

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

PAULO EMÍLIO DE MEDEIROS CARVALHO

**A CULTURA DA MOBILIDADE OBSERVADA NOS *TWEETS* SOBRE
O *GYN DE BIKE***



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)

Nome completo do autor: PAULO EMÍLIO DE MEDEIROS CARVALHO

Título do trabalho: A cultura da mobilidade observada nos tweets sobre o Gyn de Bike

2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador) Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [] NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(à)s autor(a)(es)(as) e ao(à) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Antonio Signates Freitas, Professor do Magistério Superior**, em 10/04/2022, às 08:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **PAULO EMÍLIO DE MEDEIROS CARVALHO, Discente**, em 11/04/2022, às 09:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2809198** e o código CRC **5F5FF436**.

PAULO EMÍLIO DE MEDEIROS CARVALHO

**A CULTURA DA MOBILIDADE OBSERVADA NOS *TWEETS* SOBRE
O *GYN DE BIKE***

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do professor Dr. Luiz Antônio Signates Freitas.

Goiânia, março de 2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

de Medeiros Carvalho, Paulo Emílio
A CULTURA DA MOBILIDADE OBSERVADA NOS TWEETS
SOBRE O GYN DE BIKE [manuscrito] / Paulo Emílio de Medeiros
Carvalho. - 2022.
CLXII, 162 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Antônio Signates Freitas.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC),
Jornalismo, Goiânia, 2022.
Bibliografia. Anexos.

1. cultura da mobilidade. 2. comunicação virtual. 3. Twitter. 4.
mobilidade compartilhada. I. Signates Freitas, Luiz Antônio, orient. II.
Título.

CDU 070



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos cinco dias do mês de abril do ano de 2022 iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “A cultura da mobilidade observada nos tweets sobre o Gyn de Bike”, de autoria de Paulo Emílio de Medeiros Carvalho, do curso de **JORNALISMO**, do(a) Faculdade de Informação e Comunicação - FIC da UFG. Os trabalhos foram instalados pelo Prof. Luiz Signates (FIC/UFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Profª Dra. Rosana Maria Ribeiro Borges (FIC/UFG) e Prof. Dr. Luiz Carlos Fernandes (EDNC/PUC-Goiás).

Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição do(a) estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final 10,0 (Dez) , tendo sido o TCC considerado APROVADO.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Antonio Signates Freitas, Professor do Magistério Superior**, em 10/04/2022, às 08:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rosana Maria Ribeiro Borges, Professora do Magistério Superior**, em 11/04/2022, às 09:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Carlos do Carmo Fernandes, Usuário Externo**, em 11/04/2022, às 16:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2809172** e o código CRC **4188818B**.

Dedico este trabalho ao meu avô Otacílio (*in memorian*) e ao meu avô Deca (*in memorian*). Assíduos e pontuais consumidores de jornais, estariam orgulhosos do caminho que estou seguindo.

AGRADECIMENTOS

Abro essa seção expondo minha gratidão à minha mãe, Lucilane, por todo carinho, amor e apoio prestados desde que cheguei a esse mundo como um natural de Jussara, Goiás. Você é meu maior espelho de pessoa corajosa, justa, responsável e empática. Lulu, muito obrigado por ser a mãe que você é!

Agradeço também ao meu pai, Valtenoir, outro que é igualmente capaz de mover o mundo por aqueles que ama. O seu incentivo à minha escolha de curso foi fundamental para que eu entrasse em uma jornada da qual não quero sair nunca mais. Sulu, muito obrigado por ser o pai que você é!

Agradeço à minha avó Lena, pelo seu carinho, pelo seu humor e por sempre deixar uma garrafa de chá em sua casa à espera de minha visita. Estendo meus agradecimentos à minha avó Maria, pilar de afeto da minha família paterna com quem dedico horas de sábias conversas.

Expresso gratidão aos meus irmãos José Alexandre, Danielle e Anielle, pessoas com quem tenho um elo de amizade inviolável pelas forças do tempo e do espaço

Agradeço aos meus muitos primos e aos meus muitos tios e à minha madrinha Arlete pelo ambiente de co-criação que foi formado à minha volta, no qual encontro suporte até hoje.

Aos amigos de vida, é uma honra contar com vocês de segunda-feira a segunda-feira, nos altos e nos baixos, nos problemas e nos deleites das soluções.

Fica aqui meus agradecimentos públicos ao Prof. Dr. Luiz Antônio Signates pela disposição e competência em lapidar ideias durante a minha orientação. Isso foi fundamental no enfrentamento às inseguranças que este processo traz consigo.

Agradeço à minha amiga Maria Luiza por disponibilizar seus conhecimentos de língua inglesa na revisão do Abstract. À Prof^a. Me. Juara Castro, também expresso meus agradecimentos pela solicitude em me auxiliar na escolha do tema.

Por fim, dedico minha gratidão à Tâmara e à Ysabella, minhas amigas e eternas parceiras profissionais providas de humanidade ímpar, que durante parte da elaboração deste trabalho, fizeram as flexibilizações necessárias para que ele pudesse existir.

*“Vida é movimento: para a dor de cada fim há um
recomeço que cura.”*

(Edna Frigato)

RESUMO

Com as redes sociais digitais, os movimentos de pessoas, objetos e informações dialogam ainda mais entre si e reforçam uma cultura que gira em torno da mobilidade. O estudo se apresenta como um recurso de compreensão dessa realidade, uma vez que ele busca entender como a cultura da mobilidade pode ser observada nas publicações no *Twitter* a respeito do *Gyn de Bike*, um sistema de compartilhamento de bicicletas instalado em Goiânia. Para isso, a investigação lança mão de uma abordagem metodológica qualitativa, que coleta e processa dados através da pesquisa bibliográfica e da análise de conteúdo. Assim, a abordagem identificou o intenso diálogo dos espaços físicos com a comunicação feita nas redes sociais digitais, as quais também são apropriadas como campos de debate para as relações de poder que interferem na mobilidade. Com isso, a pesquisa contribui nos estudos comunicacionais sobre a cultura da mobilidade ao passo em que permite vê-la em vigor.

Palavras-chave: cultura da mobilidade; comunicação virtual; Twitter; mobilidade compartilhada.

ABSTRACT

With digital social networks, the movements of people, objects and information dialogue even more with each other and reinforce a culture that revolves around mobility. This study presents itself as a resource for understanding this reality, since it seeks to understand how mobility culture can be observed in *Twitter* publications about *Gyn de Bike*, a bicycle sharing system installed in Goiânia. Therefore, a qualitative methodological approach is used, which collects and processes data through bibliographic research and content analysis. Thus, the intense dialogue between physical spaces and communication made in digital social networks was identified. These networks are also appropriate as debate spaces for power dynamics that interfere with mobility. In this way, this research contributes to communication studies about mobility culture as it allows it to be seen in action.

Keywords: mobility culture; virtual communication; Twitter; shared mobility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Relato virtual aliviante sobre o <i>Gyn de Bike</i>	60
Figura 2 – Passeio gerador de relatos virtuais.....	60
Figura 3 – Relatos virtual sobre pneu furado durante o deslocamento.....	60
Figura 4 – Relato virtual de queda de corrente no percurso.....	61
Figura 5 – Relato virtual da primeira impressão sobre o <i>Gyn de Bike</i>	61
Figura 6 – Relato virtual de múltiplos problemas no percurso.....	62
Figura 7 – Reclamação virtual quanto a queda de corrente de bicicleta.....	62
Figura 8 – Relato virtual de decepção após satisfação com o <i>Gyn de Bike</i>	63
Figura 9 – Narração virtual de adesão ao <i>Gyn de Bike</i>	63
Figura 10 – Destaque à velocidade da viagem.....	64
Figura 11 – Críticas virtuais à execução do <i>Gyn de Bike</i>	64
Figura 12 – Relato de adesão ao <i>Gyn de Bike</i> junto de incentivo ao mesmo.....	65
Figura 13 – Avaliação final da mobilidade com <i>Gyn de Bike</i>	65
Figura 14 – Comparação virtual da mobilidade com Green e com <i>Gyn de Bike</i>	66
Figura 15 – Complementação do conteúdo com link para foto no Instagram.....	67
Figura 16 – Disposição das fotos do passeio no Instagram com link no Twitter.....	67
Figura 17 – Integração entre Instagram e Twitter na construção de conteúdo.....	67
Figura 18 – Relato sobre formação de interação no trajeto.....	68
Figura 19 – Relato sobre reforço de interação no trajeto.....	68
Figura 20 – Reclamação quanto à imprevisibilidade da disposição de bicicletas.....	70
Figura 21 – Realce da previsibilidade das estações.....	70
Figura 22 – Queixas quanto à demora de atualização de status.....	71
Figura 23 - Destaque na velocidade da formação de cadastros.....	72
Figura 24 – Experiência de contato direto com Goiânia.....	73
Figura 25 – Postagem direto do Parque Areião.....	73
Figura 26 – Relato de passeio no Centro.....	74
Figura 27 – Relato de experiência ruim com om <i>Gyn de Bike</i> na estação 15.....	74
Figura 28 – Descrição das estações de Goiânia.....	75

Figura 29 – Descrição de transtorno na estação da Unimed.....	75
Figura 30 – Narrativa de problemas enfrentados em diferentes locais.....	76
Figura 31 – Localização do uso do Gyn de Bike no Parque Flamboyant.....	76
Figura 32 – Localização do uso do Gyn de Bike na Praça Cívica.....	77
Figura 33 – Relato de uma situação observada diretamente pelo espectador.....	77
Figura 34 – Apresentação do tempo de percurso entre dois pontos.....	77
Figura 35 – Ligação entre os sistemas de compartilhamento de São Paulo com o de outras cidades.....	78
Figura 36 – Referência à repercussão da mobilidade compartilhada de Goiânia.....	78
Figura 37 – Menções a lugares de Goiânia para criticar o Gyn de Bike.....	79
Figura 38 – Referência à Goiânia para apresentar número de bicicletas na cidade...	79
Figura 39 – Contextualização do sucesso do Gyn de Bike em Goiânia.....	79
Figura 40 – Contextualização em Goiânia do fracasso da mobilidade compartilhada.	80
Figura 41 – Referência à Goiânia para delimitar público-alvo.....	80
Figura 42 – Referência à Fortaleza e à Goiânia para definir público-alvo.....	81
Figura 43 – Referência à Goiânia para analisar adesão ao Gyn de Bike.....	81
Figura 44 – Citação de Goiânia para apresentar o Gyn de Bike.....	81
Figura 45 – Ambientação de inauguração na Praça do Trabalhador.....	82
Figura 46 – Contextualização da notícia boa em Goiânia.....	82
Figura 47 – Referência à Goiânia para criticar ciclomobilidade.....	82
Figura 48 – Denominação de Goiânia como “gyn”.....	83
Figura 49 – Denominação de Goiânia como “Gyn”.....	83
Figura 50 - Tratamento de Goiânia como “Gyn”.....	84
Figura 51 - Referência à Goiânia como “#gyn”.....	84
Figura 52 – Referência à Goiânia e à Fortaleza como “#gyn” e “#fortal”.....	85
Figura 53 – Apelidação de Goiânia como “Gyn”.....	85
Figura 54 – Goiânia se transforma na hashtag #gyn.....	85
Figura 55 – Referência à Goiânia como “gyn”.....	86
Figura 56 – Denominação de Goiânia como “gayania”.....	86
Figura 57 – Transporte do indivíduo até um ponto físico por meio do espaço virtual..	87
Figura 58 – Promoção de viagem por vários locais através do discurso.....	88

Figura 59 – Promoção de visualização através do discurso.....	89
Figura 60 – Realização de cadastro sem deslocamento físico.....	90
Figura 61 – Menção de cadastro pelo aplicativo.....	90
Figura 62 – Explicação de cadastro pelo aplicativo.....	90
Figura 63 – Dificuldades em se cadastrar virtualmente.....	91
Figura 64 – Cobranças equivocadas à distância.....	91
Figura 65 – Compra e entrega à distância.....	91
Figura 66 – Comparação entre as cobranças virtuais do Gyn de Bike e da Yellow....	92
Figura 67 – Menção às cobranças indevidas pelo aplicativo.....	92
Figura 68 – Realização de empréstimo de bicicleta à distância.....	93
Figura 69 – Empréstimo de veículo à distância.....	93
Figura 70 – Apontamentos de defeitos no aplicativo.....	94
Figura 71 – Relato localizado da instabilidade do aplicativo.....	94
Figura 72 – Reclamações quanto aos serviços virtuais da Caixa e do Gyn de Bike.....	95
Figura 73 – Relato de que o sistema do Gyn de Bike está fora do ar.....	95
Figura 74 – Reclamação quanto à demora do aplicativo em regularizar usuário.....	95
Figura 75 – Incompreensão com o nome do aplicativo na loja.....	96
Figura 76 – Instrução para navegar no Gyn de bike.....	96
Figura 77 – Apresentação do nome do aplicativo procurado por outro internauta.....	97
Figura 78 – Instrução de como usar o Gyn de Bike.....	97
Figura 79 – Explicação de como utilizar o Gyn de Bike.....	97
Figura 80 – Aconselhamento para baixar o aplicativo do Gyn de Bike.....	98
Figura 81 – Indicação do nome do aplicativo.....	98
Figura 82 – Explicação sobre o modelo de cobrança virtual do Gyn de Bike.....	98
Figura 83 – Comparação entre recursos do aplicativo Yellow e do Gyn de Bike.....	99
Figura 84 – Comparação entre estabilidade do aplicativo Gyn de Bike com o da Yello.....	99
Figura 85 – Relato em estação de destravamento de bicicletas.....	100
Figura 86 – Situação vivenciada em estação.....	101
Figura 87 – Lamentação da ausência de estação online em certo ponto.....	101
Figura 88 – Lamentação da inexistência de estação no destino.....	102

Figura 89 – Contabilização das estações em Goiânia.....	102
Figura 90 – Reclamação quanto às indisponibilidades das estações.....	103
Figura 91 – Contabilização de bicicletas e estações.....	103
Figura 92 – Uso do número de estações para calcular viagens por hora.....	104
Figura 93 – Reclamação quanto à estação 15.....	104
Figura 94 – Contabilização do número de estações para dimensionar o Gyn de Bike.....	104
Figura 95 – Contabilização das estações para comparar Goiânia e Fortaleza.....	105
Figura 96 – Comparação entre Yellow e Gyn de Bike pela disponibilidade de estações.....	105
Figura 97 – Vivência de transtorno em estação.....	106
Figura 98 – Anúncio de inauguração de estações.....	107
Figura 99 – Chamamento de órgãos de fiscalização.....	108
Figura 100 – Exposição de cobrança indevida.....	108
Figura 101 – Ponderação de cobrança indevida para escolher aplicativo.....	109
Figura 102 – Apresentação dos valores financeiros de cada projeto.....	109
Figura 103 – Apelo ao Gyn de Bike para que devolva dinheiro indevidamente cobrado.....	109
Figura 104 – Cobrança sem regularização.....	110
Figura 105 – Marcação digital de empresa responsável pelo sistema.....	110
Figura 106 – Marcação digital do Procon.....	110
Figura 107 – Marcação digital da Prefeitura de Goiânia.....	111
Figura 108 – Menção digital da Prefeitura de Goiânia.....	111
Figura 109 – Marcação digital da Prefeitura de Goiânia e da empresa responsável pelo sistema.....	111
Figura 110 – Utilização da hashtag para falar diretamente com os responsáveis pelo Gyn de Bike.....	112
Figura 111 – Marcação da Prefeitura de Goiânia para criticar a estrutura cicloviária.....	112
Figura 112 – Marcação da Prefeitura de Goiânia para tratar do Gyn de Bike.....	113
Figura 113 – Marcação da Prefeitura de Goiânia para falar de pneu furado.....	113
Figura 114 – Marketing para a Unimed Goiânia.....	114
Figura 115 – Matéria jornalística que exalta feito da Prefeitura de Goiânia.....	114

Figura 116 – Replicação de matéria jornalística para exaltar ação da Prefeitura de Goiânia.....	115
Figura 117 – Publicização da situação ciclística de Goiânia como algo avançado....	115
Figura 118 – Replicação de matéria jornalística para enfatizar trabalho da Prefeitura de Goiânia.....	116
Figura 119 – Pedido de sugestão de título para matéria sobre elitização do Gyn de Bike.....	117
Figura 120 - Desenho do cenário de elitização geral das bicicletas compartilhadas.....	117
Figura 121 – Pedido por democratização do Gyn de Bike.....	117
Figura 122 – Replicação de matéria jornalística sobre a elitização do Gyn de Bike...	118
Figura 123 – Replicação de matéria jornalística sobre elitização do Gyn de Bike....	118
Figura 124 – Desconstrução do Gyn de Bike enquanto opção de locomoção útil.....	118

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
1 DA COMUNICAÇÃO AOS SISTEMAS DE BICICLETAS COMPARTILHADAS: CONCEITOS	18
1.1 Comunicação	18
1.2 Redes sociais digitais	21
1.2.1 Twitter.....	24
1.3 Cultura da mobilidade	27
1.3.1 Cultura.....	27
1.3.2 Mobilidade.....	30
1.3.3 Significação da realidade pelo movimento.....	31
1.4 Mobilidade compartilhada	33
1.4.1 Sistemas de bicicletas compartilhadas.....	34
2 A RELAÇÃO ENTRE COMUNICAÇÃO VIRTUAL, REDES SOCIAIS E CULTURA DA MOBILIDADE	38
2.1 Comunicação virtual	39
2.1.1 Virtualização.....	40
2.2 Comunicação virtual aberta e convergente	42
2.3 Redes sociais na internet	45
2.4 Redes móveis e ubíquas	47
2.5 Onipresença do corpo no espaço de comunicação virtual	48
2.6 Mídias locativas e territórios informacionais	49
2.7 A relação da mobilidade informacional com outras mobilidades	51
2.8 Imediaticidade do fluxo de informações	52
2.9 Interferência das relações de poder nas mobilidades	53
2.10 Síntese teórica e estabelecimento de categorias de análise	55
3 O GYN DE BIKE NO TWITTER	58
3.1 Produção e compartilhamento virtual de relatos sobre mobilidade	59
3.2 Valorização da imediaticidade no fluxo de informações	69
3.3 Vínculo do conteúdo informacional a um local físico	72
3.4 Onipresença do corpo humano através do espaço da comunicação virtual	86
3.5 Portabilidade e ubiquidade das tecnologias de comunicação	94

3.6 Discussão virtual das relações de poder que interferem nas mobilidades.....	107
3.7 Compreensão facilitada da cultura da mobilidade.....	120
4 A CULTURA DA MOBILIDADE OBSERVADA NOS <i>TWEETS</i> SOBRE O <i>GYN DE BIKE</i>.....	122
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	124
6 ANEXOS.....	132

INTRODUÇÃO

A mobilidade sempre foi uma substância que manifesta presença em vários campos da existência e da subsistência humana. O movimento de pessoas, objetos e informações constrói realidades, produz subjetividades e define os passos a serem caminhados pela humanidade. A vigência dessa participação tem se dado com ainda mais textura em um cenário mundial dinâmico, altamente mutável e globalmente integrado, como é possível de se observar no Século XXI.

Neste sentido, uma das áreas do saber que tem comportado o tema da mobilidade com zelo é a comunicação, um campo que abriga o movimento, a partilha e a troca de informações entre os indivíduos de uma sociedade. No contexto atual, os fluxos de mensagens e sentidos se conectam cada vez mais com fluxos físicos e sociais, construindo-se assim o que Lemos (2009) descreve como a cultura da mobilidade.

Aqui neste estudo, essa teoria é trabalhada no sentido de identificar suas diretrizes nos corpos das postagens no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike*. Este, por sua vez, trata-se de um projeto que promove o compartilhamento de bicicletas em Goiânia através de um sistema que integra *softwares* e pontos físicos de retiradas dos veículos não-motorizados. O programa foi implantado pela Prefeitura da capital goiana em parceria com a empresa de planos de saúde *Unimed*, e inicialmente foi composto por 15 pontos de retirada abrigando 150 *bikes*, as quais podem ser destravadas por meio de aplicativos móveis para celular. (AIDAR, 2016).

Sendo este sistema de compartilhamento um compilador de mobilidades físicas e informacionais, surge a oportunidade de se buscar responder à seguinte indagação: como a cultura da mobilidade pode ser observada nas publicações no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike* confeccionadas entre o dia 20 de dezembro de 2016, em seu lançamento, e o dia 01 de outubro de 2021?

