, é possível inferir que mais do que as redes sociais, são as manifestações intelectuais que servem como a “cola social” que une a comunidade dos *channers* entre si. Se não há vínculos entre as pessoas como indivíduos, há como /b/*tards*, isto é, como falantes de uma mesma língua, conscientes de um mesmo conjunto de regras e de códigos de conduta que se aplicam somente àqueles pertencentes ao 4chan. Talvez uma manifestação como o *Project Chanology* pudesse emergir de ambientes como o Facebook – o que talvez até aumentasse muito o seu alcance global – mas ele jamais teria a mesma força e consistência neste caso, já que as fronteiras da comunidade /b/ teriam sido derrubadas e não haveria mais um caráter de exclusividade e de anonimato ao se levantar a bandeira do movimento, já que todo e qualquer conteúdo compartilhado seria fatalmente associado a uma identidade, a uma carga de significado externa ao seu discurso. Também há superávit cognitivo nos sites de redes sociais, mas eles carecem da força interior e da imensa motivação anônima e caótica do 4chan, portanto.

5. Conclusão

Ao relacionar com êxito o *Project Chanology* com a teoria do superávit cognitivo, este trabalho procurou proporcionar a releitura de um dado evento sob uma ótica mais interessante para os estudos de comunicação e cibercultura. O contexto de cada capítulo cumpriu um objetivo específico, mas todos convergiram na busca da conclusão geral, uma vez estabelecidas as sustentações que cada um deveria oferecer ao argumento central. Ao mesmo tempo em que procura oferecer respostas, entretanto, ele também suscita diversas questões.

Começando pelas abordagens iniciais da nova estrutura de comunicação no ciberespaço, o texto deu os primeiros passos em direção às definições que se sucederiam. O modelo de interação social que irradia entre todos os usuários da rede, sem a mediação de nenhuma corporação de mídia é o primeiro aspecto fundamental da articulação de identidades através da *web*. É importante ressaltar que todo o processo se configura como uma resposta às necessidades humanas de socialização, ao invés de cumprir objetivos mercadológicos ou tecnológicos somente. As motivações das pessoas, acima de tudo, promovem o funcionamento da inteligência coletiva no meio digital, fortalecem a interconexão entre os cidadãos do ciberespaço e, por fim, acarretam na formação de comunidades virtuais.

Estes novos espaços públicos de interação têm repercussão não somente no meio virtual, obviamente; mas também no espaço físico, nas cidades, onde as pessoas estão, de fato. O capital social gerado e trocado na rede encontra correspondência no convívio entre os indivíduos no dia a dia do “mundo real”; é por isso que a questão da identidade em comunidades como os *sites* de redes sociais são tão relevantes para este estudo. Buscando um sentimento de pertencimento e de participação, os membros de uma comunidade fazem o possível para estar incluídos dentro de um determinado grupo. Para isso, devem expor-se e ser autênticos em relação ao contexto no qual estão inseridos, mesmo que virtualmente. Não se vê com bons olhos um perfil *fake* no orkut. A primeira questão levantada aqui é: que rumo adotará o tema do anonimato e da identidade na *web*? Até que ponto as comunidades virtuais seguirão o modelo da hiperexposição e até onde elas forçarão a expressão das personalidades ao invés de seguir o caminho da não-identificação como os *imageboards*?

Quanto à relevância da subcultura dos *imageboards* como o 4chan, é de se esperar que muito ainda seja noticiado pela mídia, já que a batalha contra o atual alvo

de *Anonymous*, a indústria fonográfica, terá considerável repercussão em comunidades de discussão de tecnologia e comunicação digital. A guerra antipirataria, e todas as manifestações mais recentes dos *anons* tiveram seu terreno preparado pelo *Project Chanology*. O movimento foi um divisor de águas na história das iniciativas ativistas impulsionadas pela comunicação digital justamente por mostrar como uma causa suficientemente mobilizadora é capaz de engajar uma massa indiferenciada, pensante e criadora. *Operation Payback*, por exemplo, é o último movimento do 4chan [figura 12, p. 67]: com o objetivo de responder à condenação dos fundadores do site de compartilhamento de arquivos The Pirate Bay⁴⁷ por facilitar a pirataria, a legião de protestantes anônimos derrubou através de ataques DDoS os sites da EMI, da Warner Music, da Vivendi Universal e da IFPI. Em uma carta aberta difundida pela internet, *Anonymous* deixou claro que o ideal por trás do *Project Chanology* continua vivo, levando a crer que talvez a motivação seja algo maior do que fazer tudo *for the lulz*:

Anonymous is sick and tired of these corporations seeking to control the internet in their pursuit of profit. Anonymous cannot sit by and do nothing while these organizations stifle the spread of ideas and attack those who wish to exercise their rights to share with others. Anonymous will not just watch while others are attacked. Their servers have been shut down and they will remain so for as long as there is no true freedom of information and data⁴⁸.

