

Bolsa Funarte de Produção Crítica sobre Conteúdos Artísticos em Mídias Digitais/Internet

Apresentação

A facilidade de se obter aparelhos eletrônicos (por causa do baixo custo e popularização das tecnologias) tem criado um novo campo para a atuação artística em uma sociedade cada vez mais pós-humana. As habilidades e técnicas, hoje, passaram das restrições físicas da interface humana para serem complementadas por suportes eletrônicos.

Para esta união entre o físico e o virtual, cunhou-se o termo cibridismo (aglutinação dos termos "cibernético", designando concentração de tecnologia avançada; e "hibridismo", mistura de diferentes vertentes). A introdução para a temática pode parecer uma composição de ficção-científica, fora da realidade, mas está mais presente no cotidiano do que o realmente notado. O uso do celular, por exemplo, já transcendeu a funcionalidade para o qual ele foi inventado (que é apenas falar e ouvir) e possui ferramentas para além da linguagem oral, tornando-se apetrecho praticamente essencial para qualquer vida em um mundo pós-globalizado.

Considerando apenas o Brasil, de acordo com a última pesquisa de teledensidade realizada pela Anatel (ver anexo), a cada 100 habitantes brasileiros, 83,47 possuem habilitação em Serviço Móvel Pessoal (SMP), tanto para serviços pré-pago, quanto pós-pago. O Distrito Federal é a região com maior número de telefones por cidadão, chegando a 1,51 celular para cada habitante.

É esta penetração de um produto tecnológico que mostra o quão cívica a sociedade já está. O pequeno aparelho que, teoricamente, foi criado apenas para captar e reproduzir áudio de uma localidade para outra, sem precisar de fios e permitindo a mobilidade, atualmente é usado para captar vídeos, tirar fotografias, disponibilizar jogos eletrônicos que até captam o movimento do aparelho, mandar mensagens de texto e de imagem e monitorar sua agenda profissional e de afazeres. Isso, sem considerar a conexão à internet móvel por meio da tecnologia 3G, que poderá chegar ao final de 2009 com 4,6 milhões de usuários - tanto os que usam pelo telefone, quanto os que possuem modems externos (ver anexo).

O celular, contudo, é apenas um exemplo de como a tecnologia está intrínseca ao ser humano nos tempos atuais. E seu uso por todos só foi possível após diversos estudos de linguagem, para que novas funcionalidades pudessem ser desenvolvidas para o aparelho. Como diz Lúcia Santaella, lembrando Eduardo Kac: "quando surge um novo meio de produção de linguagem e de comunicação, observa-se uma interessante transição: primeiro o novo meio provoca um impacto sobre as formas e meios mais antigos. Num segundo momento, o meio e as linguagens que podem nascer dentro dele são tomados pelos artistas como objeto de experimentação. Assim aconteceu com o rádio, primeiro meio efetivamente de massa, capaz de atingir remotamente milhões de pessoas a um só tempo. Numa primeira instância, o rádio influenciou o teatro para, depois, ser explorado como fonte autônoma para a criação" (SANTAELLA, Lúcia. 2003. *Culturas e artes do pós-humano - da cultura das mídias à cibercultura*. Editora Paulus. p. 156).

São os artistas que mostram o verdadeiro potencial de um novo meio, de uma nova ferramenta. Para tanto, pode-se explicitar o conceito por movimentos artísticos como o Fluxus, que entre as décadas de 50 e 60 questionava este mundo maquinal, criticando o hibridismo entre a carne e o eletrônico. Ou, então, os trabalhos de Nam June Paik, que chegou a declarar que da mesma maneira que a colagem substituiu a pintura a óleo, o

tubo de raios catódicos substituíram a tela (SANTAELLA: 158).