O alcance dessa resposta será possibilitado pelo cumprimento dos seguintes objetivos específicos: a) Estabelecer o marco teórico da relação entre comunicação virtual, redes sociais e cultura da mobilidade; b) Verificar quais categorias permitem identificar as abordagens referentes à cultura da mobilidade e a sistemas de transporte compartilhado; c) Identificar como essas categorias são praticadas no *Twitter*, no decorrer do tratamento do sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*. Estes, uma vez atingidos, possibilitarão a realização do objetivo geral, que é

entender como a cultura da mobilidade pode ser observada nas publicações no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike* confeccionadas entre os dias 20 de dezembro de 2016 e 01 de outubro de 2021.

Os esforços dispendidos neste trabalho investigativo se justificam pela necessidade de se compreender como os movimentos humanos, em seus mais variados formatos, impactam nos processos comunicativos, principalmente naqueles feitos no ambiente *on-line*. Dessa forma, ao assimilar os efeitos da cultura da mobilidade na comunicação e desenvolver maneiras de visualizá-la na prática, é possível evoluir a compreensão a respeito de uma realidade comunicacional cada vez mais móvel e conectada a outros tipos de fluxos.

Neste estudo, o principal corpo teórico que edifica os objetos de pesquisa é constituído por Baldissera (2008), Castells (2005), Jenkins (2009), Recuero e Zago (2009), Lemos (2009) e Franckx (2016). Através desses autores, tem-se recuperadas e interligadas as produções científicas já elaboradas em torno da comunicação, das redes sociais digitais, da cultura da mobilidade e dos sistemas de bicicletas compartilhadas.

Para os fins investigativos mencionados, os procedimentos metodológicos utilizados são de abordagem qualitativa, sendo o método aplicado a pesquisa descritiva. Como instrumentos de coletas de dados, lança-se mão da pesquisa bibliográfica no estabelecimento do marco teórico e da análise de conteúdo no levantamento e no exame dos enunciados circulantes no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike*.

Desta forma, a apresentação dos resultados desta pesquisa qualitativa é feita em três capítulos e uma seção de considerações finais. No primeiro momento, apresenta-se os referenciais teóricos que amparam os objetos de estudo residentes e envolvidos no objetivo geral. No segundo capítulo, é feita a construção e o estabelecimento do marco teórico que relaciona a comunicação virtual, as redes sociais e a cultura da mobilidade. A partir daqui, emergem-se as categorias de observação aplicadas na análise de conteúdo sobre as publicações referentes ao *Gyn de Bike*, procedimento este que tem seus resultados dispostos no terceiro capítulo desta monografia.

1 DA COMUNICAÇÃO AOS SISTEMAS DE BICICLETAS COMPARTILHADAS: CONCEITOS

Conforme apresentado na Introdução, esta pesquisa tem o propósito de entender como a cultura da mobilidade pode ser vista nas postagens no *Twitter* sobre o sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*. Com isso, adquire-se um recurso de compreensão e de visualização a respeito de uma abordagem que busca ordenar o cenário atual de comunicação.

Sendo assim, a fim de situar a problemática, é importante que se adentre nas discussões conceituais acerca dos objetos de pesquisa que constituem a pergunta-problema da investigação aqui feita. Segundo Castro (2014), um conceito científico não serve apenas para indicar a existência de um elemento, ele também permite a conexão com outros conceitos também suscetíveis a se relacionarem com outros conceitos, em um movimento sistemático e evolutivo em rede. Portanto, ao navegar pelas definições dos objetos aqui investigados, emerge-se uma base para que os futuros tensionamentos entre eles sejam feitos.

Neste capítulo, este alicerce é instalado através da imersão em produções teóricas dedicadas a expressar as conceituações de: comunicação, redes sociais digitais, *Twitter*, cultura da mobilidade, mobilidade compartilhada e sistemas de bicicletas compartilhadas, temas estes trabalhados aqui nesta mesma sequência.

1.1 Comunicação

Hoje, o ato de comunicar é uma prática cotidiana que se encontra amplamente problematizada e examinada. Na visão de autores como Gomes (2007), a comunicação

[...] funcionou como um fio condutor para a afirmação da humanidade como um grupo de animais que sente, pensa, intercambia subjetividades, age e reage na relação com o outro e com a natureza, formando uma teia de pensamentos e acontecimentos construída entre consensos e conflitos. (GOMES, 2007, p.25).

Neste sentido, o pesquisador Baitello Júnior (1998) relembra que, além de comunicar, “o homem procura compreender a complexidade de sua comunicação a partir de uma reconstrução hipotética da evolução filogenética de seus códigos”

(BAITELLO JÚNIOR, 1998, p. 11), o que sedimenta as bases para a criação de esforços científicos dedicados a investigar os processos comunicacionais. Ainda na linha de raciocínio do autor, ele aponta que as áreas do saber passam por uma explosão de informações, o que também respinga na comunicação. Portanto, ao refletir teoricamente sobre o ato de comunicar, ou seja, ao resgatar a evolução dos códigos comunicacionais, é comum que se esbarre em análises polifacetadas e transdisciplinares.

A fim de demonstrar os longevos percursos intelectuais que podem ser seguidos ao definir a comunicação, é conveniente trazer o pensamento filosófico de Flusser (2007), para quem comunicar é construir um mundo codificado, com informações organizadas em símbolos que façam o ser humano esquecer da sua condição solitária e condenada à morte. Já no campo da linguística, o exemplo que se traz é o de Souza (1973), que vê a comunicação como um intercâmbio que viabiliza entre os seres humanos a transmissão de conhecimentos, experiências e apelos.

Essa troca comunitária também reside na definição de Melo (1978, apud SEGALA; WALCHELKE, 2005), que vê na etimologia da palavra comunicação a sua ideia principal: tornar comum, o que, em uma perspectiva estrutural e prática, consiste na transmissão e na recuperação de informações dentro de uma comunidade. Portanto, aqui se observa a comunicação como um exercício de ida até o outro, seja lá qual for o formato utilizado neste caminho.

Wolton (1999), por sua vez, vê três sentidos residentes na palavra que dá título a este primeiro tópico do referencial teórico aqui apresentado: comunicação direta, comunicação técnica e comunicação social. No primeiro ambiente, ele a localiza como uma experiência antropológica coletiva de trocas inerentes à vida em sociedade, processo este que traz consigo a história cultural de um povo. No segundo sentido, o autor analisa os processos comunicacionais como um conjunto de técnicas desenvolvidas pela humanidade para ir além da comunicação direta e possibilitar o contato à distância. Quanto ao terceiro sentido da palavra em questão, Wolton (1999) o levanta como uma “necessidade social funcional para economias interdependentes” (1999, [n.p]), que ganha força com as aberturas econômicas das nações e tem na composição de seu organismo sistemas técnicos que vão de computadores a satélites. Apesar das classificações, o autor ressalta que há um ponto em comum entre os sentidos da comunicação: a interação.

É mesmo a interacção [sic] que define a comunicação. E como as interacções [sic] não param de crescer à medida que se passa da comunicação directa [sic] à comunicação técnica e depois à comunicação social funcional, concluímos, um pouco apressadamente, a favor da “comunicação”. (Wolton, 2004, [n.p], grifos do autor).

Portanto, com o intuito de recapitular, o que se tem disposto até aqui sobre o conceito de comunicação é que esta se trata de um processo de codificação do mundo (FLUSSER, 2007), de transmissão de conhecimentos, experiências e apelos (SOUZA, 1973), de transformação do particular em comum (MELO apud SEGALA; WALCHELKE, 2005), e por último, de interacção (WOLTON, 1999). Por enquanto, esse leque de conceitos oferece um já útil recorte do polifacetado trabalho de definir a Comunicação, como bem adiantou Baitello Júnior (1998) no início deste tópico.

Agora, entra aqui um novo valor agregado ao processo comunicativo por Baldissera (2008): o de construção e disputa de sentidos.

Por intermédio da e na comunicação, os sujeitos, como forças ativas, reativas, organizadoras, desorganizadoras, são tensionados e, em diferentes graus e formas, essas forças se realizam para direcionar os sentidos que desejam (consciente e/ ou inconscientemente) ver internalizados e digeridos pela outra força em relação de comunicação. (BALDISSERA, 2008, p. 194)

Neste jogo de tensões apontadas pelo autor, o resultado do processo não sai necessariamente da relação de forças, mas sim do diálogo entre os sujeitos envolvidos no tensionamento. Desta forma,

[...] a comunicação assenta-se como lugar e fluxo privilegiados para as inter-relações e interacções culturais e identitárias. Nos e pelos processos comunicacionais, as diferentes culturas e identidades, dentre outras coisas, flertam, desestabilizam-se, sorvem-se, constroem-se, violentam-se, resistem umas às outras, transformam-se e, dessa “orgia” de sentidos, geram a fertilidade para a regeneração mútua. (BALDISSERA, 2008, p. 195, grifos do autor).

Dado o universo de possibilidades e problemáticas emergentes no ato de se comunicar, hoje tem-se a Comunicação (com C maiúsculo) não só como uma prática cotidiana, mas também como uma área do saber científico que se desdobra em cursos de graduação como Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Segundo Alves (1999), o contexto histórico que influencia o desabrochar deste campo científico são os anos após a II Guerra Mundial, quando, na visão do autor, a sociedade global passa a ver nos processos comunicacionais um antídoto capaz de

inspirar um novo alento civilizacional depois dos traumas gerados pelos holocaustos e destruições.

Ainda segundo este teórico, apesar da demora em se consolidar como processo científico, a comunicação sempre suscitou interesse investigativo dos variados agentes sociais, porém, “o humilde e progressivo caminho histórico do conhecimento humano ilustra bem o carácter [sic] ilusório dos saberes que se autoatribuíram carácter [sic] definitivo” (ALVES, 1999, p. 6). Por não atender a essas expectativas, seguindo na linha de raciocínio do autor, no momento conveniente,

a dúvida sobre o estudo científico da comunicação deixa de ser obstáculo para se tomar estímulo crítico a sublinhar a permanente tensão entre o projecto [sic] compreensivo de uma disciplina científica como Ciências da Comunicação e o seu complexo objecto [sic] fenomenal, manifestação histórica do ser e devir humanos. (ALVES, 1999, p. 7).

Em constante atualização, essa jornada analítica já rendeu um amplo leque de teorias e escolas teóricas dedicadas a desbravar os fenômenos comunicacionais dentro do corpo social, o que, na atualidade, favorece o embasamento de monografias como esta. Portanto, para este estudo, a compreensão que fica sobre no que consiste a comunicação é que este objeto se trata de uma prática cotidiana de interação que viabiliza a sociabilidade através da abertura de si ao outro, processo este que, em seu decorrer, tensiona sentidos, valores e culturas entre os atores envolvidos.

1.2 Redes sociais digitais

No exercício de resgatar a evolução dos meios de comunicação perpetuados pela humanidade, alcança-se as contemporâneas redes sociais digitais. Uma vez que este estudo tem como ambiente investigado o *Twitter*, o qual também será conceituado mais adiante, é fundamental avaliar o que a literatura acadêmica traz como definição destes espaços virtuais de conexões humanas, que tem como seus principais exemplos *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp* e o já citado *Twitter*.

Em linhas simples, Alcará, Chiara e Tomáel (2005) descrevem as redes sociais *online* como

[...] um *software* social que, com uma interface amigável, integra recursos além dos da tecnologia da informação. O uso desses recursos gera uma rede em que os membros convidam seus amigos, conhecidos, sócios, clientes,

fornecedores e outras pessoas de seus contatos para participar de sua rede, desenvolvendo uma rede de contatos profissional e pessoal, que certamente terá pontos de contatos com outras redes. Enfim, são ambientes que possibilitam a formação de grupos de interesses que interagem por meio de relacionamentos comuns. (ALCARÁ; CHIARA; TOMÁEL, 2005, p. 95-96, grifos das autoras).

Portanto, percebe-se que, atualmente, existem plataformas digitais que permitem a organização e a sistematização dos laços sociais formados mundialmente. A disseminação de tais ferramentas constantemente é vista como uma revolução na forma de se comunicar e se relacionar da humanidade, gerando terminologias com Era da Informação e Era do Conhecimento. No entanto, Castells (2005) desmistifica essa euforia ao dizer que a sociedade sempre se organizou em redes informativas, modelo este que, segundo ele, agora tem uma base microeletrônica para existir e se retroalimentar.

Considerando este aparato técnico emergente, o autor espanhol (2005) entende a Sociedade em Rede como

[...] uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. (CASTELLS, 2005, p. 20)

Estes nós podem ser vistos como pessoas e instituições conectadas entre si por meio desse sistema aberto de relacionamentos que, de acordo com Castells (2005), é regido por programas vindos de fora da rede, mas que, ao serem inscritos nela, seguem fielmente as instruções recebidas. Portanto, fazer parte da Sociedade em Rede é ser um nó que, por vias tecnológicas, liga-se a outros nós durante a jornada de distribuição e processamento de informações e conhecimentos.

Com essa análise, expande-se o conceito de redes sociais, que no senso comum são tratadas como sites e aplicativos de interação, passando assim a compreender este arranjo como qualquer espaço “[...] onde as conexões e as interseções tomam o lugar do que seria antes pura linearidade” (SODRÉ, 2012, p. 14 apud ALCARÁ; CHIARA; TOMÁEL, 2005, p. 95).

Neste sentido, percebe-se uma forte contribuição das popularizadas redes sociais digitais na hospedagem destes fluxos informativos multidirecionais, necessários para o estabelecimento de políticas públicas, acordos comerciais micros e macros, além de, principalmente, influenciar nas formas dos indivíduos se

comunicarem e se relacionarem. Portanto, para definir as redes sociais estabelecidas digitalmente, é preciso inscrevê-las na lógica aberta que hoje predomina na interação humana como um todo.

Essa inscrição é possível de ser feita ao recuperar os primórdios dos sistemas comunitários online, como bem fez Aguiar (2007) ao lembrar das *Bulletin Board Systems*, que entre 1970 e 1990 permitiam a troca de mensagens por meio de uma conexão discada operada por um moderador voluntário, e do *newsgroup Usenet*, gerada em 1979 na *Duke University* para amparar o compartilhamento, entre computadores, de notícias tematicamente organizadas. De acordo com a autora, “A lógica da generosidade e da ‘cultura’ da dádiva fortalecia os vínculos entre os participantes mais ativos, que passavam a interagir também offline, em encontros presenciais periódicos (os chamados Get Togethers)” (AGUIAR, 2007, p. 10, grifos da autora). Desta forma, é conveniente que aqui se aplique a definição de redes sociais elaborada por Marteleto (2001), a qual as vê como “um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias [sic] e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72), tal como fizeram os participantes da *Bulletin Board Systems* e do *newsgroup Usenet*.

No entanto, vale trazer a importante reflexão de Aguiar (2007) a respeito dessa convergência de interesses subjetivos em comum, já que nas redes sociais *online*, a facilidade de se criar identidades virtuais possibilita o surgimento de várias *personas* e a formação de vínculos interpessoais que não existiam antes da ferramenta *online*. Desta forma, por essa ótica, ao mesmo tempo em que Facebook, Instagram e Twitter possibilitam a projeção de laços humanos genuinamente estabelecidos nas linhas do tempo humana, eles também promovem ligações que não seriam possíveis sem a mediação tecnológica. Essa dupla ação fica bem sintetizada e organizada nas palavras de Machado e Tijiboy (2005), para quem os *softwares* sociais

favorecem a criação de redes de relacionamentos através de espaços onde o usuário pode juntar pessoas do seu círculo de relacionamentos, conhecer outras que compartilhem os mesmos interesses e discutir temas variados, construindo diferentes elos entre os “eus” privado e público. (MACHADO; TIJIBOY, 2005, [n.p.], grifos dos autores).

Sendo assim, as redes sociais digitais ficam aqui entendidas como sistemas virtuais abertos e horizontais, que servem à comunicação humana em rede através de *softwares* dedicados a hospedar os relacionamentos pessoais construídos de

maneira *offline*, ao mesmo tempo em que possibilitam a formação de novas interações pelas vias *online*.

1.2.1 Twitter

Citados no fim no tópico 2.1, Machado e Tijiboy, em 2005, lançam luzes sobre o ponto comum no *modus operandi* dos chamados *softwares* sociais vigentes na época da teorização: “funcionam a partir do cadastramento de um usuário que convida amigos ou outros usuários para participarem; esses, por sua vez, fazem o mesmo e, assim por diante, formando uma rede de conhecidos entre si”. (MACHADO; TIJIBOY, 2005, [n.p.]).

No entanto, na mesma linha de raciocínio, eles lembram que cada ferramenta oferece recursos e serviços diferentes para que as redes sejam formadas segundo objetivos específicos. Passaram-se 17 anos, e ambas as análises ainda se fazem atuais e vigentes, servindo de base para apresentar as concepções sobre o que a plataforma do *Twitter* dispõe no contexto da comunicação por meio das redes sociais digitais.

Neste contexto, Recuero e Zago (2009) descrevem o Twitter como

uma ferramenta de micromensagens lançada em outubro de 2006, obtendo um rápido crescimento no mundo e no Brasil. Nela, originalmente, os usuários são convidados a responder à pergunta “o que você está fazendo?” em até 140 caracteres. Ali, é possível construir uma página, escolher quais atores “seguir” e ser “seguido” por outros. Essas conexões são expressas por meio de links nas páginas dos usuários. Cada ator tem suas mensagens publicadas (também chamadas “tweets”) para os seguidores, que acompanham em uma janela própria. (RECUERO; ZAGO, 2009, p. 82, grifos das autoras).

Atualmente, o limite de caracteres das micromensagens no *software* é de 280, para que os internautas consigam se expressar melhor, no entanto, a ideia continua sendo a de expressão sucinta das subjetividades dos usuários. Inclusive, aqui cabe uma curiosidade registrada por Cypriano e Santos (2014): o limite de 140 caracteres foi implantado por este ser o tamanho máximo dos microtextos para que elas coubessem nas telas dos dispositivos móveis que estavam em processo de popularização em 2006, ano de fundação da rede. De acordo com os autores, estes e outros aspectos ligados à mobilidade e à conexão “fazem do Twitter o exemplo mais acabado de um padrão que se distingue pela colaboração, pelo incentivo que concede

à ação e à expressão individuais, assim como aos agrupamentos dos indivíduos em redes”. (CYPRIANO; SANTOS, 2014, p. 689).

Recuero e Zago (2009), por sua vez, apontam outra característica inovadora desta plataforma que gerou grande impacto na forma de se comunicar por meio das redes sociais digitais: a não necessidade de reciprocidade na construção de laços entre os internautas, que mais tarde foi copiada por outras ferramentas como o Instagram. Como observado pelas autoras (2009), os sistemas de relacionamentos digitais formavam os vínculos através de convites que precisavam ser aceitos por ambas as partes. No *Twitter*, é possível que haja acesso aos valores sociais de outro perfil sem que este obrigatoriamente recepcione e acolha cada um de seus “seguidores”, a não ser que o usuário queira acionar a opção de filtrar quem vê seus conteúdos. Desta forma, segundo Recuero e Zago (2009), as possibilidades de conexão são expandidas se comparadas com outros *softwares* sociais que estavam em alta durante a análise feita por elas em 2009, entre eles: o *Facebook*, o *Orkut* e o *MySpace*.

Moreira e Romão (2015), também enquadrando o *Twitter* no espectro dos *microblogs*, veem esta rede social digital como um espaço para “colocar em circulação dizeres simples e curtos, desenhados pela rápida e curta troca de 25transport25c [sic] que a todo momento são atualizadas e com acesso que pode ser realizado por diferentes suportes e dispositivos tecnológicos”. (MOREIRA; ROMÃO, 2015, p. 82). Isso se harmoniza com a autodescrição presente hoje em dia na sessão “Sobre” do website em questão, local digital em que a empresa californiana deixa explícito seu propósito de promover a conversa pública e ser o lugar certo para saber mais a respeito do que está acontecendo e a respeito do que as pessoas estão falando naquele momento. (TWITTER, 2022).

Nessa linha de fomento do debate público, uma observação importante que se faz é que, em 2009, durante os estudos iniciais de Recuero e Zago (2009) sobre o *Twitter*, a pergunta a ser respondida através dos *tweets* era: “O que você está fazendo?”. Atualmente, a questão a ser replicada pelos usuários é: “O que está acontecendo?”. O motivo dessa mudança pode ser encontrado na análise de Primo (2008), que lembra que, em pouco tempo, o uso da plataforma extrapolou seu propósito intimista de compartilhamento dos cotidianos humanos e passou a ser utilizado em mobilizações políticas e cobertura de eventos como jogos e congressos, por exemplo. Por essa ótica, percebe-se que não foi à toa que a plataforma digital que

dá nome a este subtópico passou a ser chamada de rede social de notícias (GONÇALVES, 2021), uma vez que ela oferece recursos para se atualizar sobre os fatos e discussões em processo no mundo e nos bairros de seus usuários.