Mais recente ainda é o envolvimento do grupo com a perseguição a Julian Assange e ao seu site e a organização WikiLeaks⁴⁹, conhecida por publicar documentos inacessíveis ao público, de fontes geralmente desconhecidas. As últimas divulgações incluem cerca de 250 mil telegramas confidenciais de embaixadas e consulados americanos de todo o mundo, causando constrangimentos por parte de governos de diversos países, inclusive o Brasil. Levantando novamente a questão da liberdade de informação e do combate à censura na internet, *Anonymous* direcionou

⁴⁷ Endereço: www.thepiratebay.org (acesso em 30 nov. 2010).

⁴⁸ Tradução do autor: Anônimo está cansado destas corporações tentando controlar a internet e a sua busca pelo lucro. Anônimo não pode sentar e fazer nada enquanto estas organizações reprimem a difusão de ideias e atacam aqueles que desejam exercer seus direitos de compartilhar com os outros. Anônimo não vai apenas assistir enquanto outros são atacados. Seus servidores estiveram fora do ar e assim continuarão enquanto não houver uma verdadeira liberdade de informação e de dados. Disponível em encyclopediadramatica.com/Operation_Payback (acesso em 30 nov. 2010).

⁴⁹ Endereços (*mirrors*) disponíveis em: savewikileaks.net/another-wikileaks-address (acesso em 6 dez. 2010).

ataques DDoS a sites como o PayPal, que passou a não mais receber doações em nome do WikiLeaks⁵⁰ devido a pressões governamentais; as páginas das empresas de cartão de crédito Visa e Mastercard, do banco suíço que congelou a conta de Assange, dentre outros alvos.

Estas ações, somada a iniciativas de *lobby*, auxílio à hospedagem do site da organização e divulgação da causa, compõe a recém-fundada *Operation Avenge Assange* [figura 13, p. 68]. Os ataques e as operações que se sucederam foram todos coordenados através do Twitter [figura 14, p. 69] e de canais IRC criado por *Anonymous*. Protestos físicos chegaram a acontecer em Madri [figura 15, p. 69] em dezembro. Mais tarde, seria fundada a *Operation Leakspin*, que abandona a estratégia de ataques virtuais e volta-se para a divulgação dos documentos vazados pelo WikiLeaks nas ruas, através de cartazes, notas de imprensa, etc [figura 16, p. 70]. Novamente, o movimento ultrapassa os limites da internet para envolver-se no mundo real, e *Anonymous* passa a utilizar um tom mais engajador no seu discurso ao dizer em uma das muitas “cartas abertas” publicadas no YouTube: “Nós somos Anônimo, e você também. Assuma sua responsabilidade⁵¹.”

Muito ainda será ouvido sobre *Anonymous*, portanto, e este projeto também almeja despertar o interesse e a inquietação sobre o assunto, reafirmando o peso exercido por estas novas possibilidades no campo da cibercultura, bem como no do anonimato e da liberdade de informação na internet.

Os estudos de Clay Shirky foram essenciais para apontar a independência da mídia tradicional como um dos principais fatores que desencadearam o movimento. O excedente cognitivo canalizado na construção de movimentos como a Wikipedia e o *Project Chanology* também renderá novas leituras, dada a extrema atualidade da teoria e o alcance que ela tem ao abarcar diversas outras iniciativas na *web*. Sejam elas positivas, negativas, construtivas ou destrutivas, é fato inegável que este potencial de criação permite um conjunto infinito de desdobramentos além do que foi analisado aqui. O chamado “choque da inclusão” que o pesquisador aponta é o momento que estamos vivendo, no qual é absolutamente natural a participação de todos no processo de geração e curadoria de conteúdo, mostra de forma bastante

⁵⁰ www.theregister.co.uk/2010/12/06/anonymous_launches_pro_wikileaks_campaign/ (acesso em 6 dez. 2010).

⁵¹ Disponível em: www.youtube.com/watch?v=UdrL4Tmw8GY&feature=youtu.be (acesso em 21 dez. 2010).

visível como pode ser relativizado o conceito de *mídia*, já que esta não mais significa um sistema linear vertical de produção e consumo:

This a change so varied and robust that we need to consider retiring the word "consumer" altogether, and treat consumption as simply one behavior of many that citizens can now engage in. The kinds of changes that are coming will dwarf those we've already seen, as citizen involvement stops being a set of special cases, and becomes a core to our conception of how news can be, and should be, part of the fabric of society⁵².