Mas o que é feito no Brasil? Pode-se ver as experimentações e artigos produzidos por Lucas Bambozzi¹ e Giselle Beiguelman², em São Paulo; a produção criativa em audiovisual da Fábrica do Futuro³, Eder Santos⁴ (e seu conceito de "cinema de cozinha"), agência Mosquito, em Minas Gerais; e Eduardo Kac, no Rio de Janeiro; entre outros.

A mistura entre os dois campos (tecnológico e artístico) ficou conhecido como Artemídia, termo nacional para "new media arts" que, segundo Artur Matuck, "abrange as diferentes manifestações artísticas que se apropriam de recursos tecnológicos, a partir dos anos 50, desenvolvidos pelas indústrias da eletrônica e da informática e que disponibilizam interfaces áudio-tátil-moto-visuais propícias para a realização de projetos artísticos, seja nos campos das artes visuais e audiovisuais, literatura, poesia, música e artes performativas, seja em campos como arte colaborativa baseada em redes, intervenções em ambientes físicos ou virtuais, aplicação de recursos de hardware e software para a geração de obras interativas, probabilísticas, potenciais, acessíveis remotamente" (MATUCK, Artur; ANTONIO, Jorge Luiz. *A-produtividade de um simpósio*. In. MATUCK, Artur; ANTONIO, Jorge Luiz (Org.) *Artemídia e cultura digital*. Editora Musa | PGEHA-USP | FAPESP. 2009. p. 22)

Objetivo

Para entender o trabalho destes artistas, porém, é preciso compreender o conceito de cibridismo e sua influência na sociedade. As estruturas hoje vigentes são antagônicas ao velho mundo moderno. Teóricos como Zygmunt Bauman, Marc Augé e Gilles Lipovetsky cunharam novos termos para o que surgiu e se modificou na sociedade: modernidade líquida, supermoderno e hipermoderno, respectivamente. Esses são alguns exemplos de como é difícil definir o contexto que se está vivendo.

A tecnologia, como se sabe, não só influenciou as estruturas da sociedade, mas como vemos e fazemos a arte. O conceito de um mundo híbrido está interrelacionado com a própria teoria de Artemídia. Contextualizar e explicar ambos é uma forma de conseguir entender a produção artística contemporânea.

A conclusão para o estágio motor das experimentações surgirá com a pesquisa e enquadramento de teorias com as iniciativas artísticas realizadas principalmente nas capitais de três estados brasileiros do Sudeste: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Mapeando e contextualizando essas produções, conseguir-se-á entender e incentivar uma visão crítica sobre como as mídias digitais estão inseridas na produção artística contemporânea.

O documento, escrito, servirá para base teórica e de pesquisa para que outros interessados na temática possam se basear em pesquisas futuras. Além disso, um conteúdo audiovisual será produzido, como um mini-documentário, de cerca de 10 minutos, para ser disponibilizado na rede para propagar e divulgar o trabalho realizado. Para que o conhecimento trafegue por todos os campos, sem restrições, sugiro e concordo que se licencie os trabalhos em licenças mais brandas de autoria, como o Creative Commons.

No fim do trabalho, após a entrega do produto final, seminários com os teóricos e artistas brasileiros que usam as novas mídias como objeto de estudo tentarão ser realizados nas capitais dos três estados, com esta pesquisa servindo de curadoria para

-
1. <http://bambozzi.wordpress.com/>
 2. <http://www.desvirtual.com/info.htm>
 3. <http://www.fabricadofuturo.org.br/>
 4. http://www.tremchic.com/index_mac.html

as mesas de discussão e apresentação das obras. Para tanto, parcerias com centros culturais que atuam nos três estados e que podem sediar a programação, como o Centro Cultural Banco do Brasil (que pretende inaugurar uma sede em Belo Horizonte em 2011), pode ser um meio mais fácil para viabilizar os eventos.