Uma das principais ferramentas para se organizar e recuperar informações ligadas a um determinado assunto foi criada pelos próprios internautas: as *hashtags*, classificadas por Primo (2008) como um protocolo social entre os usuários. Segundo o autor, “para se ‘etiquetar’ um tweet, utiliza-se o sinal de sustenido (‘hash’, em inglês) antes de uma ou mais palavras que servirão como tag”. (PRIMO, 2008, p. 47, grifos do autor). Desse modo, é possível assinalar os *tweets* ligados a um certo tema e auxiliar no consumo e na produção coletiva de mensagens a respeito dele.

Recuero e Zago (2010) destacam que, apesar da eficiência do Twitter em distribuir informações, ele segue portando um caráter de rede social, “na medida em que essas informações são distribuídas para os seguidores, os quais podem se apropriar dessas informações e 26ranspor-las ou ‘retwitá-las’, repassando-as para suas redes” (RECUERO; ZAGO, 2010, p. 71, grifos das autoras). Esse manejo das informações é sincrônico com a cultura participativa levantada por Jenkins (2009), na qual produtores e consumidores de mídias, que antes viviam em papéis separados, agora se interagem de acordo com regras ainda incompreendidas.

Outro conceito trabalhado por Jenkins (2009) e que fica nítido na rede social digital em questão é a convergência dos meios de comunicação, uma vez que a plataforma abriga a possibilidade de se postar vídeos, fotos, textos, *links*, enquetes, enviar mensagens privadas diretas e até mesmo criar salas de áudio. Assim, no *Twitter*, são congregados produtos característicos de TVs, rádios e cartas, por exemplo.

Dadas as numerosas possibilidades de se comunicar por este *software*, é apropriado trazer a problematização traçada por Cypriano e Santos (2014), que entendem que, enquanto os blogs vieram para conservar e organizar as vivências, os *microblogs*, representados principalmente pelo *Twitter*, favorecem a dissipação das experiências. Por mais etiquetados que os conteúdos sejam, os enunciados normalmente possuem muitos “vizinhos”, em vários formatos, o que, conseqüentemente, dissipa as atenções e as informações nesta rede social digital que no Brasil arraiga 14,1 milhões de usuários (GONÇALVES, 2021).

Porém, ainda que o espírito passageiro dê as cartas na rede social digital em questão, Recuero e Zago (2010) ressaltam que a ampla publicidade das interações

permite o acompanhamento das informações trocadas entre os internautas, o que muito serve aos propósitos científicos de estudar a difusão de informações, assim como está sendo feito nesta monografia.

Portanto, ao refletir teoricamente sobre o *Twitter*, é preciso destacar suas funcionalidades e entender que recursos técnico-sociais essa plataforma agrega à comunicação virtual entre os indivíduos, pois como já foi citado aqui, cada ferramenta é arquitetada para atingir um objetivo específico durante a formação das redes de comunicações humanas (MACHADO; TIJIBOY, 2005). No caso da rede social que dá nome a este subtópico, registra-se um espaço de conversa pública, que ao mesmo tempo em que serve de espaço de informação, fornece instrumentos para reinterpretar as respostas que outros usuários dão à pergunta “O que está acontecendo?”.

1.3 Cultura da mobilidade

Um dos grandes focos desta pesquisa é visualizar a teoria da cultura da mobilidade nas publicações no *Twitter* a respeito do sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*, que converge ferramentas de locomoção física e plataformas de comunicação digital em um mesmo contexto. O desenvolvimento deste viés teórico em âmbito nacional tem grande contribuição de Lemos (2009), porém, antes de adentrar nos trabalhos do autor a respeito do tema, e naqueles materiais correlacionados, é proveitoso que se levante a bibliografia ligada às duas palavras que constroem o termo abordado neste tópico: cultura e mobilidade.

1.3.1 Cultura

Assim como acontece com a comunicação, o conceito de cultura é bastante amplo e com várias compreensões e aplicações, como situa Santos (2006) ao exemplificar que este termo, algumas vezes, pode ser associado à formação escolar e educação de uma pessoa. Em outros momentos, a palavra em questão é destacada para tratar das manifestações artísticas ou dos meios de comunicação de massa presentes em um corpo social, como rádio e TV. Por fim, também há usos voltados às festas tradicionais, crenças, vestimentas, comidas típicas e idiomas de um povo.

Dado este contexto, Santos (2006) se dispõe a cercar o conceito da expressão e apresentar duas concepções básicas conectadas ao assunto. Na primeira, cultura

se refere “a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação” (SANTOS, 2006, [n.p.]), ficando a cargo do termo abarcar as características dos agrupamentos humanos no que toca a organização de suas vidas comunitárias e de seus recursos materiais. Na segunda ideia, a esfera cultural se liga “ao conhecimento, às ideias e crenças, assim como às maneiras como eles existem na vida social.” (SANTOS, 2006, [n.p.]). A realidade social também é considerada nesta outra concepção, já que, segundo o autor, é inviável falar destes três elementos culturais citados sem trazer em conjunto a comunidade que os envolve. A novidade aqui fica por conta do tratamento da cultura como um campo entre outros que habitam em uma vida comunitária. Neste sentido, enquanto na primeira concepção os aspectos culturais se fundem com a existência social de um povo, na segunda, conhecimentos, ideias e crenças vivem como um domínio dentro de uma realidade social que existe por si só.

A abertura do leque de diferentes compreensões sobre a atmosfera cultural não é de todo ruim para o trabalho científico de abstrair os sentidos deste campo. Citando Levi-Strauss, Geertz (2008) lembra que o papel da ciência, principalmente a social, não é transformar o complexo em simples, como os iluministas buscavam fazer, mas sim, transformar o complexo menos inteligível em um complexo mais inteligível. Por isso, de acordo com o autor estadunidense, os estudos culturais visam ordenar essa complexidade, e não sintetizar uma resposta final e irrefutável.

Em sua vez de refletir teoricamente sobre a cultura, Geertz (2008), entendendo esse elemento como um demarcador de humanidade, traz a seguinte frase: “[...] todos nós começamos com o equipamento natural para viver milhares de espécies de vidas, mas terminamos por viver apenas uma espécie” (GEERTZ, 2008, p. 33). Para ele, o pensamento humano é social e público, sendo um espaço de tráfegos de símbolos significantes afastados da realidade, mas que significam a experiência real, tais como: “as palavras, para a maioria, mas também gestos, desenhos, sons musicais, artifícios mecânicos como relógios, ou objetos naturais como jóias” (GEERTZ, 2008, p. 33). Nesta linha de raciocínio do antropólogo, o indivíduo nasce com esses elementos de significação dados, e os utiliza no decorrer de sua existência, havendo a possibilidade desses itens serem alterados durante sua vida com participação ou não do sujeito particular.

Também tratando da influência humana no conceito de cultura, Eagleton (2003) adentra nas raízes etimológicas deste vocábulo, que segundo ele, é um dos mais

complexos da língua inglesa. O autor traz que o termo em questão tem como significado originário a palavra “lavoura” ou “crescimento natural”, vindo de um momento em que a humanidade existia predominantemente em modo rural. Nesta ótica, se hoje a palavra cultura projeta uma entidade compartilhada, ao invés de uma atividade, tem-se aí a demarcação de uma transição histórica da vida isolada no campo para a existência nas cidades e demais agrupamentos humanos. Portanto, retorna-se aqui às duas concepções de Santos (2006), que fazem questão de destacar os contornos sociais em sua abordagem a respeito da essência da cultura.

Até aqui, percebe-se o elemento estudado neste subtópico como algo associado à partilha de significantes dentro de uma comunidade. Essa ideia fica ainda mais reforçada com a primeira perspectiva de Stuart Hall (2006) sobre a identidade cultural. Para ele, essa expressão contempla

[...] as experiências históricas comuns e os códigos culturais partilhados que nos forneceriam, enquanto “povo uno”; um quadro de referências e de sentido que, sob a mutabilidade das divisões e vicissitudes da nossa história concreta, se caracterizaria pela estabilidade, imutabilidade e continuidade. (HALL, 2006, p. 22, grifos do autor).

No entanto, o ponto de tensão surge quando o autor citado acima apresenta uma segunda visão acerca do tema em questão. Segundo o teórico, a experiência colonial nas quais viveram os países caribenhos demonstram que, apesar das semelhanças constituírem as identidades culturais, as diferenças também definem quem as pessoas realmente são. Neste sentido, é preciso lembrar que não são apenas os consensos que moldam uma cultura, os conflitos da história também deixam influências (HALL, 2006). Deste modo, apesar de Hall (2006) estar tratando das identidades culturais assumidas pelas pessoas, muito agrega à discussão travada aqui sobre o conceito investigado, uma vez que ele o retira de um status atemporal e inviolável, e o reafirma na órbita dos eventos que marcam os processos históricos dos povos.

Sendo assim, a partir destes referenciais teóricos, quando a palavra cultura surge antecedendo a palavra mobilidade, entende-se que há um fluxo de significantes da experiência humana, influenciado pelos entendimentos e desentendimentos sócio-históricos dos indivíduos envolvidos, que faz com que estes existam socialmente de modo orientado pela mobilidade, assunto este a ser abordado no próximo subtópico.

1.3.2 Mobilidade

Assim como o conceito abordado no subtópico anterior, a palavra mobilidade também é utilizada em contextos variados, uma vez que seus significados compõem um vasto leque de ideias. No dicionário, é possível encontrar as seguintes definições: “Qualidade daquilo que se move, do que se consegue movimentar.”; “Locomobilidade; capacidade de se mudar, de ir a outro lugar com rapidez: mobilidade de pessoas.”; “Aptidão para mudar, para sofrer alterações ou mudanças.”; “[Figurado] Inconstância; tendência para mudar de opinião ou de estado de espírito com facilidade.” (MOBILIDADE, 2022). Desta forma, percebe-se que a mobilidade, em linhas simples, costuma estar ligada a valores que vão do deslocamento, passam pela portabilidade e desembocam em sentidos de inconstância e mudança.

Em sua aberta definição, Araújo (2004) contempla essa grande gama de concepções em volta do assunto estudado e o trata como a “capacidade de deslocação e de ultrapassagem de fronteiras de vários tipos” (ARAÚJO, 2004, p. 2), servindo assim, nas palavras da autora, como uma ponte entre o público e o privado. Nessa perspectiva, é possível fazer um paralelo com a comunicação, que também traz em si a ideia de abertura ao externo, tal como foi abordado no tópico desta monografia dedicado a abordá-la. Essa relação de dependência entre se mover e se comunicar é reforçada por Lemos (2009, p. 28): “A comunicação implica movimento de informação e movimento social: saída de si no diálogo com o outro e fluxo de mensagens carregadas por diversos suporte”.

Lévy (2009), em sua vez de dar conta dos vários rumos que o conceito de mobilidade pode tomar, amarra-os da seguinte forma:

Pode-se definir a mobilidade como a relação social ligada à mudança de lugar, isto é, como o conjunto de modalidades pelas quais os membros de uma sociedade tratam a possibilidade de eles próprios ou outros ocuparem sucessivamente vários lugares. (LÉVY, 2009, [n.p.])

De acordo com Araújo (2004), na sociedade moderna, tem-se alargado o repertório de instrumentos tecnológicos cujos objetivos são garantir as possibilidades dos sujeitos se manterem, simultaneamente, no espaço-tempo público e no espaço-tempo privado. A partir daqui, germina-se um sentido da palavra mobilidade que muito interessa ao campo do saber envolvido pela comunicação: o da

portabilidade. As ferramentas midiáticas surgidas no Século XXI, entre suas principais características, destacam-se as suas capacidades de serem móveis, ou seja, de estarem disponíveis a caminhar juntamente com os indivíduos que comunicam.

Isso fica exemplificado por Cypriano e Santos (2014) assim:

A mobilidade estende aos quatro cantos o contexto da conectividade e, com isso, redimensiona a interface entre aquilo que se passa dentro e fora da Internet. Qualquer indivíduo em posse de um dispositivo móvel se vê em condições de transpor a interface ao enviar a um servidor, ou ao receber dele – via SMS ou Twitter, por exemplo – o registro de uma experiência pessoal ou o testemunho de um evento que transcorre onde quer que se esteja. (CYPRIANO; SANTOS, 2014, p. 690).

Portanto, até aqui, o termo destrinchado neste subtópico assume tanto uma ideia concreta de mudança de lugar, seja de elementos tocáveis seja de elementos simbólicos, quanto um sentido de meios de se projetar em outros locais a partir de um determinado ponto. A fim de sintetizar esta bifurcação, recorre-se ao entendimento de Balbim (2016), que vê a mobilidade como o “conjunto de motivações, possibilidades e constrangimentos que influem tanto na projeção, quanto na realização dos deslocamentos de pessoas, bens e ideias, além, evidentemente, dos movimentos em si” (BALBIM, 2016, p. 27).

Sendo assim, vislumbra-se um caminho conceitual que define o objeto estudado como movimento, em suas variadas maneiras, e como perspectiva de movimento. Balbim (2016) ressalta que a consolidação das divisões sociais e territoriais de trabalho reduziram o papel dos locais de permanência, como casa e trabalho, na tarefa de explicar as organizações das sociedades e delegaram essa missão à mobilidade. Portanto, nesta linha de raciocínio, por mais que os lugares sejam estáticos, eles são definidos pelas condições de mobilidade das pessoas que o ocupam e das redes possíveis de serem acessadas naquele ponto. Os impactos desse processo na cultura e na maneira dos indivíduos se comunicarem é o assunto do próximo subtópico, que traz o fechamento de ideia a respeito da cultura da mobilidade.

1.3.3 Significação da realidade pelo movimento

Considerando as discussões trazidas nos dois subtópicos desenvolvidos dentro do tópico 2.3, é natural que, num processo de justaposição de teorias, subtende-se a

cultura da mobilidade como um fluxo socialmente compartilhado de modos de significar a realidade com base nos movimentos e nas projeções de movimentos que ocorrem dentro dela. Para conferir até que ponto essa compilação faz sentido, é válido se voltar à definição de Lemos (2009) a respeito do assunto:

A mobilidade, em sua dimensão física (transporte de pessoas, objetos, *commodities*) e informacional (sistemas de comunicação), cria uma dinâmica tensa entre o espaço privado (a fixação) e o público (a passagem, a efemeridade), entre o próximo e o distante [...]. É nesse movimento que se produz a política, a cultura, a sociabilidade, a subjetividade. (LEMOS, 2009, p. 28).

Neste contexto, o autor alega que os estudos comunicacionais muito têm se debruçado em analisar recepções de mídias pelos públicos ou investigar os processos das empresas midiáticas, deixando de lado a relação entre comunicação, especialização e mobilidade. Para ele, observar o vínculo entre esses três itens se faz fundamental, visto que uma dimensão de mobilidade sempre tem efeito em outra.

A mobilidade informacional-virtual tem impactos diretos sobre a mobilidade física e sobre o lugar e o espaço onde opera, e vice-versa. Não podemos dissociar comunicação, mobilidade, espaço e lugar. A comunicação é uma forma de 'mover' informação de um lugar para outro, produzindo sentido, subjetividade, especialização. (LEMOS, 2009, p. 29, grifos do autor).

Com essas ideias apresentadas, vislumbra-se uma janela de entendimento sobre a expressão abordada neste subtópico em que a mobilidade, enquanto prática cotidiana diversa na sociedade, cria uma cultura que altera o funcionamento de outras áreas da vida humana, entre as quais, neste estudo, destaca-se a comunicação.

Compreendendo a relação entre se mover e se comunicar, é importante que se traga a discussão para a realidade que se tem nos dias atuais, na qual se observa uma ampla utilização de objetos portáteis capazes de acompanhar os indivíduos onde quer que eles vão e produzir signos culturais de qualquer lugar. Mantovani (2011) defende que produzir e disseminar informação em movimento muda de forma significativa a maneira como as pessoas se informam e se relacionam. De acordo com a autora, "tais dispositivos acabam por engendrar uma sociedade potencialmente sempre conectada e disponível para ingressar em processos interativos, atuando como próteses de interação, extensões do corpo humano" (MANTOVANI, 2011, p. 23). Em complemento a esta ideia, tem-se em Lemos (2009) a lembrança de que o movimento físico sempre dificultou o consumo de mídias, porém com as ferramentas

móveis, “a mobilidade física não é um empecilho para a mobilidade informacional, muito pelo contrário. A segunda se alimenta da primeira”. (LEMOS, 2009, p. 29).

No entanto, o próprio autor citado acima destaca que a cultura da mobilidade não é um processo que surgiu com a ampliação das opções digitais de se comunicar. Conforme sua teoria diz, a história das mídias e dos demais desenvolvimentos tecnológicos demonstra que a produção de espaço, de subjetividade e de sociabilidade sempre esteve atrelada às possibilidades de se mover (LEMOS, 2009). A fim de demonstrar isso, o teórico interliga os estados da mobilidade com os processos históricos e culturais pelos quais a humanidade passou:

Uma mobilidade tradicional (até o fim do século XVIII); depois territorial (surgimento do Estado Nação no século XIX); globalizada (com os meios de transporte e comunicação do século XX); e hoje virtualizada, com as redes telemáticas e os dispositivos de conexão móvel e sem fio. (LEMOS, 2009, p. 29).

Portanto, após levantar teoricamente o que se diz especificamente sobre a cultura da mobilidade, é possível avaliar até que ponto faz sentido a justaposição de conceitos feita no primeiro parágrafo deste subtópico. A conclusão é que os movimentos de pessoas, objetos e ideias sempre geraram efeitos culturais nas sociedades distribuídas pelo mundo, conforme afirma Lemos (2009). Dentre estes impactos, percebe-se que uns dos pontos mais afetados se encontram justamente na maneira como os processos comunicacionais são feitos no dia a dia. Sendo assim, a comunicação, enquanto relevante espaço de circulação de signos culturais, ao mesmo tempo em que é moldada pela cultura da mobilidade, oferece um vasto leque de recursos sociotécnicos para que ela se propague.

1.4 Mobilidade compartilhada

Neste estudo, busca-se averiguar como o conceito abordado no subtópico anterior se manifesta na rede social digital *Twitter*, tendo como superfície de análise as publicações a respeito do sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*. Neste projeto, o indivíduo pode ir até uma estação de *bikes* públicas e alugar o veículo por um determinado tempo. Dessa forma, é fundamental que se evoque outras áreas do saber, além da comunicação, para que se entenda essa modalidade de deslocamento que tem se popularizado juntamente com as ferramentas digitais de comunicação.

Shaheen e Chan (2016) descrevem a mobilidade compartilhada como o uso partilhado de veículos conforme a demanda dos usuários, ou seja, sem que estes se apossam dos instrumentos de locomoção. De acordo com os autores, essa forma de se locomover possui usos documentados em diversos locais do mundo e os efeitos observados incluem: mais economia e conforto, redução das distâncias viajadas por veículos, diminuição das propriedades pessoais dos meios de transporte e cortes na emissão de gases do efeito estufa (SHAHEEN; CHAN, 2016).

Le Vine e Polak (2015) situam a mobilidade compartilhada dentro da economia compartilhada, uma nova interação com o mercado que, segundo os autores, possibilita o acesso por baixos valores a produtos que inicialmente possuem um custo fixo alto, o que melhora a eficiência no uso dos ativos econômicos. No caso dos veículos de locomoção, neste sistema, os autores apontam que:

Em vez de itens físicos individuais sendo comprados, possuídos, controlados, mantidos e usados exclusivamente por seu proprietário, em sistemas de mobilidade compartilhada os ativos físicos (bicicletas, automóveis, pequenos aeronaves, etc.) são acessados sequencialmente por vários usuários em uma base de pagamento-por-uso. (LE VINE; POLAK, 2015, p. 407, tradução nossa).

Como exemplos destes sistemas, Franckx (2016) cita: carros compartilhados, caronas, ônibus sob demanda, scooters compartilhadas e bicicletas compartilhadas, as quais serão trabalhadas em um subtópico à parte, visto que o *Gyn de Bike* se encaixa nesta modalidade. Além disso, ao observar a história das estruturas de uso comum de bicicletas, nota-se o impulso dado pela internet e pela digitalização no aperfeiçoamento dos sistemas de mobilidade compartilhada (MELO, 2020).