A participação coordenada e voluntária de toda a população da internet irá, desta maneira, gerar um incontável volume de informações que poderá ser utilizado para todos os fins. Uma vez escolhido o conjunto dos movimentos ativistas no ciberespaço, trata-se de apenas um dos infinitos caminhos que podem ser trilhados com a teoria do superávit cognitivo. Tudo ainda é muito novo, e variadas linhas de pensamento poderão nascer a partir do pensamento de Shirky.

Se *Anonymous* disse em determinada ocasião que qualquer pessoa conectada à internet é um potencial integrante do *Project Chanology*, podendo a qualquer momento vestir também uma máscara de Guy Fawkes e ir às ruas para protestar contra uma instituição opressora, a proposta deste trabalho vai além ao afirmar que qualquer cidadão conectado é um ator empoderado na internet, constituindo assim uma população à qual é dada a palavra geradora de conteúdo e a capacidade de compartilhamento de informações de forma homogênea. Resta a nós, portanto, aceitar o convite dos *anons*: “Bem-vindo à internet” – eles saúdam – “e aproveite sua estadia”.

⁵² Tradução do autor: Esta é uma mudança tão variada e robusta que nós precisamos considerar a necessidade de aposentar a palavra “consumidor” por inteiro, e tratar o consumo simplesmente como um comportamento de muitos com os quais os cidadãos agora podem se engajar. Os tipos de mudanças que estão chegando tornarão pequenas aquelas que já vimos, na medida em que o envolvimento dos cidadãos pára de ser um conjunto de casos especial, e se torna o centro do nosso conceito de como as notícias podem ser, e como devem ser, parte do tecido da sociedade. (disponível em www.poynter.org/content/content_view.asp?id=192935, acesso em 30 nov. 2010).

6. Referências bibliográficas

ANTOUN, Henrique. **De Uma Teia à Outra: A explosão do comum e o surgimento da vigilância participativa.** In: ANTOUN, Henrique (org.) *Web 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída.* Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

_____. **Mediação, Mobilidade e Governabilidade nas Redes Interativas de Comunicação Distribuída.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ: Rio de Janeiro, 2005. **Anais.** Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2005.

_____. **O poder da comunicação e o jogo das parcerias na cibercultura.** Revista Fronteiras: Estudos Midiáticos, 6(2): p. 67-86, 2004.

BOYD, danah. **Social network sites: public, private or what?** Knowledge Tree, nº 13, 2007. Disponível em kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28 (acesso em 7 out. 2010).

_____. **Social network sites as networked publics: affordances, dynamics and implications.** In: **Networked self: identity, community and culture on social network sites.** Reino Unido: Routledge, 2010.

_____. **“For the lolz”: 4chan is hacking the attention economy.** In: **Zephoria.** 12 Jun 2010. Disponível em www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/06/12/for-the-lolz-4chan-is-hacking-the-attention-economy.html (acesso em 30 nov. 2010).

COLEMAN, Gabriella. **Old and New Net Wars Over Free Speech and Secrecy or How to Understand the Lulz Battle Against the Church of Scientology.** Disponível em turbulence.org/blog/2010/04/13/free-speech-anonymous-vs-scientology/ (acesso em 20 nov. 2010).

DONATH, Judith. **Identity and deception in the virtual community.** In: KOLLOCH, P. e SMITH, M. **Communities in cyberspace.** Londres, Reino Unido: Routledge, 1998.

EUNJUNG CHA, Ariana. **4chan users seize Internet's power for mass disruptions.** *In: The Washington Post.* 10 Ago. 2010. Disponível em <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/08/09/AR2010080906102.html?hpid=topnews> (acesso em 30 nov. 2010).

FONTANELLA, Fernando. **Nós somos *Anonymous*: anonimato, trolls e a subcultura dos imageboards.** Trabalho apresentado no GP de Cibercultura do IX Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação da INTERCOM, Caxias do Sul, 2010. *In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.* Caxias do Sul, INTERCOM/UCS, 2010.

KATAYAMA, Lisa. **2-Channel Gives Japan's Famously Quiet People a Mighty Voice.** *In: Wired: Culture, Lifestyle.* 19 Abr. 2007. Disponível em www.wired.com/culture/lifestyle/news/2007/04/2channel (acesso em 30 nov. 2010).

LEMOS, André. **Ciberativismo.** *In: Correio Brasiliense, Caderno Pensar,* 15 de novembro de 2003.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Edições Loyola, 1998.

_____. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

RECUERO, Raquel. **As Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti. **Redes e ciberativismo: notas para uma análise do Centro de Mídia Independente.** *In: Seminário Interno do Grupo de Pesquisa em Cibercidades, 1,* 2003. Salvador. *Anais.* 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf> (acesso em 18 nov. 2010).