Objetivos da proposta:

- pesquisar a pós-modernidade e a transformação em uma sociedade híbrida;
- pesquisar artistas originários de três diferentes estados do Sudeste brasileiro: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro;
- contextualizar as produções artísticas;
- entrevistar os artistas para entender o motivo de determinada obra e linguagem;
- produzir material audiovisual dos entrevistados e de suas obras;
- qualificar a crítica artística para as novas mídias;
- produzir seminários, após a pesquisa, sobre o material coletado, juntando teóricos e estudiosos com artistas e suas obras nas capitais dos três estados.

Justificativa

Por mais híbridas que possam ser as culturas, hoje ainda se tem a impressão de que a tecnologia é algo distante do ser humano. As teorias *Ambient Intelligence* e *Next Nature*, contudo, provam o contrário. Como diria Mark Weiser, lembrado na publicação "The Internet of Things - a critique of ambient technology and the all-seing network of RFID" (KRANENBURG, Rob van. 2008): "The most profound technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until they are indistinguishable from it"⁵

Ambas as teorias pregam que não existe maneira de se separar a tecnologia do meio ambiente. Ela está inserida e - acredite - é natural. E é exatamente esta concepção de natureza eletrônica que é possível que uma máquina se insira em nossas vidas sem percebermos.

Se até os celulares relutamos em afirmar que estão inseridos em nossas vidas, imagina o que acontece com outras tecnologias que nem passam pelos nossos olhos. Como citado acima, os artistas têm o dever de desbravá-las e achar uma linguagem comum para inserir na sociedade.

Os produtos deste trabalho irão pesquisar essas novas formas de *savoir faire* por meio dos artistas, dando embasamento teórico e mostrando o contexto em que se estão inseridas suas obras. Além disso, espera-se promover o intercâmbio entre "saber fazer" entre os estados de uma mesma região, pluralizando a cultura regional de cada cidade.

O texto teórico sobre os conceitos abordados poderão servir de base para que artistas entendam o contexto em que estão inseridos e se inspirem a usar estes novos meios disponibilizados pela cultura digital e a rede. Serão explicações conceituais, não herméticas, sobre o mundo em que vivemos, casando os conceitos aqui apresentados com exemplos de obras já realizadas por artistas desses três estados do Sudeste brasileiro.

O que é cibridismo? Em que ponto a tecnologia está longe do ser humano? Até que ponto o conceito de natural se aplica a um mundo eletrônico? O que essas novas ferramentas podem trazer à arte? Como averiguar se estes trabalhos são realmente interessantes? Quais as influências das tecnologias nos trabalhos artísticos contemporâneos?

5. "As tecnologias mais profundas são aquelas que desaparecem. Elas se entrelaçam no cotidiano até não serem mais indistinguíveis dele" Tradução do Autor

Essas são algumas das perguntas que o trabalho teórico se propõe a responder e, também, reforçar estes questionamentos. O estudo pode até ser publicado depois que entregue à Funarte, caso a instituição assim deseje.

O mini-documentário será de grande valia para mostrar o que este trabalho teórico se propõe e viralizar estes questionamentos por meio da rede. Para tanto, será necessário adquirir uma filmadora em high definition para captar as imagens de baixo custo como a FlipCamera, conhecida por sua qualidade de imagem e som e custo reduzido. O produto final terá, aproximadamente, 10 minutos, mas espera-se que o material bruto tenham horas de qualidade de conteúdo e imagem. Pode-se, então, pensar além do mini-documentário e fazer outros produtos audiovisuais com estas informações (como disponibilizar todo o material captado na rede, disponível em Creative Commons, e deixar com que os visitantes montem seus próprios documentários).

Depois de propagados a parte teórica e o mini-documentário, os seminários/exposições ajudarão com que mais pessoas entendam os conceitos abordados e vejam as obras dos artistas pesquisados, além de entenderem um pouco mais sobre o contexto no qual elas estão inseridas. E será por meio destes encontros que os artistas de MG poderão se encontrar com os do RJ e SP, e vice-versa.