1.4.1 Sistemas de bicicletas compartilhadas

Além de construir uma definição para mobilidade compartilhada, Shaheen e Chan (2016) também fazem uma síntese do que se tratam os sistemas de *bikes* compartilhadas. Nas palavras deles, estes arranjos “permitem que os usuários acessem as bicicletas conforme necessário a partir de uma rede de estações autônomas, normalmente concentradas em áreas urbanas”. (SHAHEEN; CHEN, 2016, p. 8, tradução nossa).

Franckx (2016) recupera as origens dessa opção de deslocamento físico e distribui a evolução do sistema em quatro gerações. Conforme traçado pelo autor, a primeira surge em Amsterdam, capital holandesa, no ano de 1964, quando bicicletas pintadas de branco ficavam disponíveis nas ruas para que as pessoas usassem de forma gratuita, o que acabou deixando os itens compartilhados vulneráveis a roubos, vandalismos e demais eventos negativos que culminaram na extinção do programa. A segunda geração surgiu em 1995 na capital da Dinamarca, Copenhague. Dessa vez, o destravamento das *bikes* funcionou mediante depósito de moedas, o que também não foi suficiente para impedir furtos. A terceira etapa dessa evolução foi a que decolou, contando com estações de encaixe para as bicicletas, pagamentos automáticos no cartão de crédito, além de outras tecnologias para rastrear os veículos. Por fim, apresenta-se a quarta geração, baseada em sistemas sem estações, instalações mais fáceis de serem feitas, quiosques com sistemas touchscreens, integração com cartões inteligentes de pagamento e *bikes* elétricas.

Neste contexto, percebe-se que o Gyn de Bike possui, predominantemente, características do terceiro momento desta evolução tecnológica do compartilhamento de bicicletas, visto que o projeto goianiense

[...] é composto por Estações inteligentes, conectadas a uma central de operações via wireless, alimentadas por energia solar, distribuídas em pontos estratégicos da cidade, onde os Clientes cadastrados podem retirar uma Bicicleta, utilizá-la em seus trajetos e devolvê-la na mesma, ou em outra Estação. (GYN DE BIKE, 2022).

Entre as vantagens destes modelos, menciona-se aquelas levantadas por Lin e Yang (2011): extensão da acessibilidade dos transportes públicos até os destinos dos usuários, diminuição do uso de automóveis, alívio dos congestionamentos veiculares e redução da poluição atmosférica e sonora. Outras demandas urbanas respondidas pelos sistemas de bicicletas compartilhadas incluem a sustentabilidade das redes de transportes, além da melhoria da saúde pública e da qualidade de vida das populações das cidades (FISHMAN; HAWORTH; WASHINGTON, 2013).

Neste sentido, a partir destes referenciais, nota-se que a implementação das bicicletas compartilhadas ao redor do mundo surge como uma solução logística às lacunas urbanas referentes ao trânsito, ao meio-ambiente, à saúde pública e aos impasses financeiros que impedem os deslocamentos físicos cotidianos nas cidades. A efetividade desta alternativa vem crescendo juntamente com os avanços das

tecnologias de comunicação, conforme foi possível ver na linha do tempo traçada por Franckx (2016), a qual também demonstra a pertinência da alegação de Lemos (2009) quanto à relação de dependência entre a mobilidade física e a mobilidade informacional evidenciada atualmente.

1.5 O esboço da integração entre mobilidade física e mobilidade informacional

Como dito no início deste capítulo, mais do que indicar a existência, os conceitos permitem a formação de conexões (CASTRO, 2014), o que embasa a dedicação de um espaço nesta pesquisa para que eles sejam trabalhados, e conforme possível, já sejam feitas as projeções das relações vigentes. Com isso em foco, nesta seção, traçou-se uma jornada conceitual que começou na comunicação, passou pelas redes sociais digitais, em especial, o *Twitter*, alcançou a cultura da mobilidade, e por fim, levantou pontos referentes à mobilidade compartilhada e aos sistemas de bicicletas compartilhadas.

No que se refere à comunicação, compreende-se esta como uma prática de interações humanas que, no decorrer deste processo, permite a recuperação de informações dentro de uma comunidade (MELO, 1978 apud SEGALA; WALCHELKE, 2005) e a tensão dos sentidos circulantes nela (BALDISSERA, 2008). Conforme a história humana decorre, novos espaços para essas trocas vão surgindo, tendo na atualidade as redes sociais digitais. Estas foram destrinchadas conceitualmente como sistemas abertos e horizontais, alimentados por *softwares*, que permitem não só o reforço de relações formadas no campo *offline* como também a construção de novas conexões pelas vias *online*. Sendo assim, tem-se nas redes sociais uma atmosfera de troca de informações, formação de relações e encontro de sentidos, atendendo aos pilares do conceito de comunicação trazidos aqui.

Como fruto destes contatos, culturas se estabelecem e se reforçam, abrindo a janela para que se observe como algumas delas se manifestam nas redes sociais digitais, entre elas a cultura da mobilidade. Este termo teórico é trabalhado nacionalmente por Lemos (2009), que o descreve como um produto cultural gerado pelos movimentos de informações, pessoas e objetos, os quais são capazes de produzirem sociabilidades e subjetividades.

A partir desta perspectiva de fluxos e possíveis efeitos destes, o trajeto conceitual buscou conhecimentos acumulados na Geografia para compreender no

que consiste a mobilidade compartilhada, a qual empenha o uso partilhado de veículos sem que haja o apossamento destes pelos usuários (SHAHEEN; CHAN, 2016). Dentre as diversas modalidades que essa forma de deslocar abrange, o trabalho em questão dá destaque às bicicletas compartilhadas, visto que o *Gyn de Bike* compreende um sistema de aluguel destes veículos não-motorizados. Ao adentrar na bibliografia sobre o contexto e a história dessa dinâmica de mobilidade, percebe-se que a aplicação efetiva dela foi se tornando viável à medida que as tecnologias de comunicação evoluíram (FRANCKX, 2016), o que demonstra a profundidade da lembrança que Lemos (2009) traz quanto à conexão entre os movimentos físicos e os movimentos de informações.

Esboçada essa integração, identifica-se a capacidade dos fluxos de pessoas, objetos e sentidos criarem uma cultura, a qual encontra no campo da comunicação, principalmente aquela feita virtualmente pelas redes sociais, um ambiente para ser alimentada e propagada. Dada essa realidade, surge a necessidade de se estudar a fundo os contatos estabelecidos entre a comunicação virtual, as redes sociais e a cultura da mobilidade, a fim de levantar um marco teórico que permita detectar esse cenário cultural nas postagens no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike*.

2 A RELAÇÃO ENTRE COMUNICAÇÃO VIRTUAL, REDES SOCIAIS E CULTURA DA MOBILIDADE

Com as conceituações apresentadas e trabalhadas, é possível caminhar com maior norteio dentro das discussões acadêmicas a respeito dos elementos e das situações envolvidas na pesquisa. Esta direção aponta para a visão da comunicação como um movimento de signos, que junto a outros fluxos, edifica uma cultura da mobilidade. Nesse sentido, este capítulo é destinado a apontar com maior detalhamento a forma como essa integração se dá e os fenômenos que dela emergem. Neste novo trajeto, tem-se como foco estabelecer um marco teórico a respeito da relação entre comunicação virtual, redes sociais e cultura da mobilidade, o qual foi alcançado graças à implementação de uma pesquisa bibliográfica.

Os desdobramentos deste procedimento começam a ser exposto pelas abordagens teóricas referentes à comunicação virtual e aos impactos desta na forma enredada na qual as interações humanas se organizam. Em seguida, aprofunda-se na formação de redes sociais na internet e na capacidade destas em fomentar um cenário comunicacional móvel e descentralizado. A partir daí, dirige-se para os aspectos portáteis e ubíquos das ferramentas de comunicação atuais, importantes pilares da cultura da mobilidade.

Na sequência, aborda-se a possibilidade de os corpos humanos navegarem pelos pontos físicos durante os processos de interação. Logo depois, os esforços elucidativos se destinam a demonstrar que, apesar desta oportunidade de onipresença, os lugares físicos continuam integrados aos procedimentos de comunicação virtual, principalmente através das mídias locativas e dos territórios informacionais, assuntos também trabalhados por Lemos (2008). Apresentada essa continuidade, busca-se então dissertar sobre a relação entre a mobilidade de informações com outros tipos de mobilidades, em especial com aquelas realizadas no âmbito físico.

Em seguida, desloca-se a investigação ao culto ao imediato característico da cultura da mobilidade, o que abre janela para problematizar os aceleradores e os freios desses movimentos. Desta forma, a mobilidade, enquanto entidade politizada (LEMOS, 2009), também é vulnerável às relações de poder e de controle, sendo o modo como isso se manifesta na cultura do móvel explicitado no penúltimo tópico desta jornada teórica. Por fim, todas as descobertas são amarradas, e assim, o marco

teórico fica devidamente estabelecido e pronto para ser aplicado através das categorias de análise que dele emergem.

2.1 Comunicação virtual

Como foi expresso no capítulo anterior, a ideia do que é comunicação corre por várias raias do saber e se renova conforme novos arranjos de interação vão surgindo. Todavia, a concepção de Melo (1978, apud SEGALA; WALCHELKE, 2005) se mostra capaz de resistir às evoluções técnicas e permanecer conveniente de ser utilizada na hora de definir o exercício de se comunicar. Para o autor, conforme apresentado na seção passada, a comunicação é a transmissão e a recuperação de informações dentro da comunidade.

As formas de se fazer isso passaram por diversas transformações ao longo da história humana e podem ser identificadas na resumida linha do tempo comunicacional traçada por Perles (2007), o qual inicia retomando os tempos em que o ser humano retratava suas caças através de desenhos e ideogramas (sinais que exprimem ideias). Há cerca de 3000 anos, a cultura egípcia utilizou a ilustração e a gravura para registrar seus aspectos culturais da época. Segundo o autor, o uso desses signos por essas populações foi a primeira maneira encontrada pelo ser humano para driblar a distância no processo de comunicação. “A utilização desses artefatos caracteriza a tecnologia da comunicação em seus primórdios, já que, através deles a mensagem humana vence o âmbito familiar e grupal” (PERLES, 2007, p. 6).

No entanto, de acordo com o teórico, o avanço relevante no aumento do alcance das mensagens vem com a invenção da escrita no século IV antes de Cristo, pois neste formato, as ideias podiam ser transportadas para qualquer lugar, diferente de cavernas e paredes que são elementos estáticos e impossíveis de serem deslocados.

Quanto a história da escrita, Cohen (2017) alega que não é viável segui-la no decorrer do tempo, visto que ela começou várias vezes em diversos lugares diferentes. O que é seguro para ele é que esse instrumento de comunicação deu um grande passo ao se consolidar no formato fonográfico, baseado na leitura dos menores elementos das palavras e definindo um pequeno número de caracteres, os quais não mais representavam objetos, e sim sons. O autor chama esse momento de

“sinal dos tempos”, pois foi um momento em que o homem atingiu um conhecimento íntimo de sua língua e deste extraiu consequências práticas.

Isto ocorreu numa região de pequenas cidades-estados, onde, ao que parece, o comércio transportado [sic] por meio da navegação ou através dos desertos mantinha a prosperidade, seguramente com uma participação bastante grande dos cidadãos na administração. A partir daí a escrita, acessível a um grande número de pessoas, facilitou cada vez mais o progresso da civilização intelectual. (COHEN, 2017, p. 146).

De forma antecipada, uma vez que essa discussão será aprofundada mais adiante, é possível ver nesse processo a coerência da ideia de Lemos (2009) a respeito do impacto da mobilidade de informações na mobilidade física e vice-versa, visto que a comunicação também implica em mover signos. No entanto, essa retomada da história da escrita demonstra um aperfeiçoamento da transmissão e da recuperação de informações aos moldes do que Melo (1978, apud SEGALA; WALCHELKE, 2005) traz como a natureza do processo comunicativo.

Nota-se também que o uso e o transporte dos recursos gráficos tornaram desnecessárias as presenças físicas nas efetivações da comunicação (BALDANZA, 2006). Porém, conforme defende Cohen (2017), por mais que a comunicação escrita seja suscetível de ser levada como um representante do comunicante, sua história está ligada a elementos materiais, tais como suportes, instrumentos e líquidos para escrever. A partir disso, surge a necessidade de refletir acerca dos desdobramentos ocorridos quando essas trocas de informações passam a ocorrer em telas e projeções que podem ser facilmente desativadas. A fim de se alcançar essa resposta, é preciso compreender no que implica a virtualização, até para entender se a escrita, mesmo em seus procedimentos primitivos, é um instrumento de comunicação virtual.

2.1.1 Virtualização

Tratado como um dos principais intelectuais ligados ao tema, Levy (1996) não traça uma contraposição entre o real e o virtual. Em sua teoria, a oposição se dá entre o real (estado pré-definido) e o atual (desabrochar de uma solução ao complexo problemático estabelecido). Nesse sentido, a virtualização surge como uma dinâmica e não como uma maneira de ser, sendo sintetizada pelo autor como uma elevação à potência do item considerado.

A virtualização não é uma desrealização (a transformação de uma realidade num conjunto de possíveis), mas uma mutação de identidade, um deslocamento do centro de gravidade ontológico do objeto considerado: em vez de se definir principalmente por sua atualidade (uma “solução”), a entidade passa a encontrar sua consistência essencial num campo problemático. Virtualizar uma entidade qualquer consiste em descobrir uma questão geral à qual ela se relaciona, em fazer mutar a identidade em direção a essa interrogação e em redefinir a atualidade de partida como resposta a uma questão particular (LEVY, 1996, [n.p.], grifos do autor).

Sendo assim, o autor entende que toda informação é um bem virtual e desterritorializado, que pode ser concedido sem que haja baixas no patrimônio de uma das partes. Por outro lado, ainda que o conteúdo informativo seja virtualizado, ele pode ser utilizado tanto na ligação com outras informações quanto na solução de problemas, este último tratado por Levy (1996) como atualização. Como exemplo, o filósofo menciona o conhecimento, que, enquanto aprendizagem, é uma virtualização da experiência imediata viável de ser usada em contextos diferentes daquele em que se deu a aprendizagem inicial. Dessa forma, percebe-se que a transformação em virtual não é algo feito apenas por máquinas, pois trata-se de um processo que sempre circundou a existência humana, inclusive na escrita, esteja ela em suportes materiais ou não.

Apesar dessa condição, não se pode desconsiderar os impactos da informatização em uma maior virtualização dos sistemas de comunicação desenvolvidos pela humanidade. Ainda diante da teoria de Levy (1996), percebe-se que a razão dessa influência reside no fato de que: “A informatização acelera o movimento iniciado pela escrita ao reduzir todas as mensagens a combinações de dois símbolos elementares, zero e um” (LEVY, 1996, [n.p.]). Por consequência, de acordo com o autor, independente de qual seja o conteúdo, ele pode ser traduzido em qualquer computador, criando-se uma espécie de gramática padronizante que favorece a integração mundial entre diferentes sistemas informacionais, econômicos e de transportes.

A evolução técnica das ferramentas de comunicação favoreceu a criação de representações da realidade pelos diversos canais midiáticos, algo preocupante para pensadores como Baudrillard (1991), que alega a formação de simulacros capazes de conectarem as pessoas mais com as expressões representativas dos objetos do que com estes em si. Afunilando para os efeitos disso na comunicação, o autor entende que o excesso de informação devora seus próprios sentidos, pois, ao invés delas

comunicarem, elas têm esboçado uma encenação de comunicação. Segundo o filósofo: “A informação é cada vez mais invadida por esta espécie de conteúdo fantasma, de transplantação homeopática, de sonho acordado da comunicação.” (BAUDRILLARD, 1991, p. 105). Esse receio é compartilhado por Martín-Barbero (1998), para quem as novas tecnologias comunicacionais, ao mesmo tempo em que favorecem um maior fluxo de informações e promovem o acesso ao conhecimento, também deletam memórias e transtornam os sentidos de tempo e de espaço.

Apesar dessas preocupações, Castells (2005) salienta que uma comunicação social aberta e em rede por vias tecnológicas não é um próximo estágio da evolução comunicacional humana, e sim, uma realidade já presente. Por isso, segundo o autor, qualquer projeto humano deve considerar essa base, seja o destino para “o céu, o inferno ou, apenas, uma casa remodelada.” (CASTELLS, 2005, p. 26). Portanto, é fundamental que entenda essa forma enredada na qual os processos comunicativos se dão, a fim de evitar, ou pelo menos amortecer, as perdas de sentido balizadas por teóricos como Baudrillard (1991) e Martín-Barbero (1998).

2.2 Comunicação virtual aberta e convergente

À primeira vista, pode aparentar uma contradição quando se menciona que a comunicação virtual é aberta ao mesmo tempo em que é convergente, visto que o significado do primeiro adjetivo traz uma ideia de amplitude (ABERTO, 2022) enquanto o sentido do segundo remonta a caminhos voltados para uma única direção (CONVERGENTE, 2022). No entanto, ao avaliar as linhas teóricas de Castells (2005) e Jenkins (2009), percebe-se que a relação que se estabelece entre estes dois termos é de uma complementariedade essencial na compreensão da comunicação estabelecida por meio das mídias sociais.

Segundo o primeiro autor citado neste subtópico, as redes de tecnologias digitais permitem o surgimento de redes que ultrapassam seus limites históricos e, simultaneamente, consolidam-se como estruturas

flexíveis e adaptáveis graças à sua capacidade de descentralizar a sua performance ao longo de uma rede de componentes autónomos, enquanto se mantêm capazes de coordenar toda esta actividade [sic] descentralizada com a possibilidade de partilhar a tomada de decisões. (CASTELLS, p. 18, 2005).

Além disso, outra característica desses enredados comunicacionais é que eles transcendem fronteiras e formam redes globais, chegando a países de todo o planeta (CASTELLS, 2005). Neste sentido, segundo o autor, a chamada globalização é uma forma menos analítica de se denominar essa estrutura sócio comunicacional descentralizada.

Atualmente, são nesses canais flexíveis e mundializados nos quais se opera a função da comunicação de constituir “o espaço cognitivo em que as mentes das pessoas recebem informação e formam os seus pontos de vista através do processamento de sinais da sociedade no seu conjunto.” (CASTELLS, 2005, p. 23). Em outras palavras, o autor entende que enquanto a comunicação interpessoal é uma relação reservada com atores facilmente identificáveis, os sistemas de comunicação midiáticos atuais propiciam relações entre as organizações sociais e as pessoas tratando-as como receptores coletivos de informação, não como indivíduos, tal como acontece na comunicação interpessoal (CASTELLS, 2005). Por isso, na visão de Castells (2005, p. 23), “a estrutura e a dinâmica da comunicação social é essencial na formação da consciência e da opinião [...]”. Desta maneira, conclui-se que ainda que as interpretações sejam estritamente individuais, os espaços de discussão são cada vez mais abrangentes.

Ao tocar nas apropriações que cada indivíduo faz com as informações globalmente dispostas, alcança-se o que Jenkins (2009) aborda a respeito inteligência coletiva, uma vez que, de acordo com ele, a convergência de mídias não ocorre através de aparelhos capazes de reunir diversos recursos, e sim

à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. [...] A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. (JENKINS, 2009, p. 28).

Sendo assim, o autor reconhece que há um fomento para que a humanidade debata sobre as mídias consumidas, já que nenhuma mente é capaz de armazenar tantas informações. Nessa linha teórica, as conexões feitas por cada um são compartilhadas e discutidas, formando assim a inteligência coletiva mencionada no parágrafo anterior. Os instrumentos midiáticos para se realizar este debate aberto estão cada vez mais aprimorados e diversos, sem que haja abandono dos antigos meios.

Cada antigo meio foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 39 – 40)

Como exemplo dessa coexistência dos meios antigos e novos, o próprio autor lembra que as palavras impressas não foram substituídas pelas palavras faladas, da mesma forma que o cinema não extinguiu o teatro, pois, na perspectiva de Jenkins (2009), os instrumentos comunicacionais que já satisfizeram alguma demanda humana continuam a funcionar dentro de um leque maior de opções de comunicação.

A amplitude de ferramentas para se comunicar não é um problema na visão do pesquisador estadunidense, pois, segundo ele, a convergência também é um processo de baixo para cima, ou seja, os consumidores estão aprendendo a lidar com as novas ferramentas para ter controle sobre o fluxo midiático ao mesmo tempo em que as empresas de comunicação buscam estratégias para aumentar os volumes de conteúdos dentro de seus canais de distribuição, a fim de potencializar os lucros. “As promessas desse novo ambiente midiático provocam expectativas de um fluxo mais livre de idéias [sic] e conteúdos” (JENKINS, 2009, p. 44).