SHIRKY, Clay. **Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age.** Nova York, Estados Unidos: The Penguin Press, 2010.

_____. **Here comes everybody: the power of organizing without organizations.** Nova York, Estados Unidos: Penguin, 2009.

_____. **The Shock of Inclusion and New Roles for News in the Fabric of Society.** *In: PoynterOnline.* 8 Nov. 2010. Disponível em www.poynter.org/content/content_view.asp?id=192935, acesso em 29 nov. 2010).

SUTTER, John. **4chan founder: Anonymous speech is ‘endangered’.** *In: CNN: SciTechBlog.* 12 Fev. 2010. Disponível em scitech.blogs.cnn.com/2010/02/12/4chan-founder-anonymous-speech-is-endangered (acesso em 7 nov. 2010).

SCHWARTZ, Mattathias. **The Trolls Among Us.** *In: The New York Times.* 3 Ago. 2008. Disponível em http://www.nytimes.com/2008/08/03/magazine/03trolls-t.html?_r=1 (acesso em 30 nov. 2010).

TAYLOR, Marisa. **Moot, 4chan Founder, Takes Time 100 Poll.** *In: The Wall Street Journal.* 27 Abr. 2009. Disponível em <http://blogs.wsj.com/digits/2009/04/27/moot-4chan-founder-takes-time-100-poll/> (acesso em 30 nov. 2010).

TWIDDY, David. **Online guru talks about turning user-submitted content into profits.** *In: Kansas City Business Journal BizBeat.* 21 Out. 2010. Disponível em <http://www.bizjournals.com/kansascity/blog/2010/10/teh-brains-behind-teh-kittehs.html> (acesso em 30 nov. 2010).

ZITTRAIN, Jonathan. **The Future of the Internet – And How to Stop It.** Estados Unidos: Yale University Press, 2008.

Sites

www.2ch.net (acesso em 26 set. 2010).

www.2chan.net (acesso em 26 set. 2010).

www.4chan.org (acesso em 26 set. 2010).

www.55chan.org (acesso em 26 set. 2010).

www.711chan.org (acesso em 23 out. 2010).

www.brchan.org (acesso em 26 set. 2010).

www.thepiratebay.org (acesso em 30 nov. 2010).

theyesmen.org (acesso em 17 nov. 2010).

www.wikipedia.org (acesso em 7 nov. 2010).

sujosuacara.tumblr.com (acesso em 17 nov. 2010).

www.beatbullying.org/bigmarch/ (acesso em 17 nov. 2010).

stats.2ch.net/suzume.cgi?yes (acesso em 26 set. 2010).

www.ted.com/talks/christopher_m00t_poole_the_case_for_anonymity_online.html
(acesso em 26 set. 2010).

icanhascheezburger.com (acesso em 6 nov. 2010).

fimoculous.com/archive/post-5738.cfm (acesso em 26 set. 2010).

www2.citypaper.com/columns/story.asp?id=15543 (acesso em 17 out. 2010).

www.libertaddigital.com/internet/un-grupo-ciberactivista-internacional-convoca-un-ataque-contra-la-sgae-1276403691 (acesso em 17 out. 2010).

torrentfreak.com/4chan-ddos-takes-down-mpaa-and-anti-piracy-websites-100918
(acesso em 17 out. 2010).

www.readwriteweb.com/archives/gene_simmons_threatens_anonymous_responds_to_ddos.php (acesso em 18 out. 2010).

savewikileaks.net/another-wikileaks-address (acesso em 6 dez. 2010).

blogs.estadao.com.br/link/membros-do-55chan-atacam-estadao (acesso em 17 out. 2010).

iran.whyweprotest.net/ (acesso em 17 out. 2010).

www.facebook.com/group.php?gid=8321268365 (acesso em 9 nov. 2010)

www.youtube.com/watch?v=JCbKv9yiLiQ (acesso em 7 nov. 2010)

suncoastpinellas.tbo.com/content/2008/feb/12/organizers-tout-scientology-protest-plan-another/ (acesso em 24 out. 2010).

verdesmares.globo.com/v3/canais/noticias.asp?codigo=305202&modulo=178 (acesso em 19 nov. 2010).

www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=108145172 (acesso em 19 nov. 2010).

af.reuters.com/article/energyOilNews/idAFN1827001220101018?sp=true (acesso em 17 nov. 2010).

encyclopediadramatica.com/Operation_Payback (acesso em 30 nov. 2010).

www.theregister.co.uk/2010/12/06/anonymous_launches_pro_wikileaks_campaign/ (acesso em 6 dez. 2010).

www.youtube.com/watch?v=UdrL4Tmw8GY&feature=youtu.be (acesso em 21 dez. 2010).