Cronograma

1º mês:

- pesquisa sobre os conceitos teóricos (cibridismo, Ambient Intelligence, Next Nature, Artemídia, pós-modernidade, etc);
- pesquisa sobre os artistas que usam as novas tecnologias em São Paulo;
- aquisição da câmera;
- articulação para achar os locais para o seminário e buscar financiamento.

2º mês:

- pesquisa sobre os conceitos teóricos;
- entrevistas com os artistas pesquisados de São Paulo (tanto para texto, quanto material audiovisual);
- entrega do relatório de atividades à Funarte;
- articulação para achar os locais para o seminário e buscar financiamento.

3º mês:

- pesquisa sobre os conceitos teóricos;
- pesquisa sobre os artistas que usam as novas tecnologias em Minas Gerais;
- edição e finalização do material sobre os artistas de São Paulo;
- início da escritura do produto;
- articulação para achar os locais para o seminário e buscar financiamento.

4º mês:

- pesquisa sobre os conceitos teóricos;
- escritura do produto;
- entrevistas com os artistas pesquisados em Minas Gerais;
- entrega do relatório de atividades à Funarte;
- articulação para achar os locais para o seminário e buscar financiamento.

5º mês:

- pesquisa sobre os conceitos teóricos;
- escritura do produto;
- edição e finalização do material sobre os artistas de Minas Gerais;
- pesquisa sobre os artistas que usam as novas tecnologias no Rio de Janeiro;
- articulação para achar os locais para o seminário e buscar financiamento.

6º mês:

- entrevistas com os artistas pesquisados no Rio de Janeiro;
- edição e finalização do material sobre os artistas do Rio de Janeiro;
- término da escritura do produto;
- finalização do mini-documentário;
- articulação para achar os locais para o seminário e buscar financiamento;
- entrega dos produtos à Funarte.

Produto final

Ao final dos seis meses de bolsa, serão entregues dois produtos à Funarte que questionam o contexto socio-cultural que estamos inseridos, tendo a tecnologia como vértice dos questionamentos; e um mini-documentário que resumirá, em aproximadamente 10 minutos, o tema tratado e a pesquisa com os artistas de cada um dos três estados propostos na pesquisa.

Será um trabalho de pesquisa acadêmica que poderá ser publicado em formato de livro caso à Funarte assim queira. E, para manter um caráter inovador e similar ao contexto tecnológico, sugiro e aceito que o produto final seja disponibilizado com licenças mais brandas de autor, como o Creative Commons. Desta maneira, se poderá ver a verdadeira apropriação do conteúdo produzido pela população (seja artística ou interessada). Eles poderão remixar, retirar e replicar o material com dinheiro e financiamento público, ou seja, se apropriando do conteúdo elaborado para e por eles.

O mini-documentário servirá para promulgar o conceito e viralizar na rede a pesquisa, dando ainda mais materiais para que os artistas e outros interessados possam usar para recriar obras derivadas.

Anexos

Telefonia celular alcança 159,6 milhões de assinantes em junho

20 de July de 2009

Retirado de: www.anatel.gov.br

O Brasil chegou a 159.613.507 acessos no Serviço Móvel Pessoal (SMP), com 2.111.694 novas habilitações em junho de 2009, o que representa um crescimento de 1,34% no número assinantes. Do total de acessos do País, 130.596.366 (81,82%) são pré-pagos, e 29.017.141 (18,18%), pós-pagos. Veja na tabela abaixo o número de adesões de 2000 a 2009:

Ano	De janeiro a junho	De janeiro a dezembro
2000	3.505.405	8.155.473
2001	2.586.309	5.557.598
2002	1.890.476	6.135.195
2003	3.162.984	11.492.302
2004	7.658.472	19.232.311
2005	9.912.097	20.604.759
2006	5.549.835	13.708.285
2007	6.744.447	21.061.482
2008	12.188.443	29.661.300
2009	8.972.104	-

A consolidação dos números mensais da telefonia móvel estará disponível no portal da Agência Nacional de Telecomunicações (www.anatel.gov.br), na visão Sala de Imprensa, canal "Anatel em dados", item "Telefonia móvel".