Sendo assim, ao tensionar essa abordagem com a definição de sociedade em rede de Castells (2005), a qual é rotulada como uma estrutura aberta de nós interconectados, chega-se à conclusão de que, atualmente, estes nós estão cada vez mais participativos, interativos e com uma maior oferta de canais para chegar a outros nós, multiplicando o volume dos fluxos informacionais.

Neste contexto, a internet aparece em cena como um “ecossistema digital caracterizado por arquitetura descentralizada, multiplicação de fontes de emissão, disponibilização ininterrupta de dados, sons e imagens, utilização simultânea e interações singulares” (MORAES, 2007, [n.p.]), condições 44ransp para a impulsão de uma comunicação virtual em rede e convergente. Nesse ambiente, as relações entre emissores e receptores atendem ao que Levy (2000, apud GALLI, 2005) entende como uma estrutura “Todos e Todos”, uma vez que qualquer indivíduo pode ocupar ambas as partes de forma concomitante. Desta forma, a comunicação se dá em várias direções, criando-se verdadeiras redes sociais hospedadas no suporte técnico da *web*.

2.3 Redes sociais na internet

Dado o aspecto enredado e multidirecional em que a comunicação atual se dá, conforme foi fundamentado pelos autores já apresentados, Marteleto (2010) aponta a internet como a “rede das redes” por dois motivos: por ser um grande acervo de dados e informações disponíveis para consumo e manejo, e por ser um espaço ampliado geograficamente e socialmente dedicado a favorecer a interação, dois fenômenos que na visão da autora desenvolvem cooperações a níveis mundiais. Dentre as engrenagens cibernéticas voltadas a realizar tais tarefas, destacam-se as redes sociais digitais, as quais, conforme conceituado no referencial teórico desta monografia, consistem em *softwares*, com interfaces amigáveis, que permitem a formação de uma base de relacionamentos comuns entre as pessoas (ALCARÁ; CHIARA; TOMÁEL, 2005).

Nesse âmbito, Rocha (2018) salienta que esse território de trocas sociais não se cria de forma horizontal ou natural. O processo ocorre de cima para baixo, “porque alguém tem que criar a comunidade e convidar os futuros participantes para que estes formem os laços associativos.” (ROCHA, 2018, p. 233). Estando esses laços formados e estabelecidos, a autora prospecta que se inaugura uma maior facilidade de se ingressar nessa rede social, seja por identificação, seja por afinidade. Neste sentido, nota-se que, por mais que o sistema enredado fortaleça a relação de dependência entre os seres humanos, há sim margem para a expressão da autonomia e da identidade.

No intuito de lançar mão dessa manifestação identitária, o indivíduo tem à sua disposição, nas redes sociais digitais, a criação de perfis identificáveis, a possibilidade de articular conexões que podem ser atravessadas por outros e, obviamente, a chance de interagir com o fluxo de conteúdo emergente de suas conexões (BOYD, ELISSON, 2013). Jenkins (2009, p. 44) diz que “os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura”, e estes espaços cibernéticos personalistas surgem como uma forte ferramenta nessa tarefa.

Vale retomar que, apesar de todas as redes sociais digitais se enquadrarem em um contexto comunicacional macro de dupla ocupação das funções de emissor e receptor (LEVY, 2000 apud GALLI, 2005), cada *software* fornece recursos e serviços para que as redes nele formadas atinjam objetivos específicos, conforme mencionado na conceituação através da reflexão feita por Machado e Tijiboy (2005). Atualmente,

destacam-se quatro plataformas principais: *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, as quais valem ser destrinchadas aqui quanto às suas funções e especificidades.

A primeira se enquadra como “uma alternativa ao sistema de SMS e agora possibilita o envio e recebimento de diversos arquivos de mídia: textos, fotos, vídeos, documentos e localização, além de chamadas de voz” (WHATSAPP, 2022). A segunda ferramenta, por sua vez, constitui-se como um espaço de encontro e partilha de ideias, que promove a interação por meio de perfis, comentários, grupos de discussão e envolvimento com jogos eletrônicos (GONÇALVES; PATRÍCIO, 2010). Já o *Instagram* se resume em uma ferramenta que propõe a imagem como princípio de interação em rede (PIRES, 2013). E por fim, como já visto em Moreira e Romão (2015), o *Twitter* cumpre a função de *microblog* ao permitir a disseminação de mensagens simples e curtas que podem ser acessadas através de diversos suportes e dispositivos tecnológicos.

É interessante registrar que não somente o Twitter pode ser acessado por variados meios de comunicação, como também todos os outros *softwares* citados apresentam tal característica. Costa (2005), já na primeira metade dos anos 2000, prospectou a formação de comunidades “sem fio”, que se distanciam dos desktops e saem do ciberespaço. A preocupação dessa geração, segundo o autor, é estar sempre conectada em qualquer lugar, e para isso, apostam na mobilidade de seus meios de comunicação, gerando mais efeitos sociais do que tecnológicos ou econômicos.

Conectadas a todo momento e em qualquer lugar, as pessoas podem comunicar e cooperar de novas maneiras. Na Finlândia e no Japão, países que oferecem com sucesso essa tecnologia há mais tempo, os serviços de dados para dispositivos móveis tornaram-se uma plataforma importante para a interação de grupos. Isso acabou surpreendendo os que só acreditavam nesses novos serviços como outra maneira de se acessar conteúdos. (COSTA, 2005, p. 66).

Esse fenômeno pode ser refletido na teoria de Martín-Barbero (1998) a respeito das cidades virtuais, as quais passarão a ter urbanistas não mais preocupados em fazer as pessoas se encontrarem, e sim que elas circulem, pois mais interessante do que se reunir, é se conectar. Neste sentido, compreende-se que as redes sociais, “praças” de encontro da comunidade sem fio, fomentam a necessidade de conexões cada vez mais portáteis e ubíquas.

2.4 Redes móveis e ubíquas

No filme “A Grande Final” (Olivares, 2006, apud Lemos, 2009), são mostrados os deslocamentos feitos por índios brasileiros e nômades da Mongólia e da Nigéria na busca por TVs que lhes permitam assistir à final da Copa do Mundo de 2002, protagonizada por Brasil e Alemanha. Lemos (2009) analisa esses movimentos da seguinte maneira:

Na cibercultura, com os nômades virtuais, o ponto de parada não é a fonte de água, mas a zona de conexão sem fio ao ciberespaço. O seu território não é o deserto, a tundra ou a floresta, mas o território informacional criado pela interseção entre o espaço físico e o ciberespaço nas metrópoles. (LEMOS, 2009, p. 31).

No caso dos nômades retratos no filme de Olivares (2006, apud Lemos, 2009), eles se deslocam atrás de uma TV fixa, no entanto, o ser humano tem desenvolvido formas de levar os meios de comunicação consigo, em um processo que surgiu já antes da popularização da internet e do celular. Santos (2011) relembra que o rádio à pilha “permitiu que carregássemos o som em nossos corpos para além do som controlado nos aparelhos fixos de casa” (SANTOS, 2011, p. 90), bem como os livros e os jornais impressos que também consistiram em mídias móveis. No entanto, Lemos (2009) ressalva que meios como estes permitiam apenas o consumo em movimento, como a leitura de livros em aviões ou o consumo de rádio no carro. Nesse sentido, Santos (2011) entende que a novidade na cibercultura está no fato de que, “mais que a portabilidade das mídias nas cidades, temos a nosso favor a conectividade com o ciberespaço e deste com as cidades.” (SANTOS, 2011, p. 90).

Assim sendo, Aguiar (2009) analisa que, no atual estágio tecnológico: “As práticas que antes eram unicamente ligadas aos computadores de mesa foram transportadas para esses aparelhos multimídia e possibilitaram a continuidade das relações antes estabelecidas apenas no ciberespaço” (AGUIAR, 2009, p. 2). Dessa forma, com tecnologias de comunicação virtual capazes de ficar fora da tomada, as mídias passam a dominar as paisagens vistas pelos seres humanos cotidianamente, como bem traz Jenkins (2009, p. 41): “Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares.”

Nesse sentido, a partir da portabilidade, emerge-se a ubiquidade, que no dicionário significa: “Característica do que existe ou do que está em praticamente todos os lugares” (UBIQUIDADE, 2022), uma vez que há maiores condições das ferramentas midiáticas se aderirem ao espaço. Para Silva (2008), este espírito ubíquo da comunicação digital se manifesta através dos dispositivos conectados e entranhados por sistemas de localização, dinâmica essa que, segundo o autor, “mobiliza novas territorialidades e movimentos em torno do ambiente tecnológico que permeia o espaço urbano, mas que são poucos visíveis devido a natureza que expõem de portáteis, de bolso, de redes e conexões”. (SILVA, 2008, [n.p.]).

Santaella (2010, apud SANTOS, 2011) traça uma diferença, dentro do campo da comunicação, entre a ubiquidade e a onipresença, termos muitas vezes utilizados como sinônimos. De acordo com a autora, o ubíquo se refere à integração entre deslocamento e comunicação, tendo em vista que o usuário tem em suas mãos a possibilidade de se comunicar enquanto desloca. Já no caso da onipresença, o movimento físico do sujeito fica em segundo plano, pois ser onipresente, na era digital, é conseguir dar cabo de suas atividades mesmo estando em lugares diferentes daqueles em que elas estão sendo realizadas. Dessa forma, observa-se que o corpo humano encontra maneiras de ocultar o deslocamento físico e viajar pelo ciberespaço no cumprimento de suas necessidades comunicacionais, outro item da cultura da mobilidade a ser abordado na próxima etapa dessa revisão teórica.

2.5 Onipresença do corpo no espaço de comunicação virtual

Conforme foi adiantado no tópico anterior, por mais que as conexões digitais sejam invisíveis, o corpo humano continua presente nos procedimentos de comunicação realizados no ciberespaço. Levy (1996) entende que, na comunicação virtual, o corpo sai de si mesmo, adquirindo novas velocidades, chegando a novos espaços e, conseqüentemente, multiplicando-se. O próprio autor lança mão da indagação se isso seria uma espécie de desencarnação, o que é refutado pelo ciberteórico francês, uma vez que a virtualização é apenas uma mudança de identidade, ou seja, uma passagem de uma solução particular para uma problemática geral. Logo, ao se virtualizar, o corpo é reencarnado e não desencarnado, pois ele continua a existir, porém de uma forma não localizada.

Essa ideia é reforçada por Baldanza (2006), o qual analisa que: “O corpo virtual não se opõe ao real e pouco tem a ver com o falso, o ilusório ou o imaginário. Trata-se sim de um modo favorável e potente de representação do eu e de suas sensações no ciberespaço.” (BALDANZA, 2006, [n.p.]). A partir dessa perspectiva, o autor avalia que a estrutura física humana é fundamental nas interações virtuais, mesmo que estas se deem em um domínio imaterial em que há condições para a unidade corporal estabelecer contatos pessoais independente de fronteiras geográficas, culturais, profissionais ou hierárquicas. Para Baldanza (2006), o resultado desse processo de virtualização corporal implica em mudanças na percepção do real e do imaginário, nas noções de perto e de longínquo e no sentido de presença.

Por haver uma possibilidade de onipresença e uma distorção na assimilação de tempo-espaço, pode-se dar a entender que os locais físicos não se fazem mais importantes no processo de comunicação, o que é prontamente rebatido por Lemos (2009, p. 32, grifos do autor):

A simples pergunta, típica de usuários de celulares, ‘onde está você’, revela a importância do contexto na comunicação móvel. Há deslocalização, sem que a noção de distância ou de lugar desapareçam. Há multilocalização, confundindo esfera pública e privada.

Nesse sentido, na visão do autor: “Toda a nossa experiência é fundada em lugares e por mais que as novas tecnologias sejam sofisticadas e permitam ações à distância, nossa experiência é sempre locativa.” (LEMOS, 2009, p. 31). Logo, nessa linha de raciocínio, apesar do aparente encurtamento de distâncias cada vez mais vivenciado pelos comunicantes atuais, suas localidades possuem sim influência na natureza dos fluxos informacionais construídos por eles.

2.6 Mídias locativas e territórios informacionais

O vínculo entre os lugares e as informações fica bem desenhado no conceito que Lemos (2008) traz para as mídias locativas, as quais são definidas como “[...] dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade” (LEMOS, 2008, [n.p.]). Nessa dinâmica, o local informa e essa mensagem é processada por GPS, telefones celulares, laptops em redes de Wi-

Fi entre outras mídias que agregam conteúdos digitais ao ponto físico em questão, uma relação até então inédita (LEMOS, 2008).

Esse termo foi levantado pelo autor em 2008, no entanto, a fim de facilitar a compreensão, atualmente, tem-se situações mais viáveis de se notar este conceito em vigor. A título de exemplo, hoje é possível que um usuário do *Instagram* capture uma foto de viagem e a poste com um marcador geográfico da cidade, do bar ou da praia em que ela foi registrada. Tem-se aqui um processo de emissão de informações a partir dos lugares, as quais passam a ser processadas por smartphones e demais dispositivos capazes de fornecer acesso ao *Instagram*, e conseqüentemente, à imagem produzida pelo usuário.

Na visão de Lemos (2008), o uso das mídias locativas passa a construir territórios informacionais, os quais abrigam o espaço urbano, a mobilidade social e o espaço eletrônico, além de serem terrenos em que os sujeitos controlam os fluxos de informações que entram e que saem. “Trata-se de uma relação de emissão e recepção da informação a partir de dispositivos que permitem a mobilidade comunicacional e informacional no espaço urbano” (LEMOS, 2008, [n.p.]). O efeito disso, na concepção do autor aqui citado, é “[...] a troca de informação em mobilidade fornecendo dados dinâmicos sobre um determinado ambiente, ressignificando-o” (LEMOS, 2008, [n.p.]), assim como foi feito no exemplo do post no *Instagram* apresentado no parágrafo anterior. O vínculo entre o conteúdo e o local tem potencial de trazer novos sentidos e percepções a respeito do segundo.

Para fechar essa ideia, é válido trazer o entendimento do próprio Lemos (2009) de que: “Mídias produzem, desde sempre, espacialização e subjetividade, pela escrita, depois os jornais, o rádio, o telefone, a TV e hoje a internet e as mídias digitais” (LEMOS, 2009, p. 31). Essa alegação encontra respaldo na definição que Lofti (2019) faz para a mídia hiperlocal, a qual é desenhada por ele como “todo meio de troca de informações que se situa inteiramente dentro de um território, da produção à recepção” (LOFTI, 2019, p. 250). No entanto, ainda segundo o autor, esta extensão territorial não se delimita por linhas geográficas, e sim por elementos que remetam àquele ambiente. Nesse viés teórico, quando se trata da mídia hiperlocal, este local é constituído através das subjetividades que o circulam.

Na realidade atual, conforme vislumbrado por Kellerman (2006, apud LEMOS, 2009), através de mídias móveis como celulares e laptops, os indivíduos estão levando seus territórios consigo nas bibliotecas pessoais acomodadas nesses

dispositivos, que além de um depósito de referências próprias, possibilita imediato acesso à comunicação. Ou seja, olhando nessa perspectiva, por mais que um sujeito esteja há 10.000 quilômetros de sua cidade natal, no momento tecnológico contemporâneo, ele tem condições de interferir na natureza do seu território de origem, uma vez que este possui uma esfera informacional na qual ele pode contribuir.

Neste sentido, Lemos (2007) analisa que: “As mídias reconfiguram os espaços urbanos, os subúrbios, os centros, dinamizam o transporte público e tornam mais complexo esse organismo-rede que são as cidades” (LEMOS, 2007, p. 122). Os impactos disso nas questões urbanas ficam a cargo dos olhares dos urbanistas e dos geógrafos, porém, fica nítido aqui a íntima ligação que a mobilidade de informações tem com os aspectos espaciais.

2.7 A relação da mobilidade informacional com outras mobilidades

É válido iniciar esse tópico com a seguinte indagação de Levy (1996, [n.p.]): “A multiplicação dos meios de comunicação e o crescimento dos gastos com comunicação acabarão por substituir a mobilidade física?”. Na avaliação do autor, a resposta dessa pergunta é negativa, pois ambas as mobilidades evoluíram juntas, tendo em vista que, na concepção do ciberteórico francês, o aumento da oferta de comunicação e a disseminação do transporte rápido fazem parte de um mesmo processo de virtualização da sociedade, ou seja, de sair da presença.

Por outro ângulo, Lemos (2009) faz uma recuperação histórica que serve de contraponto a essa alegação de Levy (1996), ao embasar que sempre foi constrangedora a relação entre mobilidade física e mobilidade informacional, panorama este que se alterou apenas na era das mídias pós-massivas:

Mover-se implica em dificuldades de acesso a informações e, no limite, a mobilidade informacional se dá apenas pela possibilidade de consumo. Já com as mídias de função pós-massiva, móveis e em rede, há possibilidades de consumo, mas também de produção e distribuição de informação. Aqui a mobilidade física não é um empecilho para a mobilidade informacional, muito pelo contrário. A segunda se alimenta da primeira. Com a atual fase dos computadores ubíquos, portáteis e móveis, estamos em meio a uma “mobilidade ampliada” que potencializa as dimensões física e informacional. (LEMOS, 2009, p. 29).

Portanto, na atual fase das tecnologias de comunicação, o movimento de informações “[...] se dá pela interface entre o espaço eletrônico e o espaço físico”

(LEMOS, 2009, p. 32), sendo esta área compartilhada também conhecida como o já mencionado território informacional. Um exemplo da relação entre as mídias móveis e a mobilidade física é quando alguém quer averiguar o estado de trafegabilidade de uma determinada região através do que outros integrantes da rede dizem a respeito estando no local (BONILLA; CORDEIRO, 2015). Neste caso, tanto decisões a respeito do deslocamento quanto questões a respeito do conteúdo informativo são diretamente impactadas pela relação entre a mobilidade informacional atual e a mobilidade física.

No momento que estamos em movimento pelo espaço físico, vendo, fotografando, filmando, sentindo e percebendo situações, paisagens e fatos, também estamos conectados, recebendo e emitindo informações e conteúdos de diversas naturezas, dialogando com outras pessoas, dispersas em pontos geográficos distintos. (BONILLA; CORDEIRO, 2015, p. 263).

Em síntese, ao pensar a comunicação, não se pode desvinculá-la de espaço, mobilidade e lugar, pois a comunicação também é uma forma de mover signos, os quais produzem sentidos, subjetividades e espacializações (LEMOS, 2009). Sendo assim, conforme observa Levy (1996), a virtualização comunicacional não tem como um de seus frutos a aniquilação do espaço-tempo, o que ocorre é a invenção de velocidades qualitativamente novas.

2.8 Imediaticidade do fluxo de informações

É de senso comum o fato de que a comunicação via internet aumenta a rapidez com que as informações circulam na sociedade. Para Castells (1999), mais do que uma questão técnica, a razão dessa velocidade se encontra no fato de que

Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio. Redes são instrumentos apropriados para a economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada; para o trabalho, trabalhadores e empresas voltadas para a flexibilidade e adaptabilidade; para uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores e humores públicos [...]. (CASTELLS, 1999, p. 566).

Tem-se cada vez mais atendidas as demandas desse pano de fundo socioeconômico por trás do imediatismo, uma vez que, no século XXI, desabrocha-se uma série de tecnologias cibernéticas voltadas a promover a alta velocidade no

consumo e na produção de informações. Mateus (2013) define a instantaneidade como o “[...] encurtamento do tempo que medeia entre um acontecimento, a sua gravação ou transmissão, e a sua receção [sic] por parte da audiência” (MATEUS, 2013, 176). Assim, o autor recupera que o telégrafo foi a primeira tecnologia de comunicação a tornar imediatamente a informação disponível para consumo. Nesse sentido apresentado pelo teórico, o telefone prosseguiu e aperfeiçoou esse legado deixado pelo telégrafo, porém, foi a internet a responsável por “tornar praticamente qualquer ato comunicacional súbito e imediato como confirmamos nas notícias online hora-a-hora, ou nas conferências do Skype.” (MATEUS, 2013, 176).

Na concepção de Lipovetsky (2002, apud SOARES NETO, 2012), quando o assunto é o mercado de comunicação, o bem-estar do consumidor está cada vez mais associado à mobilidade, ao acesso à informação e à rapidez, gerando sempre uma sedução por aquilo que acelera as coisas. Nessa linha, Lemos (2009) traz à tona que, na atualidade, a imediatividade e a instantaneidade servem de indicadores quanto ao grau de extensibilidade e acessibilidade que um indivíduo tem, sendo o primeiro definido por Kwan (2001 apud LEMOS, 2009) como o poder para se mover e o segundo como as possibilidades logísticas de realização de um deslocamento, seja este físico ou informacional.