7. Anexos

File :[1206046884.jpg](#) (7 KB, 309x340)



03/20/08(Thu)17:01:24 No.59135544 [\[Reply\]](#)

HAY ASSASSINATION VICTIMS,
REPORT IN!!

39 posts and 35 image replies omitted. Click Reply to view.

>> 03/20/08(Thu)17:23:49 No.59138251
File :[1206048229.jpg](#) (42 KB, 600x446)



Aww Geez, not this shit for the first time.

>> 03/20/08(Thu)17:24:08 No.59138287
File :[1206048248.jpg](#) (107 KB, 295x439)



Ohhh the Ides of March

>> 03/20/08(Thu)17:24:20 No.59138308
File :[1206048260.jpg](#) (49 KB, 484x374)



see you guys soon!

Figura 1: exemplo da mecânica de postagem em um dos fóruns.



Figura 2: Christopher Poole, ou *moot*, criador do 4chan.

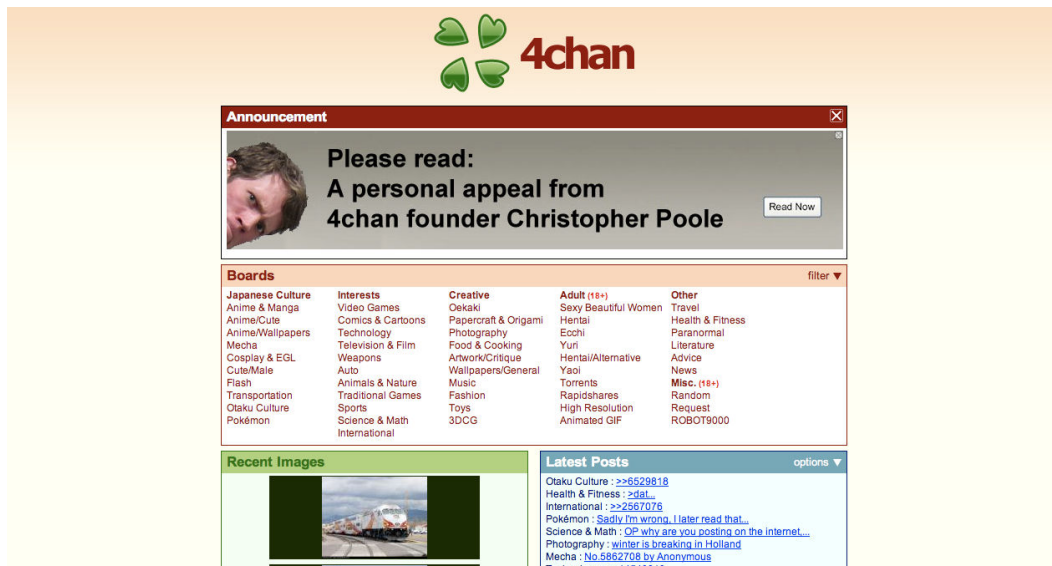


Figura 3: Visualização das categorias do 4chan (menu branco no centro).

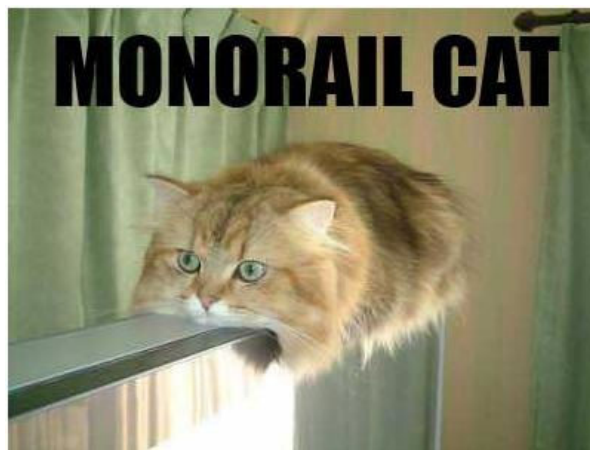


Figura 4: Exemplo de lolcat.



Figura 5: Pedobear.