Teledensidade - A teledensidade é o indicador utilizado internacionalmente para demonstrar o número de telefones em serviço em cada grupo de 100 habitantes. A teledensidade no Brasil alcançou o índice de 83,47, um crescimento de 1,25% em relação a maio (índice de 82,44). Comparado a junho de 2008, quando o índice era de 69,52, o crescimento foi de 20,07%. O Distrito Federal lidera a teledensidade móvel brasileira, com índice de 151,90 - ou seja, 1,51 telefone para cada habitante. Comparado com o mês anterior, o índice apresentou crescimento de 1,84% (era 149,16). O Rio de Janeiro, segundo colocado no ranking, teve um crescimento de 0,32%, (subiu de 99,65 para 99,97). Em terceiro no indicador, o Mato Grosso do Sul tem índice de 99,63 e apresentou crescimento de 1,23% (era de 98,42).

Os maiores crescimentos da teledensidade em junho foram registrados em Amapá, Roraima, Maranhão, Mato Grosso e Piauí. No primeiro semestre destacaram-se Amapá, Tocantins, Rondônia, Roraima e Amazonas.

UF (Teledensidade)	Crescimento em junho (%)	UF (Teledensidade)	Crescimento no semestre (%)	UF (Teledensidade)
Amapá (76,31)	4,46	Amapá (76,31)	19,15	Tocantins (70,27)
Roraima(66,85)	3,90	Tocantins (70,27)	17,39	São Paulo (98,63)
Maranhão (39,18)	2,57	Rondônia (81,41)	16,14	Rondônia (81,41)
Mato Grosso (89,58)	2,41	Roraima(66,85)	13,13	Piauí (50,22)
Piauí (50,22)	2,32	Amazonas (68,72)	12,42	Amapá (76,31)

O Centro-Oeste lidera a teledensidade entre as regiões brasileiras com um índice de 102,73), seguido pelo Sudeste, com índice de 94,48. Em terceiro no indicador está a região Sul, com índice de 88,49. A Região Norte possui índice de 65,72 e ocupa a quarta colocação, seguida pelo Nordeste, que possui índice de 64,63.

Mercado - Os quadros a seguir apresentam a situação de cada empresa e de cada tecnologia no mercado de telefonia móvel no Brasil.

Participação das empresas		
Holding	Número de acessos	Participação (%)
VIVO	46.819.313	29,33
CLARO	40.485.821	25,36
TIM	37.838.854	23,71
OI	33.874.077	21,22
CTBC CELULAR	483,363	0,30
SERCOMTEL CELULAR	92.661	0,06
UNICEL	19.418	0,01

Participação das tecnologias - Junho de 2009		
Tecnologia	Total	Participação (%)
GSM	143.342.533	89,81
CDMA	9.952.814	6,24
Term. Dados	3.599.833	2,26
WCDMA (3G)	1.903.030	1,19
TDMA	580.822	0,36
CDMA 2000	228.160	0,16
AMPS	6.315	0,00

A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) também revisou os dados referentes à distribuição dos terminais móveis por tecnologia do Serviço Móvel Pessoal (SMP), relativos a maio. A revisão foi necessária por conta de correção realizada pela Oi e pela Vivo. Não houve alteração nos demais relatórios nem no número total de acessos em serviço. A participação correta das tecnologias em maio é:

Participação das tecnologias - Maio de 2009		
Tecnologia	Total	Participação (%)
GSM	141.156.413	89,62
CDMA	10.408.815	6,61
Term. Dados	3.440.993	2,18
WCDMA (3G)	1.619.203	1,03
TDMA	630.397	0,40
CDMA 2000	239.575	0,15
AMPS	6.417	0,00

Pesquisa: 51% dos usuários de 3G no País não têm banda larga fixa em casa

Por Fabiana Monte, da Computerworld

Publicada em 30 de julho de 2009 às 18h19

Atualizada em 06 de agosto de 2009 às 01h46

Retirado de: <http://idgnow.uol.com.br/telecom/2009/07/30/pesquisa-51-dos-usuarios-de-3g-no-pais-nao-tem-banda-larga-fixa-em-casa/>

Estudo realizado pela consultoria Yankee Group aponta que 42% dos assinantes do serviço usam internet móvel para fins comerciais e pessoais.