Aqui imediatividade e instantaneidade são vetores operacionais das atuais formas de mobilidade em suas três dimensões. Vetores estes requeridos e valorizados na atual sociedade da informação onde mobilidade (rápida e acelerada) transforma-se em imperativo de conquista e ícone supremo da época. (LEMOS, 2009, 29).

Desta forma, ligando esse pensamento de Lemos (2009) com o que alega Levy (1996), a comunicação virtual não só cria velocidades, como também gera a necessidade de se reunir as condições para que essa rapidez seja devidamente atendida. Essa conjugação depende de fatores sociais que não estão na alçada dos estudos comunicacionais, mas que constantemente são colocados em voga nos espaços cibernéticos pelos dependentes desse processo.

2.9 Interferência das relações de poder nas mobilidades

Dando profundidade à ideia apresentada no último parágrafo do tópico anterior, a mobilidade não pode ser vista apenas como um deslocamento entre dois pontos ou

somente como acesso a determinada informação, pois, na visão de Lemos (2009), esses fluxos revelam relações de poder e controle. Isso pode ser visto na comparação que Antoun (2005) faz entre o poder da informação e o poder da comunicação:

Enquanto, por um lado, o poder da informação constituiria o campo dos bancos e minas de dados, da propriedade intelectual, da venda de serviços e espetáculos através da rede tecnológica; o poder da comunicação, por outro lado, investiria e ampliaria o campo da partilha de conhecimentos e bens, da criação de valores, da resolução dos dilemas da ação coletiva e da geração de mercados e bens comuns. Deste modo a informação exprimiria o poder da propriedade e da exploração do capital social como uma potência da cooperação; enquanto a comunicação exprimiria o poder de valoração e organização autônomas do trabalho como uma potência da parceria. (ANTOUN, 2005, p. 1-2).

Dessa forma, entende-se que a informação empodera o ator social em um cenário de competitividade, no entanto, ao mesmo tempo, o grau de acesso à informação é definido pela posição de poder que um determinado indivíduo ocupa, formando assim, uma via de mão dupla. Lemos (2009) representa esse cenário ao dizer que a mobilidade de uns depende da imobilidade de outros, algo válido tanto nas questões dos meios de transportes quanto nas que se referem à comunicação, incluindo aqui os dispositivos móveis. O autor exemplifica isso ao identificar que alguém com condições de acessar apenas internet discada tem menos poder de mover sentidos do que um sujeito provido de banda larga (LEMOS, 2009), fator de forte impacto na vida do primeiro indivíduo que lhe impede de usar conteúdos informativos para atualizar sua realidade, usando aqui um termo de Levy (1996). Consequentemente, cria-se cada vez mais dificuldades de atingir os requisitos infra estruturais necessários para a aquisição da *web* banda larga.

Além disso, outra relação de ida e volta que se constrói neste contexto é que as possibilidades de mobilidade física interferem nas condições de mobilidade informacional e vice-versa. Em 1996, Levy, estando em uma época em que a ligação telefônica era vista como a principal forma de acessar alguém longínquo, resume essa lógica dizendo que: “As pessoas que mais telefonam são também as que mais encontram outras pessoas” (LEVY, 1996, [n.p.]). Lemos (2009) entra em concordância com essa visão teórica e a atualiza: “Os que podem se movimentar mais facilmente pelo ciberespaço são também os que têm maior autonomia para o deslocamento físico e vice-versa.” (LEMOS, 2009, p. 29). Nesse viés, o autor é enfático em afirmar: “A cultura da mobilidade não é neutra, nem natural” (LEMOS, 2009, p. 29), sendo este

cenário cultural mencionado um espectro que congrega e relaciona em si questões tecnológicas, comunicacionais, sociais e antropológicas (LEMOS, 2009).

2.10 Síntese teórica e estabelecimento de categorias de análise

Dada essa realidade interdisciplinar que, entre outras áreas, envolve a comunicação, chega-se à conclusão de que é fundamental que os estudos comunicacionais também se atentem a outras formas de movimento, visto que estas também influenciam na maneira como fluxos de mensagens e sentidos circulam na sociedade. Por isso, neste marco teórico, buscou-se filtrar, dentro da cultura da mobilidade, ideias e discussões que abracem os cenários de uma comunicação virtual amplamente praticada por meio de redes sociais digitais.

Neste processo, foi possível entender como a virtualização do ato de comunicar possui uma existência anterior aos computadores. No entanto, através de Levy (1996), compreende-se que a informatização amplifica este processo iniciado pela escrita ao padronizar a forma das mensagens serem decodificadas, o que permite uma maior integração entre sistemas informacionais do mundo todo.

Como fruto deste decurso, surgem as redes sociais digitais, que através de uma estrutura aberta e enredada, agem na sociedade em rede estabelecida por Castells (2005) através da distribuição coletiva de informações, em detrimento das interações interpessoais. Isso culmina na construção de inteligências coletivas, alimentadas por consumidores do mundo todo incentivados a conversarem sobre as mídias que consomem, aos moldes do que traz Jenkins (2009) a respeito da cultura da convergência. O cenário que se desenha é o de uma comunicação através das redes sociais com nós cada vez mais participativos, que veem na internet o ecossistema perfeito para armazenarem seus sentidos e expandirem suas fronteiras de interlocutores (MARTELETO, 2010).

Ao adentrar nos *modus operandi* das redes sociais em destaque, percebe-se que cada uma possui um objetivo específico na constituição dos emaranhados humanos (MACHADO; TIJIBOY, 2005). No entanto, o que as une é a possibilidade de acesso por meio de variados dispositivos móveis, fator que favorece a criação de comunidades sem fio nas quais seus componentes se conectam a ela a partir de qualquer lugar (COSTA, 2005). Assim sendo, ainda segundo Costa (2005), emerge-se um apreço dos consumidores pela portabilidade das ferramentas de comunicação.

Neste sentido, o conseqüente aprimoramento deste aspecto permite que as tecnologias comunicacionais se disseminem por todos os lugares (JENKINS, 2009).

Dessa forma, o espaço urbano, além da sua dimensão física, adquire um ambiente cibernético invisível, hospedado em dispositivos de bolso (SILVA, 2008). Essa atmosfera criada também funciona como uma via para que o corpo humano se multiplique e se reencarne em pontos físicos nos quais ele não está materialmente presente (LEVY, 1996), conservando a possibilidade do indivíduo expressar suas intenções e sensações mesmo na ausência (BALDANZA, 2006).

Apesar do encurtamento das distâncias gerado por plataformas como as redes sociais, na cultura da mobilidade, os locais físicos continuam impactando nos processos de comunicação, pois conforme afirma Lemos (2009), a experiência de interação é sempre locativa, ou seja, ela é conectada aos lugares. Por isso, o autor traz à tona as ideias relacionadas às mídias locativas, as quais consistem em conteúdos que se ligam às localidades existentes fisicamente (LEMOS, 2008). O resultado deste processo é a formação de territórios informacionais que reúnem em si o espaço urbano, a mobilidade social e o espaço eletrônico, este último abrangendo os sentidos que circulam virtualmente a respeito do ambiente (LEMOS, 2008).

Essa integração entre a dimensão palpável e a dimensão informacional também se manifesta na relação entre os deslocamentos de informações e os deslocamentos físicos, os quais fomentam narrativas que, através de tecnologias portáteis, podem ser disseminadas sem que nenhum dos dois movimentos tenha que ser constrangido para tal fim (LEMOS, 2009). Portanto, a virtualização da comunicação não aniquila o espaço-tempo, o que acontece é a criação de novas velocidades (LEVY, 1996).

Sendo a internet a primeira via comunicacional para se tornar qualquer informação disponível imediatamente (MATEUS, 2013), cria-se uma sedução por tudo aquilo que acelera o acesso informativo (LIPOVETSKY, 2002, apud SOARES NETO, 2012). Desta maneira, a velocidade se torna um ícone supremo da época que nem sempre pode ser satisfatoriamente alcançado (LEMOS, 2009), o que abre as discussões a respeito da politização da mobilidade e das relações de poder que nela interferem.

Lemos (2009) projeta que a mobilidade de alguns depende da imobilidade de outros, ou seja, tanto o acesso à informação quanto o deslocamento entre dois pontos de um indivíduo dependem que outro sujeito não tenha a mesma condição. Neste

momento de reflexão teórica, também foi ressaltado que quem tem mais trânsito no ciberespaço tende a ter mais trânsito no campo físico, processo que também funciona no sentido contrário e que demonstra a não neutralidade da cultura da mobilidade (LEMOS, 2009).

Todas essas discussões levantadas bibliograficamente estão acondicionadas em seis categorias de análise capazes de tensionar os impactos comunicacionais da cultura da mobilidade com os sistemas de transportes compartilhados. Sendo assim, segue abaixo tais espectros de observação:

- 1) Produção e compartilhamento virtual de relatos sobre mobilidade;
- 2) Valorização da imediaticidade no fluxo de informações;
- 3) Vínculo do conteúdo informacional a um local físico;
- 4) Onipresença do corpo humano através do espaço da comunicação virtual;
- 5) Portabilidade e Ubiquidade das tecnologias de comunicação;
- 6) Discussão das relações de poder que interferem na mobilidade.

Com essas categorias em mãos, é possível de se estabelecer um parâmetro digno de ser aplicado nas publicações sobre o Gyn de Bike a fim de visualizar como a cultura da mobilidade se manifesta nestes materiais, trabalho este feito na próxima seção capitular.

3 O GYN DE BIKE NO TWITTER

Com base nas categorias apresentadas no tópico anterior, ambiciona-se observar, no *Twitter*, como esses aspectos da cultura da mobilidade são praticados nas publicações a respeito do *Gyn de Bike*. Para atingir esse objetivo, foram coletados 199 tweets, elaborados entre 20 de dezembro de 2016 e 01 de outubro de 2021. Essa coleta aconteceu por meio da escrita da palavra-chave “gyn de bike” no filtro de busca da plataforma. As postagens que emergiram deste processo foram separadamente arquivadas através da captura de tela do computador, ou seja, cada tweet se transformou em um arquivo PNG.

Esses dados em formato de imagem foram transferidos para a nuvem de armazenamento *Google Drive*. Neste espaço, juntamente com os *uploads* dos *prints*, criou-se pastas referentes às categorias de observação provenientes da pesquisa teórica, indo da “Categoria 1” até a “Categoria 6”. Dessa forma, a categorização da análise de conteúdo se deu pela distribuição das capturas de tela entre as seis pastas de arquivos, as quais, como já mencionado, representam separadamente os aspectos da cultura da mobilidade. Vale ressaltar que, em diversos casos, os conteúdos dos tweets se encaixavam em mais de um compartimento de observação, o que motivou a multiplicação destes arquivos e, conseqüentemente, o seu acondicionamento em duas categorias ou mais.

Outro aspecto metodológico a ser explicado é que, deste montante de dados, 117 unidades foram descartadas por congregaram as palavras-chave pesquisadas mas ao mesmo tempo trazerem ideias não referentes ao sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*, o que não serve para atender aos objetivos do trabalho investigativo.

Sendo assim, restam 82 publicações a respeito do projeto *Gyn de Bike* prontas para serem distribuídas e analisadas dentro dos compartimentos de observação alavancados no capítulo anterior. Os resultados dessa distribuição e dessa análise são expostos aqui em tópicos intitulados pelos nomes das categorias elencadas, as quais são dignas de serem retomadas: Produção e compartilhamento virtual de relatos sobre mobilidade; Valorização da imediatividade no fluxo de informações; Vínculo do conteúdo informacional a um local físico; Onipresença do corpo humano através do espaço de comunicação virtual; Portabilidade e Ubiquidade das tecnologias de comunicação; Discussão das relações de poder que interferem na mobilidade.

Em cada uma dessas categorias, as descobertas são apresentadas, explicadas e, por fim, demonstradas através da inserção de *prints* que se relacionem ao que está sendo abordado. A disposição desses materiais em estado bruto está alojada nos Anexos, os quais, ao serem incorporados à análise, receberão a devida referência na legenda da imagem para que possam ser encontrados nessa seção final.

3.1 Produção e compartilhamento virtual de relatos sobre mobilidade

Na revisão teórica, foi demonstrada a relação entre a mobilidade informacional e outros tipos de mobilidade, com destaque para a física. Ao averiguar a prática desse vínculo nos *tweets*, percebe-se na Categoria 1 o reforço dessa interconexão proporcionado pelo acesso facilitado dos indivíduos às ferramentas de comunicação virtual. Portanto, os deslocamentos diários realizados por estes extrapolam a mera satisfação da necessidade de se chegar a um determinado ponto físico, e se tornam um fato gerador de relatos, opiniões e pautas a serem despejadas no fluxo de informações dispostas nas redes sociais (LEMOS, 2009).

Dentro desse escopo, essa categoria de análise foi assinalada por críticas positivas e negativas às experiências de transferência física por meio da mobilidade compartilhada promovida pelo *Gyn de Bike*. Neste sentido, identifica-se relatos de deslocamentos realizados pela cidade de Goiânia em enunciados que, ao mesmo tempo, opinam sobre os serviços prestados pelo sistema de bicicletas públicas.

Abbade, Flora e Noro (2014) pontuam que a troca informal de informações entre consumidores, processo também conhecido como “boca a boca”, adquire novas proporções de importância com a internet e as redes sociais digitais, pois tem-se a superação de limitações geográficas e interpessoais, alcançando um público global. Desta forma, sendo o projeto *Gyn de Bike* um serviço de compartilhamento veicular, nota-se uma mobilidade informacional alimentada tanto pelas experiências pessoais de deslocamento, quanto pela disseminação de pontos de vistas acerca do empreendimento.

Nesse sentido, entre os vários fenômenos das rotinas das pessoas que podem ser narrados dentro dos 280 caracteres do *Twitter*, os indivíduos se sentiram na necessidade de compartilhar suas jornadas pelo espaço urbano realizadas com o *Gyn de Bike*. No entanto, os conteúdos aqui comportados não se limitam apenas a expor trajetos feitos, os enunciados também são carregados de subjetividades e

posicionamentos acerca das variadas experiências de locomoção vivenciadas e divididas na rede social aqui estudada, conforme pode ser visto nos dados a seguir.

Figura 1 – Relato virtual aliviante sobre o *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 2 – Passeio gerador de relatos virtuais



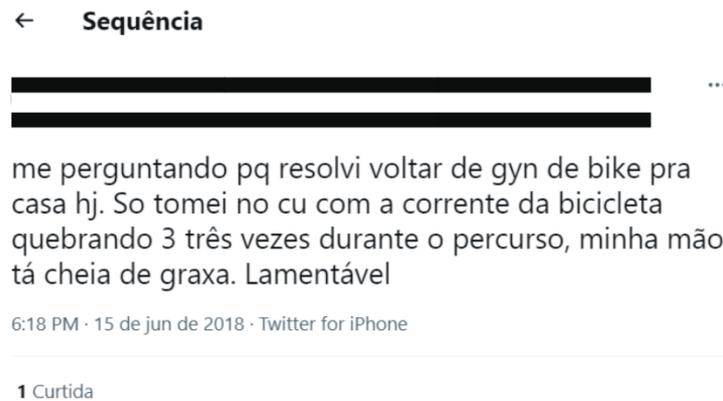
Fonte: Elaboração própria

Figura 3 – Relatos virtual sobre pneu furado durante o deslocamento



Fonte: Elaboração própria

Figura 4 – Relato virtual de queda de corrente no percurso

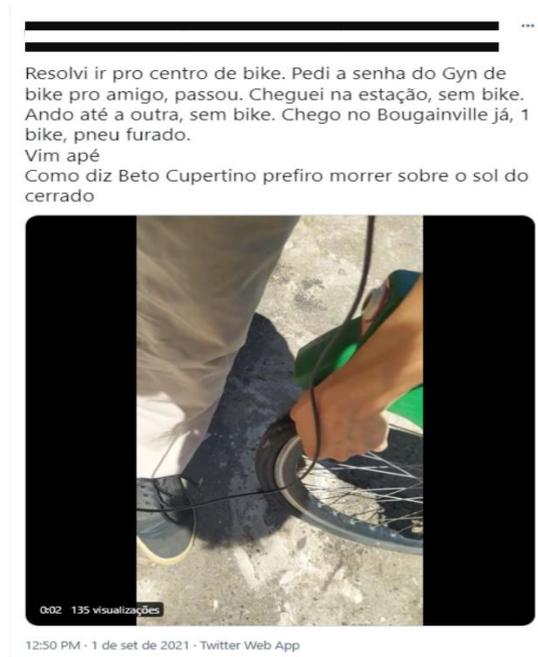


Fonte: Elaboração própria

Figura 5 – Relato virtual da primeira impressão sobre o *Gyn de Bike*

Fonte: Elaboração própria

Figura 6 – Relato virtual de múltiplos problemas no percurso



Fonte: Elaboração própria

Figura 7 – Reclamação virtual quanto a queda de corrente de bicicleta



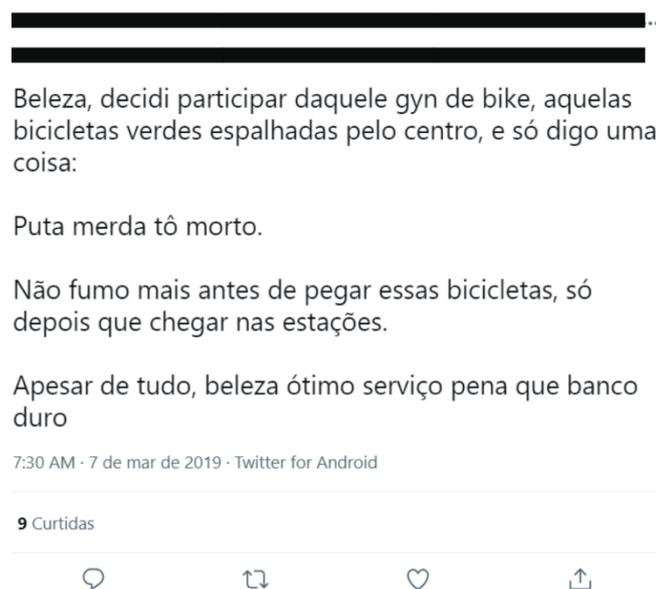
Fonte: Elaboração própria

Figura 8 – Relato virtual de decepção após satisfação com o *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 9 – Narração virtual de adesão ao *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 10 – Destaque à velocidade da viagem



Fonte: Elaboração própria

Figura 11 – Críticas virtuais à execução do *Gyn de Bike*

Fonte: Elaboração própria

Figura 12 – Relato de adesão ao *Gyn de Bike* junto de incentivo ao mesmo



Fonte: Elaboração própria

Figura 13 – Avaliação final da mobilidade com *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 14 – Comparação virtual da mobilidade com *Green* e com *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Também se destaca dentro dessas publicações a utilização do *Twitter* como escoamento de conteúdos originalmente produzidos para o *Instagram*, vazão essa dada através de *links*. Estes consistem em recursos “que ejetam o leitor para fora do texto que está na tela, remetendo suas expectativas de completude para outros espaços” (KOCH, 2007, p. 26), o que significa que, nesses *tweets* linkados, o sentido da mensagem só se completa com o acesso ao endereço digital disponibilizado pelo produtor do conteúdo. Dessa forma, tem-se na tela uma leitura não-linear, com caminhos sugestivos e totalmente violáveis que multiplicam as opções de perspectivas dos usuários, atendendo aos propósitos do hipertexto descritos por Xavier (2009). Nas Figuras 1, 5, 7, 11 e 13, é possível observar dois exemplos dessa conexão entre redes sociais com propósitos diferentes, mas que, por meio dos *links*, atuam juntas no acabamento do conteúdo, já que há uma imagem a ser vista no *Instagram* para absorver o que é verbalizado via *Twitter*. Todavia, é válido expor outros três casos em que essa situação decorre.