Rules of the Internet

01. Do not talk about /b/.
02. Do NOT talk about /b/.
03. We are Anonymous.
04. Anonymous is legion.
05. Anonymous never forgives.
06. Anonymous can be a horrible, senseless, uncaring monster.
07. Anonymous is still able to deliver.
08. There are no real rules about posting.
09. There are no real rules about moderation either - enjoy your ban.
10. If you enjoy any rival sites - DON'T.
11. All your carefully picked arguments can easily be ignored.
12. Anything you say can and will be used against you.
13. Anything you say can be turned into something else - fixed.
14. Do not argue with trolls - it means that they win.
15. The harder you try the harder you will fail.
16. If you fail in epic proportions, it may just become a winning failure.
17. Every win fails eventually.
18. Everything that can be labeled can be hated.
19. The more you hate it, The stronger it gets.
20. Nothing is to be taken seriously.
21. Original content is original only for a few seconds before getting old.
22. Copypasta is made to ruin every last bit of originality.
23. Copypasta is made to ruin every last bit of originality.
24. Every repost is always a repost of a repost.
25. Relation to the original topic decreases with every single post.
26. Any topic can be easily turned into something totally unrelated.
27. Always question a person's sexual preferences without any real reason.
28. Always question a person's gender - just in case it's really a man.
29. In the internet all girls are men and all kids are undercover FBI agents.
30. TIPS or GTFO - the choice is yours.
31. You must have pictures to prove your statements.
32. Lurk more - it's never enough.
- 33.
- 34: There is Porn of it. No Exceptions.
- 34-1: If a Porn of something cannot be found, /B/ will make it.
- 35: The exception to rule 34 is the citation of rule 34.
- 36: Anonymous does NOT forgive.
- 37: The are NO girls on the Internet.
- 38: A cat is fine too.
- 39: One cat leads to another.
- 40: Another cat leads to Zippo Cat.
- 41: No matter what it is, it is someone's fetish. No Exceptions.
- 42: It is delicious cake. You must eat it.
- 43: It is a delicious trap. You must hit it.
- 44: /b/ sucks today.
- 45: Cock goes in here.
- 46: They will not bring back Snacks.
- 47: You will never have Sex.
- 48: ???
- 49: Profit
- 50: It needs more Desu. No Exceptions.
- 51: There will always be even more fucked up shit than what you just saw
52. You can not divide by zero (just because the calculator says so)
53. No real limits of any kind apply here - not even the sky
54. CAPSLOCK IS CRUISE CONTROL FOR COOL
55. EVEN WITH CRUISE CONTROL YOU STILL HAVE TO STEER
56. Desu isn't funny. Seriously guys. It's worse than Chuck Norris jokes.
- 56.5.Fuck Gaston
57. Nothing is Sacred
58. The more beautiful and pure a thing is - the more satisfying it is to corrupt it
59. Even one positive comment about Japanese things can make you a weeaboo
60. When one sees a lion, one must get into the car.
61. There is always furry porn of it.
62. The pool is always closed.
- 63: There's always a female version of a Male character. No Exceptions.
- 64: It's been cracked and pirated. No Exceptions.
- 65: It needs more pumpkin. No Exceptions.

Figura 6: As regras da internet.



Figura 7: Uma das muitas representações de *Anonymous*.



Figura 8: O gato Dusty, salvo pelos membros do /b/.



Figura 9: Os primeiros protestos nos Estados Unidos, no dia 10 de fevereiro de 2008.



Figura 10: Anônimos em Londres também marcam presença no dia 10.



Figura 11: Protestos em Sydney, Austrália.



GREETINGS, ANONYMOUS.

OUR BELOVED PIRATE BAY HAS RECENTLY BEEN UNDER ATTACK BY CERTAIN MEDIA INTEREST GROUPS.

THIS IS NOT THE FIRST TIME IT HAS BEEN TAKEN DOWN.

IT IS TIME TO SEND A MESSAGE AND DRAW ATTENTION TO OUR CAUSE.

Figura 12: Chamada à ação da *Operation Payback*, de 2010.

Operation Avenge Assange

"The first serious infowar is now engaged.
The field of battle is WikiLeaks.
You are the troops."
- John Perry Barlow

Julian Assange defies everything we hold dear. He despises and fights censorship constantly, is possibly the most successful international troll of all time, and doesn't afraid of fucking anything (not even the US government).

Now, Julian is the prime focus of a global manhunt, in both the physical and virtual realms. Governments across the world are baying for his blood, politicians are up in arms about his recent leak, and even his own country has abandoned him to the wolves. Online, WikiLeaks is a focus of mass DDoS attacks, legislation and downright pandering to the corrupt incumbents which would silence this man.



Therefore, Anonymous has a chance to kick back for Julian. We have a chance to fight the oppressive future which looms ahead. We have a chance to fight in the first infowar ever fought.

1. Paypal is the enemy. DDoS'es will be planned, but in the meantime, boycott everything. Encourage friends and family to do so as well.

2. Spread the current leaked cables as much as possible. Save them to hard drives, distribute them on CD's, mirror them to websites and seed them on torrents. The end goal is a human DNS - something that can only be stopped by shutting off the entire internet.

3. Upvote Julian on the Times 2010 Person of the Year. While this might not aid his cause, it will get him much needed public exposure. (<http://tinyurl.com/2wb7ju8>)

4. Get vocal! Twitter, Myspace, Facebook and other social networking sites are critical hubs of information distribution. Make sure everyone you know is aware of what is happening. If you can convince just one person to tell one other person every day, the spread of info will be exponential.