Os serviços de [banda larga móvel](#) têm conquistado espaço no mercado brasileiro como opção de acesso à internet, tanto por usuários residenciais quanto corporativos. É o que mostra uma pesquisa realizada pela consultoria Yankee Group, que indica que 51% dos usuários desse serviço no País não têm banda larga fixa em casa. Além disso, 42% deles fazem uso da internet móvel para fins comerciais e pessoais, indica o relatório, realizado em parceria com a fornecedora de equipamentos de telecomunicações Ericsson.

Pelos cálculos da pesquisa, o Brasil encerrará 2009 com 4,6 milhões de assinantes que realmente utilizam serviços 3G - dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) indicam que o mercado brasileiro tem aproximadamente 2,1 milhões linhas capazes de usar serviços de terceira geração e outros 3,6 milhões de dispositivos como [modems e cartões de acesso](#) exclusivamente à rede de dados 3G.

Outro relatório, desenvolvido pela consultoria Pyramid Research, corrobora o aumento da competição entre banda larga fixa e móvel no Brasil. O estudo prevê que já em 2011 o total de usuários de serviços de banda larga móvel no País ultrapassará o número de clientes de serviços fixos de acesso rápido à internet. Em dois anos, os assinantes móveis serão aproximadamente 18 milhões. Já os fixos totalizarão cerca de 17 milhões.

A análise leva em consideração exclusivamente dispositivos como modems e placas PCMCIA, usados em notebooks e desktops para conectividade de dados. Segundo o analista da Pyramid Research responsável pela pesquisa, Fernando Faria, três fatores contribuem para o avanço da banda larga móvel no mercado nacional.

O primeiro deles é a demanda da população por serviços do tipo, o que deve incentivar o avanço no número de usuários. E, à medida que a penetração das ofertas aumentar, as operadoras poderão reduzir preços de suas ofertas. Este é o segundo aspecto considerado por Faria. Em terceiro lugar, está a simplicidade oferecida pela banda larga 3G sobre os produtos de internet rápida fixa. Com modems e placas PCMCIA, o usuário tem o benefício da mobilidade e da autoinstalação.

Pelas contas de Faria, cerca de um ano e meio após o lançamento das primeiras redes de terceira geração no Brasil, placas e modems já representam cerca de 30% do mercado de banda larga nacional. De acordo com a Pyramid Research, esses equipamentos terão papel fundamental para disseminar a penetração da banda larga no Brasil nos próximos cinco anos.

Mas o analista da consultoria afirma que as ofertas de internet veloz das operadoras móveis não disputarão mercado com o serviço fixo no que diz respeito a clientes que consomem muita banda, os chamados "heavy users". "Vai usar a banda larga móvel

quem está saindo da conexão discada e quem está satisfeito com velocidades de 1Mbps", diz Faria.

Para o analista sênior do Yankee Group, Julio Püschel, o domínio de placas e modems no mercado de terceira geração de telefonia celular deve-se, em parte, à própria estratégia das operadoras, que focaram na oferta deste tipo de equipamento para disseminar a terceira geração. Dos cerca de 2,1 milhões de assinantes de 3G contabilizados no final de 2008 no Brasil (entre usuários da tecnologia EVDO e WCDMA), 1,2 milhão utilizavam modems ou placas.