Figura 15 – Complementação do conteúdo com *link* para foto no *Instagram*



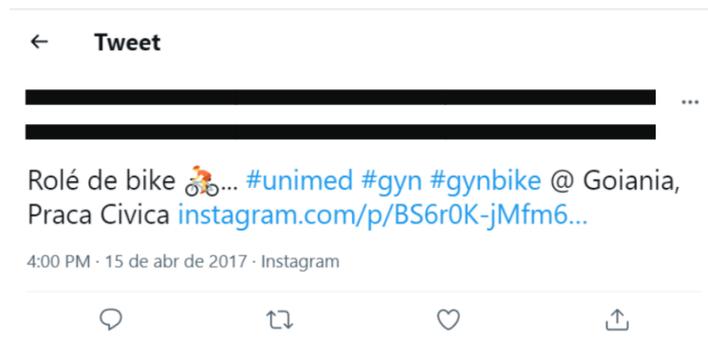
Fonte: Elaboração própria

Figura 16 – Disposição das fotos do passeio no *Instagram* com *link* no *Twitter*



Fonte: Elaboração própria

Figura 17 – Integração entre *Instagram* e *Twitter* na construção de conteúdo



Fonte: Elaboração própria

Neste espectro de análise, ainda foram encontrados relatos não só de deslocamentos, mas também de formações e reforços de relações estabelecidas durante esses movimentos. Ou seja, além da narrativa cibernética gerada, o trajeto se transforma em uma oportunidade de contato entre seres humanos, sejam eles conhecidos ou desconhecido

Figura 18 – Relato sobre formação de interação no trajeto



Fonte: Elaboração própria

Figura 19 – Relato sobre reforço de interação no trajeto



Fonte: Elaboração própria

Sintetizando os fenômenos ocorridos no espectro dessa categoria, a presença dela demonstra relatos produzidos pelos usuários sobre suas próprias jornadas de deslocamento físico. Essa relação de nutrição entre mobilidade espacial e informacional se manifesta em conjunto com a disseminação da prática de debater virtualmente as qualidades de marcas e serviços e do apelo do produtor de conteúdo à utilização de recursos hipertextuais que complementem os seus enunciados. Além disso, foram observadas como o movimento físico favorece interações e permite não só a construção de postagens, mas também a edificação de relações.

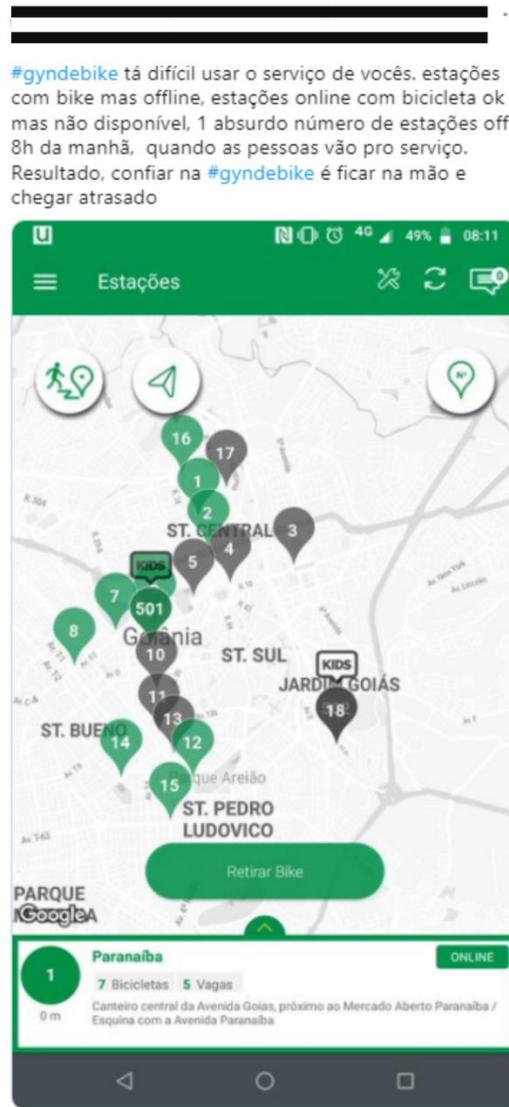
3.2 Valorização da imediatividade no fluxo de informações

Na cultura da mobilidade, outro aspecto teoricamente levantado é a valorização da imediatividade no percurso das informações. Na era das redes móveis, quanto maior a capacidade de acelerar o processo comunicativo, maior é a exaltação de uma certa tecnologia (LIPOVETSKY, 2002 apud SOARES NETO, 2012).

Apesar de existirem *tweets* que supervalorizam as acelerações no deslocamento físico proporcionadas pelo sistema de compartilhamento, neste ambiente de análise buscou-se rastrear enunciados que toquem na necessidade de se agilizar a mobilidade informacional no cotidiano dos usuários. Ao se voltar para as publicações em torno do *Gyn de Bike*, uma das situações em que essa categoria esboça presença diz respeito às insuficientes informações quanto às disponibilidades de bicicletas.

No *tweet* da Figura 20, percebe-se o impacto no cotidiano do usuário quando este abre o aplicativo do *Gyn de Bike* e encontra uma série de estações *offline*, o que lhe empurra ao risco de chegar atrasado em seus compromissos. Além de mais uma vez reforçar a conexão entre o movimento de informações e o movimento pelo espaço, esse exemplo expõe a ânsia por dados que sejam úteis ao indivíduo em sua rotina. Inclusive, uma contradição é que essa categoria também registrou o enaltecimento do *Gyn de Bike* justamente por fornecer previsibilidade na oferta de bicicletas (Figura 22), algo que a autora do enunciado não encontrou em sua experiência com a *Yellow*, serviço concorrente de compartilhamento de *bikes* que não necessita de estações físicas para operar (GOGONI, 2019).

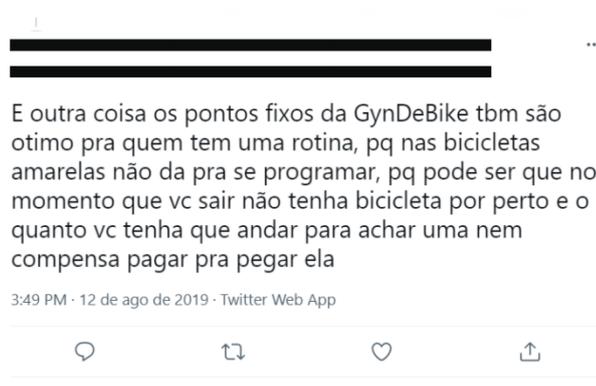
Figura 20 – Reclamação quanto à imprevisibilidade da disposição de bicicletas



8:17 AM - 2 de out de 2019 - Twitter Web App

Fonte: Elaboração própria

Figura 21 – Realce da previsibilidade das estações



Fonte: Elaboração própria

Tendo em vista que o acesso às bicicletas depende do pagamento do aluguel, uma vez que este é realizado, surge a necessidade do aplicativo regulamentar a situação do usuário, de modo a permitir que ele use o serviço. Nesse sentido, a revolta com a demora nessa atualização também demonstrou presença, pois como visto na discussão teórica trazida por Franckx (2016), a integração do serviço com *softwares* foi a maneira encontrada para tornar as bicicletas compartilhadas uma ideia exequível, o que gera dependência da agilidade dessas ferramentas digitais.

Figura 22 – Queixas quanto à demora de atualização de *status*



Fonte: Elaboração própria

Fechando os casos em que se manifestam o apreço pela velocidade no fluxo de informações, tem-se o destaque dado à rápida adesão ao *Gyn de Bike*, algo feito por meio de cadastros. Sendo estes instrumentos de trânsitos de dados, o holofote sobre a velocidade com que esses registros se dão expõe a valorização da imediaticidade na mobilidade informacional. Vale destacar que outro fenômeno registrado no dado correspondente a essa agilidade cadastral diz respeito à utilização de *links* com outro rede social para deixar a ideia completa. No entanto, ao contrário do que foi feito na categoria anterior, essa conexão é não feita entre um texto verbal completo e uma imagem, ela é feita entre um texto verbal incompleto e um texto verbal completo hospedado no Facebook.

Figura 23 - Destaque na velocidade da formação de cadastros



Fonte: Elaboração própria

Desta forma, entende-se que a imediaticidade informacional reside nesse compartimento de observação por meio não só da valorização da alta velocidade no fluxo de informações, como acontece na regularização do serviço ao usuário e no grande volume de cadastros. Ela também aparece devido à necessidade de se ter previsibilidade nas dinâmicas rotinas do contexto atual.

3.3 Vínculo do conteúdo informacional a um local físico

Com as mídias locativas trabalhadas no marco teórico através de Lemos (2008), tem-se a formulação de território informacionais, os quais congregam em si o espaço urbano, a mobilidade social e o espaço eletrônico. Sendo assim, os locais extrapolam seus limites geográficos e alcançam o ambiente cibernético através da produção de sentidos que é feita acerca dele.

Essa lógica embasou a criação da Categoria 3, que contempla o vínculo do conteúdo informacional a um local físico. Na análise de conteúdo realizada neste estudo, verificou-se o acionamento dessa categoria em momentos nos quais os usuários do *Twitter* se valeram do espaço para situar seus enunciados. Ao se deparar com os materiais acondicionados nessa categoria, um aspecto chamativo é a diversidade dos tamanhos dos territórios: cidades (Goiânia, Fortaleza, São Paulo); bairros (Setor Bueno e Centro); centros de lazer (Praça Cívica, Parque Flamboyant, Praça Universitária, Parque Areião, Praça do Trabalhador); comércios (Bouganville) e estações de bicicletas compartilhadas (Estação 15 e Estação Unimed). Com as redes sociais, tem-se uma base de dados dinâmica acerca desses locais, os quais podem

ser ressignificados a todo momento pelos atores da comunicação virtual (LEMOS, 2009).

Neste processo de referenciação que os internautas fazem do espaço, percebe-se dois tipos de enunciados: aqueles realizados de uma relação pessoal direto com local físico referido, visto que na cultura da mobilidade tem-se “[...] uma relação dinâmica entre dispositivos, informação e lugares a partir de trocas infocomunicacionais contextualizadas” (LEMOS, 2009, p. 33); e aqueles que demonstram uma certa de distância entre o emissor e a referência geográfica, a qual surge como um contextualizador de uma reflexão sobre fenômenos que nela ocorrem.

Nos materiais correspondentes ao primeiro tipo de referenciação, encontram-se situações em que o indivíduo tem um contato direto com o lugar e transpõe esse contato para os meios virtuais, conforme pode ser observado nos exemplos a seguir:

Figura 24 – Experiência de contato direto com Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 25 – Postagem direto do Parque Areião

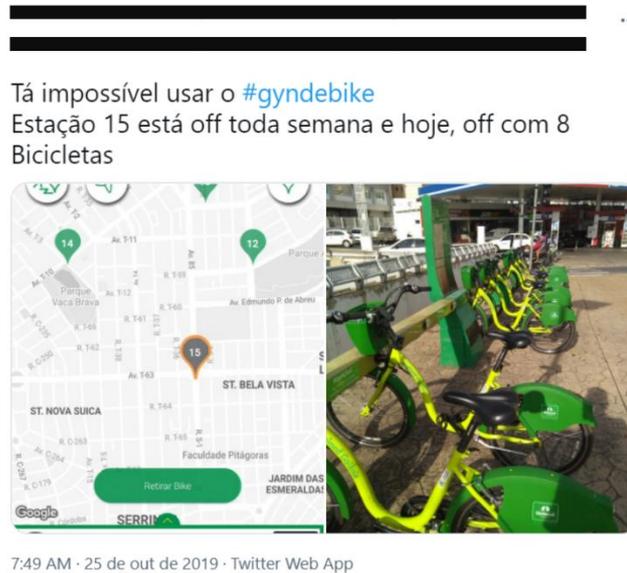


Fonte: Elaboração própria

Figura 26 – Relato de passeio no Centro



Fonte: Elaboração própria

Figura 27 – Relato de experiência ruim com om *Gyn de Bike* na estação 15

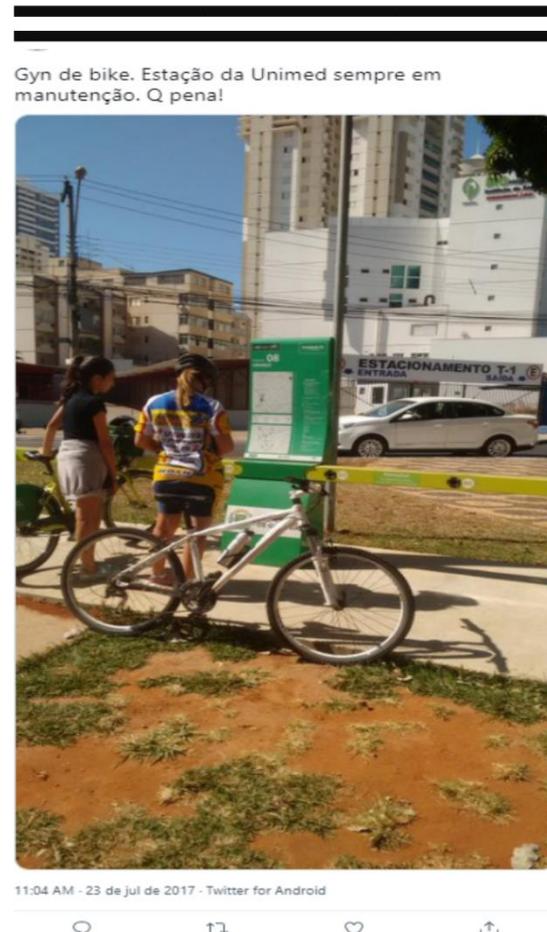
Fonte: Elaboração própria

Figura 28 – Descrição das estações de Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 29 – Descrição de transtorno na estação da *Unimed*



Fonte: Elaboração própria

Figura 30 – Narrativa de problemas enfrentados em diferentes locais



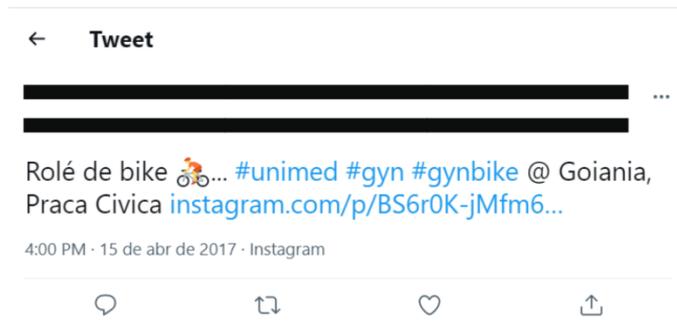
Fonte: Elaboração própria

Figura 31 – Localização do uso do *Gyn de Bike* no Parque Flamboyant



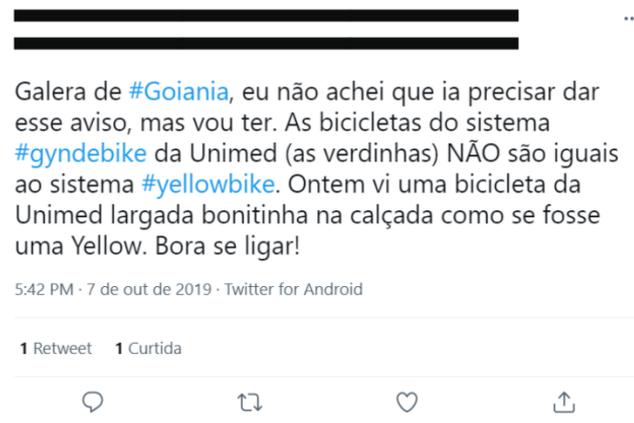
Fonte: Elaboração própria

Figura 32 – Localização do uso do *Gyn de Bike* na Praça Cívica



Fonte: Elaboração própria

Figura 33 – Relato de uma situação observada diretamente pelo espectador



Fonte: Elaboração própria

Figura 34 – Apresentação do tempo de percurso entre dois pontos



Fonte: Elaboração própria

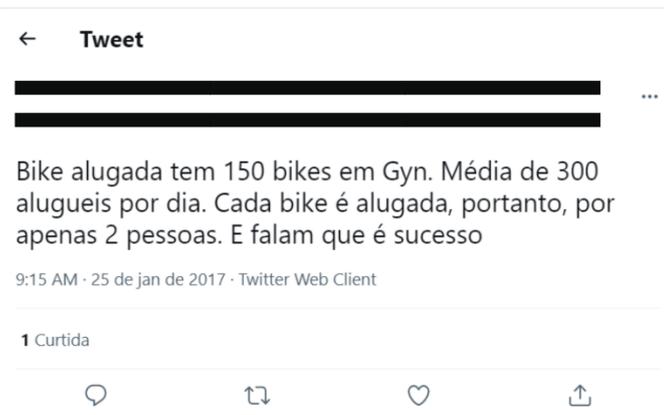
No caso das conexões contextualizadoras dos discursos, os locais são referenciados para debater fenômenos que acontecem nestes espaços, servindo como um elemento situante da ideia, aplicação esta que pode ser vista a seguir:

Figura 35 – Ligação entre os sistemas de compartilhamento de São Paulo com o de outras cidades



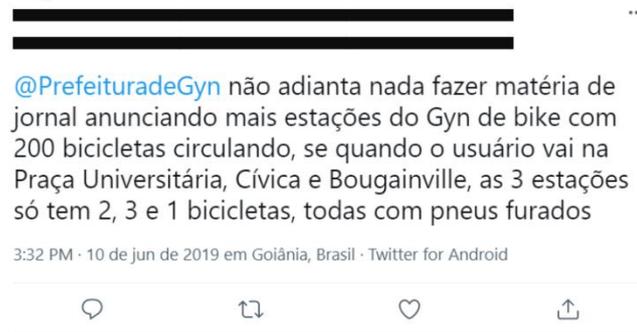
Fonte: Elaboração própria

Figura 36 – Referência à repercussão da mobilidade compartilhada de Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 37 – Menções a lugares de Goiânia para criticar o Gyn de Bike



Fonte: Elaboração própria

Figura 38 – Referência à Goiânia para apresentar número de bicicletas na cidade



Fonte: Elaboração própria

Figura 39 – Contextualização do sucesso do *Gyn de Bike* em Goiânia



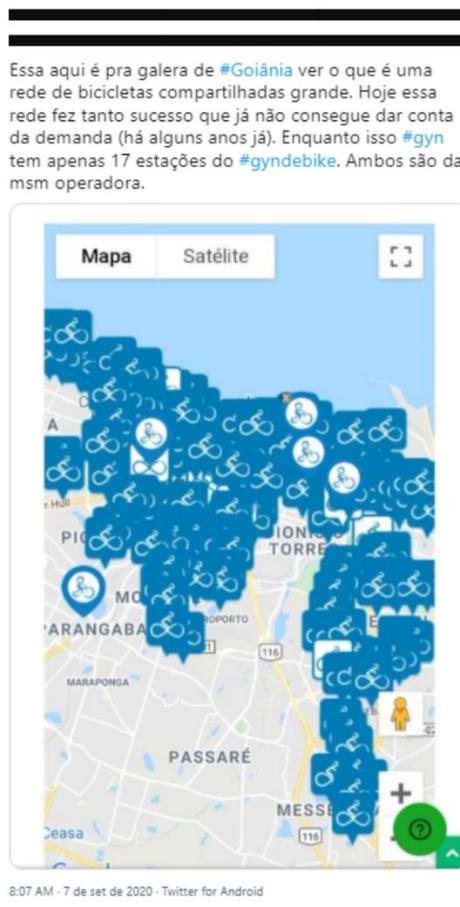
Fonte: Elaboração própria

Figura 40 – Contextualização em Goiânia do fracasso da mobilidade compartilhada



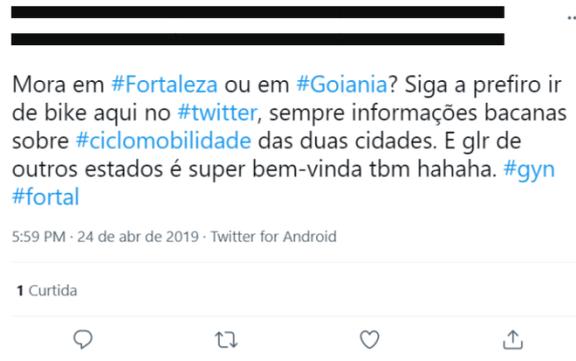
Fonte: Elaboração própria

Figura 41 – Referência à Goiânia para delimitar público-alvo



Fonte: Elaboração própria

Figura 42 – Referência à Fortaleza e à Goiânia para definir público-alvo



Fonte: Elaboração própria

Figura 43 – Referência à Goiânia para analisar adesão ao *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 44 – Citação de Goiânia para apresentar o *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 45 – Ambientação de inauguração na Praça do Trabalhador



Fonte: Elaboração própria

Figura 46 – Contextualização da notícia boa em Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 47 – Referência à Goiânia para criticar ciclomobilidade