5. If you're up for it, print out cables which are relevant to your area and distribute them. Post them on bus stops, train stations, street lamps. Be creative and catch people's attention. Using graffiti to spread the WikiLeaks website is also a great idea.

6. Complain to your local MP, mayor, or whichever political figure you can contact. Ask him for comments about the leaks. Record every word that is said.

7. Protest! Organise community marches, send around petitions, get active. This cannot happen without numbers.



TL;DR:
Protest.
Inform.
Enquire.
Fight.



The future of the internet hangs in the balance
We are Anonymous.
We do not forgive; we do not forget.
Expect Us.

Figura 13: Manifesto da *Operation Avenge Assange*, publicado em dezembro de 2010.

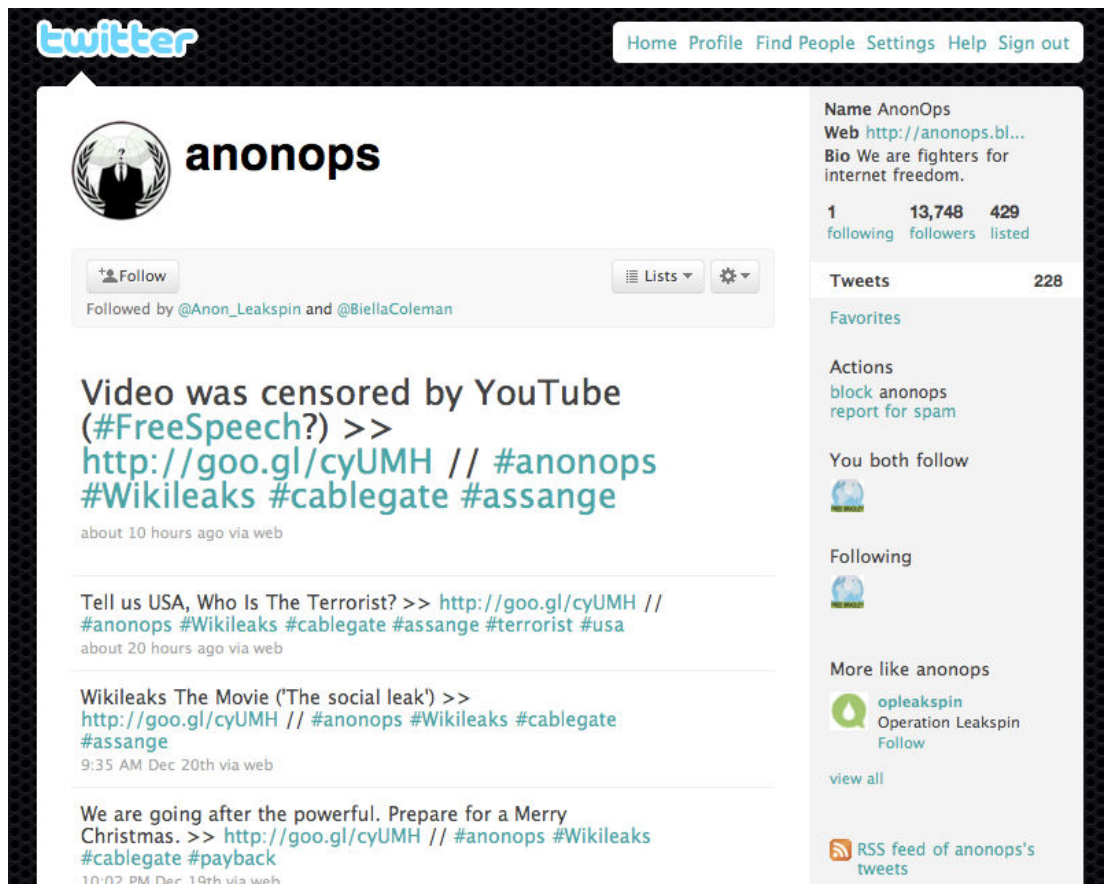


Figura 14: Conta do Twitter utilizada por *Anonymous* para organizar os protestos e ataques.



Figura 15: *Anons* em protesto no dia 11 de dezembro na embaixada britânica de Madri, contra a prisão de Assange.



Figura 16: Uma das muitas fotos compartilhadas pelos *anons* para a *Operation Leakspin*, que foi implementada por meio de panfletos e cartazes.

8. Glossário

4chan: Principal *imageboard* de língua inglesa, berço de *Anonymous* e do *Project Chanology*.

Anon: Versão simplificada de *Anonymous*.