Püschel diz que a tendência é que, com o passar do tempo, a banda larga fixa ocupe o nicho de provedor de serviços de entretenimento, servindo de plataforma para a oferta de soluções como TV por meio de protocolo internet e para pacotes de acesso à internet em alta velocidade. Já o serviço das celulares terá como diferenciais preço e a mobilidade.

Uso residencial e corporativo

A pesquisa do Yankee Group mostra que 26% das assinaturas de terceira geração são corporativas, indicando que as empresas ainda estão em fase de análise da relação custo-benefício do 3G como forma adicional de acesso a internet. No entanto, 27% dos usuários desse tipo de oferta utilizam o serviço no escritório e em visitas a clientes.

"Muitos dos assinantes estão pagando um plano pessoal e usando para finalidade corporativa sem pedir reembolso da empresa", afirma o especialista. Püschel acredita que o percentual de uso do serviço vai crescer no mercado corporativo.

A maioria dos assinantes de terceira geração (72%) são jovens com idades entre 20 anos e 30 anos. De acordo com o estudo, este perfil está ligado ao fato de o processo de adoção do 3G ainda estar em fase inicial, por isso, os assinantes são pessoas que dão valor a inovações e se dispõem a usar uma nova tecnologia antes de uma adoção em massa.

A pesquisa do Yankee Group foi realizada com 611 assinantes de serviços de terceira geração em três capitais brasileiras: Distrito Federal, Rio de Janeiro e São Paulo, durante o mês de março deste ano.

Declaração de criação original

Eu, Thiago Pereira Carrapatoso, portador do RG 29.414.602-7 e do CPF 323.753.418-80, residente à avenida Mascote, 333, apt. 11, Vila Mascote, São Paulo, SP, declaro que a obra a ser construída e desenvolvida graças à Bolsa Funarte de Produção Crítica sobre Conteúdos Artísticos em Mídias Digitais/Internet é uma criação original, inédita, nunca publicada em nenhum veículo, seja de comunicação ou acadêmico, sendo de minha total autoria e destinada para os fins que este edital contempla.

A obra em questão não ferirá nenhum direito autoral de outros autores e, caso ao contrário, responsabilizo-me por qualquer ação ou responsabilidade pelos danos que a obra poderá gerar em terceiros e/ou na instituição competente. Embora respeite estes direitos, deixo claro a minha intenção, caso a instituição financiadora da pesquisa (no caso, a Funarte) aceite, de disponibilizar o conteúdo criado com dinheiro e financiamento público em licenças mais brandas de direitos de autor, como o Creative Commons, para que o conteúdo possa ser usado, consultado, adquirido e reutilizado por outros pesquisadores e interessados na temática da obra, sem se preocupar com as restrições totais aos direitos de autor, mais conhecido pelo termo em inglês *copyright*.

São Paulo, 10 de agosto de 2009.

Thiago Pereira Carrapatoso
RG 29.414.602-7
CPF 323.753.418-80

Currículo **Thiago Pereira Carrapatoso**

Formado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Faculdade Cásper Líbero, e especialista em Comunicação, Arte e Tecnologia, pela Centro Universitário de Belas Artes. Com 12 anos fez um curso de fotografia que fundamentou a escolha de entrar, em 2003, no primeiro bacharelado brasileiro sobre o tema na Faculdade de Comunicação e Artes Senac. Cursou apenas dois semestres e largou o curso por ter se interessado mais pelas letras do que pelas imagens, mas ainda assim continuando a construir narrativas imagéticas. Inspirado pela opção cultural, cursou a Oficina de Jornalismo Cultural, realizado pelo IJOR, e o Curso de Introdução à Análise de Filmes, no Espaço Unibanco de Cinema, com o docente Sérgio Rizzo, ambos em 2005. Já atuou como assessor de imprensa de grupos teatrais independentes e do Centro Cultural Banco do Brasil.