Anonymous: Entidade coletiva formada pelos membros anônimos do /b/, cujo nome deriva da postagem sem identificação dos *imageboards*.

/b/: Principal fórum do 4chan, onde praticamente não há regras e quase qualquer conteúdo pode ser compartilhado.

/b/tard: Apelido dado aos membros do /b/ formado pela associação do nome do fórum com a palavra *bastard*.

Bullying: Atos de violência física ou psicológica intencional praticada para intimidar ou agredir outro indivíduo.

Channer: Outra denominação para os frequentadores do 4chan.

DDoS: *Distributed Denial of Service Attack*, forma de ataque a um *site* ou servidor por parte de um ou mais indivíduos com o objetivo de torná-lo inacessível ou parar seu funcionamento através da sobrecarga por excessivos pedidos de acesso (*requests*).

Fag: Pode ser traduzido para o português como “bicha”, é um rótulo utilizado pelos usuários do 4chan para se identificar com algum interesse ou nacionalidade, como *brazilianfag* ou *computerfag*.

Fake: Perfis geralmente vinculados a uma celebridade ou personagens fictícios.

For the lulz: Para dar risadas, ações que não tem nenhum objetivo além de zombar dos outros na internet.

Google bomb: Métodos que influenciam os resultados das buscas no Google de acordo com termos não-relacionados aos sites, geralmente com fim humorístico ou político.

Guy Fawkes: Inglês do século XVI que se tornou notório por fracassar ao tentar atear fogo ao parlamento britânico em 1605. Foi adotado por *Anonymous* como Epic Fail Guy, por ter cometido “o maior fracasso da história”.

Hacker: Usuário de computador tradicionalmente associado a formas de quebrar sistemas de segurança e cometer crimes como invasão de *sites*.

Imageboard: Categoria de fórum da internet que envolve a postagem e o compartilhamento de imagens.

Internet meme: Uma ideia, piada, imagem ou conceito que se espalha rapidamente através da internet.

Lisa McPherson: Membro da Igreja da Cientologia que morreu enquanto estava sob os cuidados de um órgão vinculado à Igreja.

LOL: *Laugh out loud*, forma de se expressar risos através de texto digitado.

lolcat: Aglutinação do termo LOL com *cat*, que dá nome às imagens de gatos associadas a textos humorísticos.

moot: Apelido utilizado por Christopher Poole, o criador do 4chan.

Operation Avenge Assange: Movimento fundado por *Anonymous* no final de novembro de 2010 para manifestar a oposição à prisão de Julian Assange.

Operation Leakspin: Iniciado em dezembro de 2010, foi uma iniciativa de *Anonymous* cuja estratégia consistiu na divulgação de documentos do WikiLeaks.

Operation Payback: Compreendeu ataques a sites que restringiam o compartilhamento de músicas e de conteúdo em geral na internet.

Pedobear: Personagem representado por um urso que caracteriza o conteúdo de caráter pedófilo, satirizando a proibição a este gênero no 4chan.

Prank: Piadas, zombarias e provocações geralmente nascidas no 4chan.

Project Chanology: Movimento de oposição à Igreja da Cientologia iniciado em 2008 após esta ter tirado do ar um vídeo do YouTube.

Random: “Aleatório”, outro nome do /b/, principal fórum do 4chan.

Rickroll: Meme que consiste no envio do clipe *Never Gonna Give You Up*, do cantor americano Rick Astley, ao invés de um *link* interessante ou surpreendente para o destinatário.

Screenshot: Comando do sistema operacional que cria um arquivo de imagem a partir do conteúdo visível na tela. Normalmente, o screenshot pode ser feito através de um simples comando do teclado

TED: *Technology Entertainment and Design* é uma associação de conferências de curadoria da organização americana sem fins lucrativos Sapling Foundation, cuja proposta é propagar “ideias que valem serem disseminadas”. Suas apresentações são limitadas a 18 minutos por palestrante, e os vídeos amplamente divulgados na internet.

The Pirate Bay: Site de origem sueca que hospeda arquivos no formato *.torrent*, cujos fundadores foram acusados de pirataria num processo que se tornou notório no cenário de compartilhamento de conteúdo digital.

Tripcode: Forma de autenticação rápida que não requer cadastro normalmente utilizada em *imageboards*.

Troll: Termo utilizado para definir usuários da internet que postam conteúdo inflamatório ou procuram desvirtuar discussões em fóruns e *sites* de redes sociais apenas para gerar discórdia.

Usenet: Um dos primeiros sistemas de discussão através da internet.

WikiLeaks: Organização internacional sem fins lucrativos que publica documentos privados obtidos por fontes anônimas e vazamentos de imprensa, muitos dos quais relacionados a embaixadas em todo o mundo e governos.