Foi produtor das pautas nacionais, em 2006, da Rádio BandNewsFM, onde aprendeu a trabalhar apenas com áudio para montar uma narrativa. Como trabalho de conclusão da graduação, escreveu o livro-reportagem "Os mofos de Caio", em homenagem ao primeiro decenário de morte do escritor gaúcho Caio Fernando Abreu e baseado em sua obra "Morangos Mofados". O objetivo foi entrevistar todas as pessoas para quem ele dedicou os contos de seu livro, descobrir o que restava na memória deles sobre o autor (o que, no trabalho, denominou-se de mofos) e provar que sua obra era baseada em sua vida. O livro-reportagem foi considerado um pré-mestrado sobre crítica genética, o que impulsionou a escrever mais sobre essa ciência linguística.

Para a especialização, então, escreveu uma monografia que discutia a gênese de produtos colaborativos feitos com ferramentas via web, chamado "De quem é a revolução? a gênese da colaboração na web". A especialização surgiu por causa de um interesse que já surgia na graduação, que é sobre tecnologia. Por causa disso, participou de diversos eventos que discutem as diferentes plataformas e ferramentas criadas para a web, além de uma nova linguagem multimídia, como as desconferências BarCamp e NewsCamp. Em 2007, foi contratado pela Editora Abril para gerenciar o site do projeto Planeta Sustentável, fazendo a ponte entre a redação jornalística, o designer e o programador, além de cuidar da seção de vídeos do portal, para a qual gravou diversos trabalhos sobre sustentabilidade. Interessado pelo tema e preocupado com a noção mercadológica que a tecnologia estava sendo considerada no cenário brasileiro, foi eleito, em 2009, diretor-presidente da organização sem fins lucrativos Veredas, que trabalha com as novas tecnologias para algum fim social.

Fundada em 2008, a entidade busca projetos em quatro vertentes-chaves: sociedade, meio ambiente, educação e artes/cultura. Um diretor representa cada área e atua para que a inovação ocorra em todos os âmbitos, usando apenas de ferramentas de código aberto e livres, incentivando a democratização da informação e do conhecimento ocorram plenamente. O primeiro projeto da organização foi coordenar a área Campus Verde, da segunda edição brasileira do evento internacional Campus Party. A grade do conteúdo foi baseada em um wiki (ferramenta online que possibilita a edição de documentos de forma colaborativa) desenvolvido pela Veredas que produz conhecimento sobre como a tecnologia está inserida no meio ambiente chamado NetGaia (<http://netgaia.org>). Os conceitos Ambient Intelligence e Next Nature foram os norteadores para criar o site, que não abriga conteúdos imparciais, mas sim que defendem esta linha de pensamento e da ciência.

O maior projeto da organização são os BioLabs, que incentivam o reflorestamento de mata nativa da região usando as praças públicas das metrópoles, geralmente descuidadas pelo governo e não utilizadas pelas comunidades do entorno. Além disso, o projeto visa a capacitação das comunidades das regiões das praças em como produzir conteúdo multimídia hiperlocal e como abrigar estas informações em uma plataforma

online. A praça passa a ser o ponto de encontro dessas pessoas para discussão sobre como a área pode ser melhorada e usada e de conexão aberta à rede de computadores, por meio de uma conexão sem fio estruturada pela tecnologia mesh.

Para fomentar ainda mais o uso das tecnologias para algum fim social, a Veredas atua também como incubadora de projetos, para incentivar o empreendedorismo social e a cultura de rede. Por isso, a Veredas é a representante do Social Innovation Camp no Brasil, e organizará a primeira edição do evento em terras tropicais. O SicampBR é um encontro entre empreendedores sociais e desenvolvedores de web para criar, em 48 horas, um serviço que sane algum problema na sociedade ou em uma determinada comunidade. O evento surgiu em Londres em 2008 e já teve duas edições, em que seis projetos competiram, em cada uma, para ganhar o prêmio disponibilizado no final do segundo dia de encontro.