Fonte: Elaboração própria

Outro detalhe são os apelidos pelos quais as cidades são chamadas: “Gyn”, “Gayania” e “Fortal”, demonstrando que, além de invocar os pontos físicos para orientar o processo de comunicação, os usuários também endossam uma espécie de personalidade a esses territórios. Como bem lembra Lofti (2019), os territórios não são delimitados apenas pelos contornos fronteiriços geograficamente colocados, o que os desenham são os valores subjetivos que fazem referência a eles. Sendo assim, essa relação intimista com o território foi contemplada nos seguintes dados:

Figura 48 – Denominação de Goiânia como “gyn”



Fonte: Elaboração própria

Figura 49 – Denominação de Goiânia como “Gyn”



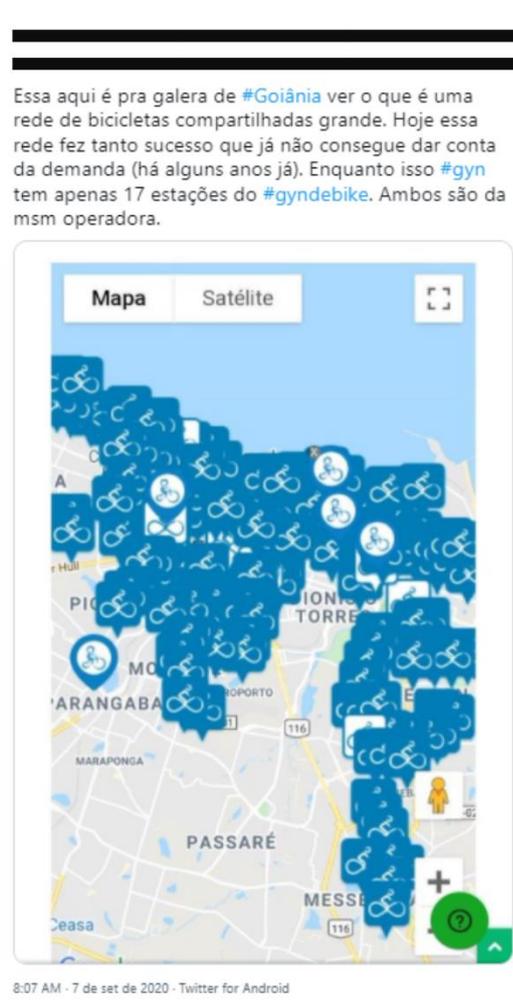
Fonte: Elaboração própria

Figura 50 - Tratamento de Goiânia como “Gyn”



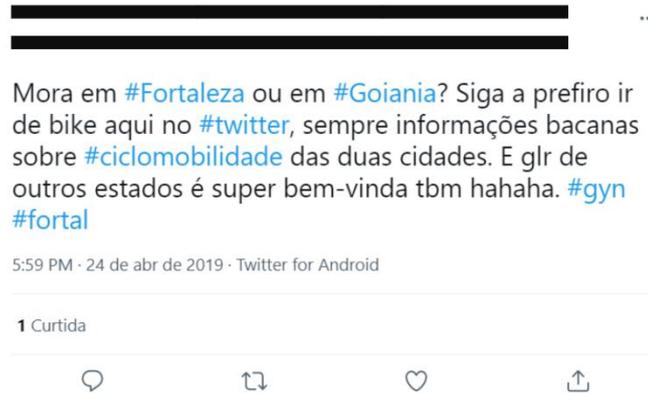
Fonte: Elaboração própria

Figura 51 - Referência à Goiânia como “#gyn”



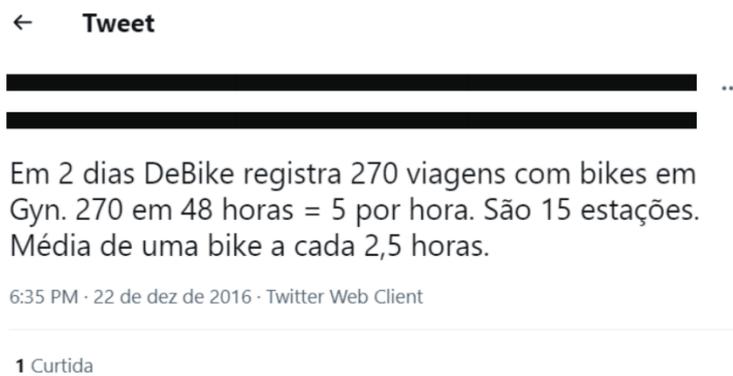
Fonte: Elaboração própria

Figura 52 – Referência à Goiânia e à Fortaleza como “#gyn” e “#fortal”



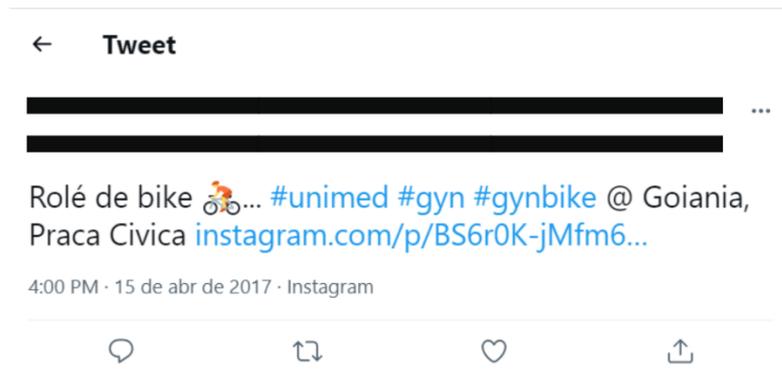
Fonte: Elaboração própria

Figura 53 – Apelidação de Goiânia como “Gyn”



Fonte: Elaboração própria

Figura 54 – Goiânia se transforma na hashtag #gyn



Fonte: Elaboração própria

Figura 55 – Referência à Goiânia como “gyn”



Fonte: Elaboração própria

Figura 56 – Denominação de Goiânia como “gayania”



Fonte: Elaboração própria

A partir dessas observações, assiste-se com proximidade a produção e o consumo midiático locativo, além da emergência dos territórios informacionais, que abraçam tanto o espaço físico quanto as subjetividades humanas circulantes sobre estes nos ambientes digitais (LEMOS, 2008). No caso dos *tweets* analisados, esses valores subjetivos se mostram nas narrações de experiências diretamente vivenciadas nestes pontos físicos através dos movimentos pelo *Gyn de Bike*, em posicionamentos e relatos sobre os eventos que ocorrem nestes espaços e na forma personalizante de tratar as entidades localizadoras.

3.4 Onipresença do corpo humano através do espaço da comunicação virtual

Conforme apreciado no aprofundamento teórico, o corpo humano atua na comunicação virtual viajando pelo ciberespaço e otimizando o transporte do eu e das sensações deste a locais diferente daqueles em que a unidade corporal física se encontra (BALDANZA, 2006; SANTAELLA, 2010 apud SANTOS, 2011). No trabalho

de análise de conteúdo aqui realizado, a Categoria 4 da cultura da mobilidade é vista principalmente através de narrativas de ações e interações envolvendo a tecnologia do *Gyn de Bike* que são realizadas sem prejuízos decorrentes da não presença de um dos entes envolvidos.

Neste material abaixo, verifica-se que houve uma dupla utilização de ferramentas comunicacionais para a realização de ações que só seriam possíveis com a presença corporal de todos os entes envolvidos no processo, pois, além do funcionário do *Gyn de Bike* destravar a bicicleta sem estar na estação, a usuária o retornou com uma mensagem visual que o fizesse ver que o veículo foi devidamente devolvido (Figura 57), o que de certa forma transporta-o até o lugar em que ela estava.

Figura 57 – Transporte do indivíduo até um ponto físico por meio do espaço virtual



Fonte: Elaboração própria

Neste viés, enunciados que “fazem ver” foram direcionados à Categoria 4 por esta análise, visto que eles deslocam o corpo do interlocutor até o ambiente em que o fenômeno discutido se dá e lhe dão a oportunidade de visualizar este com mais proximidade. No *tweet* disposto abaixo (Figura 58), a jornada no espaço pelo caminho cibernético é bastante ampla, visto que emissor é assertivo ao alegar que em todas as cidades os patinetes e as bicicletas compartilhadas se encontram em áreas

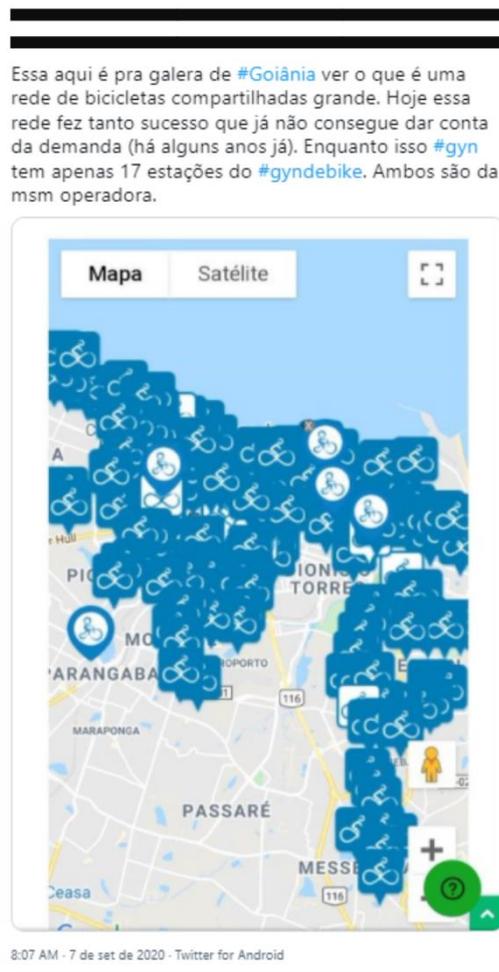
privilegiadas. Com isso, a partir do local específico em que está, qualquer internauta adquire uma dimensão dos sistemas de compartilhamento que vai além do *Gyn de Bike*. No caso da Figura 59, identifica-se um convite para a “galera de Goiânia”, a qual, na visão do autor, precisa ser apresentada ao eficiente sistema público de compartilhamento de bicicletas implementado em Fortaleza. Em seguida, o produtor da mensagem faz um retorno à Goiânia ao lembrar que na capital de Goiás só existem 17 estações. Portanto, percebe-se aqui um trajeto discursivo que permite a multiplicação e o deslocamento da presença do internauta, aos termos do que Levy (1996) discorre acerca da “reencarnação” propiciada pela comunicação virtual em redes informáticas.

Figura 58 – Promoção de viagem por vários locais através do discurso



Fonte: Elaboração própria

Figura 59 – Promoção de visualização através do discurso



Fonte: Elaboração própria

Além das situações já apresentadas, os discursos dos usuários do serviço de compartilhamento também revelam procedimentos que hoje são cotidianos no *Gyn de Bike*, mas que, antes das ferramentas de comunicação (principalmente digitais), só poderiam ser feitos com o comparecimento físico dos envolvidos: cadastros e pagamentos. No que se refere aos cadastros, a concessão das informações é feita digitalmente pelo aplicativo do projeto, sem a necessidade de se deslocar até um determinado estabelecimento. Da mesma forma, conforme é possível de ser ver nos *tweets*, os pagamentos se dão de forma virtual através dos cartões dos usuários, desencarregando a urgência de ir até um determinado local para efetuar o pagamento. Os dados referentes a essas duas realidades seguem dispostos a seguir:

Figura 60 – Realização de cadastro sem deslocamento físico



Fonte: Elaboração própria

Figura 61 – Menção de cadastro pelo aplicativo



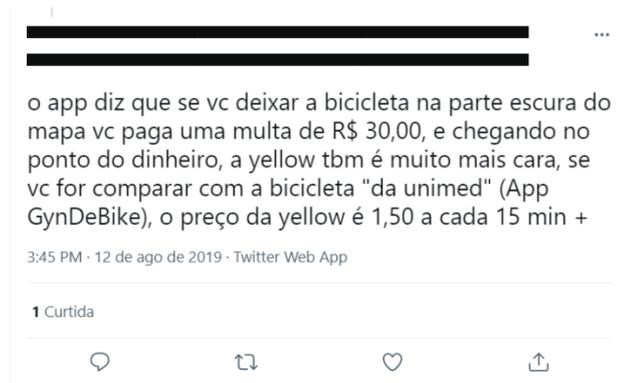
Fonte: Elaboração própria

Figura 62 – Explicação de cadastro pelo aplicativo



Fonte: Elaboração própria

Figura 66 – Comparação entre as cobranças virtuais do *Gyn de Bike* e da *Yellow*



Fonte: Elaboração própria

Figura 67 – Menção às cobranças indevidas pelo aplicativo



Fonte: Elaboração própria

Por fim, nesta categoria registra-se os casos de empréstimos de contas entre os usuários, um recurso de revela a não necessidade do detentor do cadastro estar na estação de bicicletas compartilhadas para dar cabo da gentileza de liberar o acesso ao serviço a outra pessoa. Essa multiplicação do corpo do detentor da conta se encaixa nessa categoria pois, como bem afirma Santaella (2010, apud SANTOS, 2011), a onipresença no mundo digital se dá pela possibilidade de realizar atividades e interações sem sair do lugar.

Figura 68 – Realização de empréstimo de bicicleta à distância



Fonte: Elaboração própria

Figura 69 – Empréstimo de veículo à distância



Fonte: *Twitter* (2022)

Ocasões como estas apresentadas demonstram a capacidade da comunicação virtual fazer os indivíduos navegarem não só pela *web*, mas também pelo espaço urbano. Assim, mesmo à distância, os usuários do *Gyn de Bike* conseguem cumprir seus objetivos de ação, conhecimento e, principalmente, interação, o que no caso dos *tweets* sobre o *Gyn de Bike* fica explicitado pelos discursos multilocalizados, pelas experiências com cadastros e pagamentos digitais, e por fim, pela liberação à distância de bicicletas para terceiros.

3.5 Portabilidade e ubiquidade das tecnologias de comunicação

De acordo com o que foi demonstrado no estabelecimento do marco teórico, a disseminação das mídias móveis está ligada causalmente à ocupação ubíqua dos lugares por parte das mídias (JENKINS, 2009), ou seja, a portabilidade das ferramentas de comunicação gera a ubiquidade destas. Dentro das vezes em que a Categoria 5 foi acionada, foi possível identificar conteúdos que se ligassem separadamente às partes dessa dupla de aspectos da cultura da mobilidade tratados em conjunto aqui neste tópico.

No primeiro espectro, os enunciados que se conectaram à portabilidade, em modo predominante, fizeram isso por meio de menções ou ilustrações do aplicativo móvel do *Gyn de Bike*, plataforma de liberação das bicicletas. Uma vez que esses *softwares* portáteis oferecem a possibilidade de os serviços estarem disponíveis ao consumidor o tempo todo (GUIDINI, 2018), através dos *smartphones* localizados nos bolsos dos usuários, percebe-se que a não observância dessa vantagem foi um dos motores de comunicação nos arquivos residentes nessa categoria

Figura 70 – Apontamentos de defeitos no aplicativo



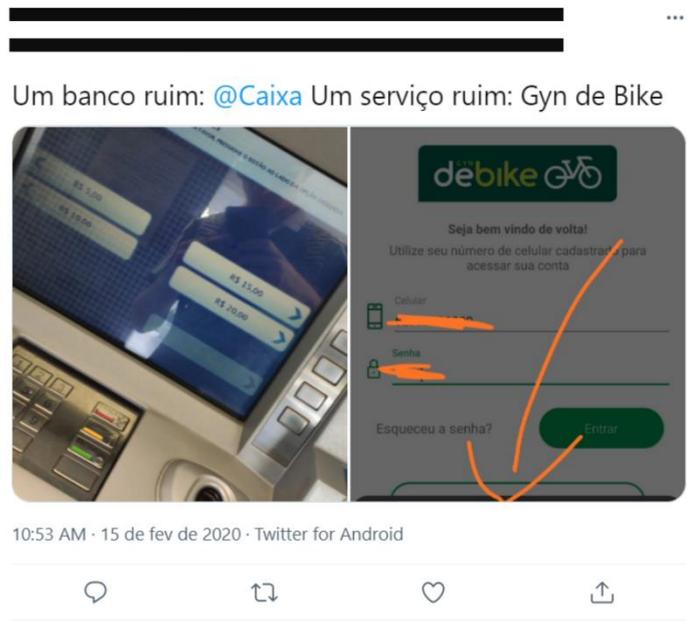
Fonte: Elaboração própria

Figura 71 – Relato localizado da instabilidade do aplicativo



Fonte: Elaboração própria

Figura 72 – Reclamações quanto aos serviços virtuais da Caixa e do Gyn de Bike



Fonte: Elaboração própria

Figura 73 – Relato de que o sistema do Gyn de Bike está fora do ar



Fonte: Elaboração própria

Figura 74 – Reclamação quanto à demora do aplicativo em regularizar usuário



Fonte: Elaboração própria

Figura 75 – Incompreensão com o nome do aplicativo na loja



Fonte: Elaboração própria

Outra situação destacada quanto às menções aos aplicativos trata-se das interações didáticas, a qual aciona os meios de comunicação para orientar outras pessoas sobre como se situarem no *Gyn de Bike* por meio do aplicativo do projeto (Figura 16). Nesses casos, observa-se a integração em rede dos indivíduos na busca por outros nós que lhes auxiliem no suprimento de suas necessidades diárias, criando-se decisões compartilhadas (CASTELLS, 2005). Isso também encontra respaldo na inteligência coletiva abordada por Jenkins (2009), visto que há um incentivo à conversa pública sobre a mídia consumida, a qual, neste caso, consiste no aplicativo do *Gyn de Bike*.

Figura 76 – Instrução para navegar no *Gyn de bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 77 – Apresentação do nome do aplicativo procurado por outro internauta



Fonte: Elaboração própria

Figura 78 – Instrução de como usar o *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 79 – Explicação de como utilizar o *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 80 – Aconselhamento para baixar o aplicativo do *Gyn de Bike*



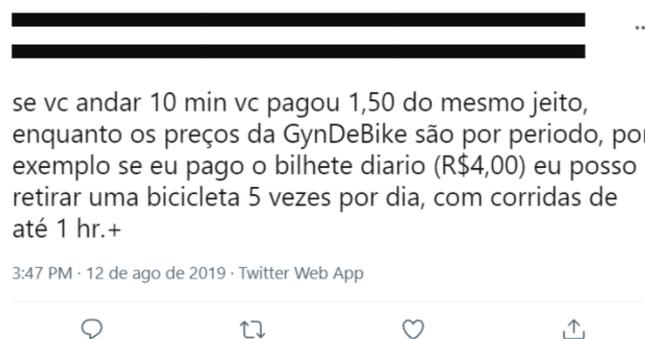
Fonte: Elaboração própria

Figura 81 – Indicação do nome do aplicativo



Fonte: Elaboração própria

Figura 82 – Explicação sobre o modelo de cobrança virtual do *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

A essas situações referentes à portabilidade, soma-se a comparação que se faz entre o sistema de compartilhamento das bicicletas verdes com o das bicicletas amarelas (*Yellow*), a qual é feita com base nas qualidades dos aplicativos de cada plataforma. Nesse sentido, a avaliação que se faz é que mesmo que o serviço em questão atenda a uma demanda de mobilidade física, a qualidade e a oferta de recursos de sua plataforma comunicacional é um item precioso para os usuários inseridos na cultura da mobilidade.

Figura 83 – Comparação entre recursos do aplicativo *Yellow* e do *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 84 – Comparação entre estabilidade do aplicativo *Gyn de Bike* com o da *Yellow*



Fonte: Elaboração própria

Portanto, fica nítido a relação entre o aplicativo do programa e o fenômeno da portabilidade constituinte da cultura da mobilidade. Pelo evidenciado nos casos acima, as pessoas vão às estações físicas com seus *smartphones* em mãos, e ao chegarem lá, querem que esteja em amplo funcionamento a ponte entre o espaço físico e o ciberespaço. Aos que não tem a destreza necessária para manusear esse instrumento de comunicação, nas redes, encontram outros nós que lhes auxiliam do cadastramento ao aluguel do veículo.

Já o espectro da ubiquidade das tecnologias de comunicação foi visualizado principalmente através das narrativas que se ligam às estações de armazenamento e retirada das bicicletas compartilhadas, em decorrência do fato desses pontos físicos serem conectados ao ciberespaço e fornecerem dados em tempo real a usuários e moderadores. Segundo o site do projeto aqui estudado,

O Sistema GynDebike é composto por Estações inteligentes, conectadas a uma central de operações via wireless, alimentadas por energia solar, distribuídas em pontos estratégicos da cidade, onde os Clientes cadastrados podem retirar uma Bicicleta, utilizá-la em seus trajetos e devolvê-la na mesma, ou em outra Estação. (GYN DE BIKE, 2022).

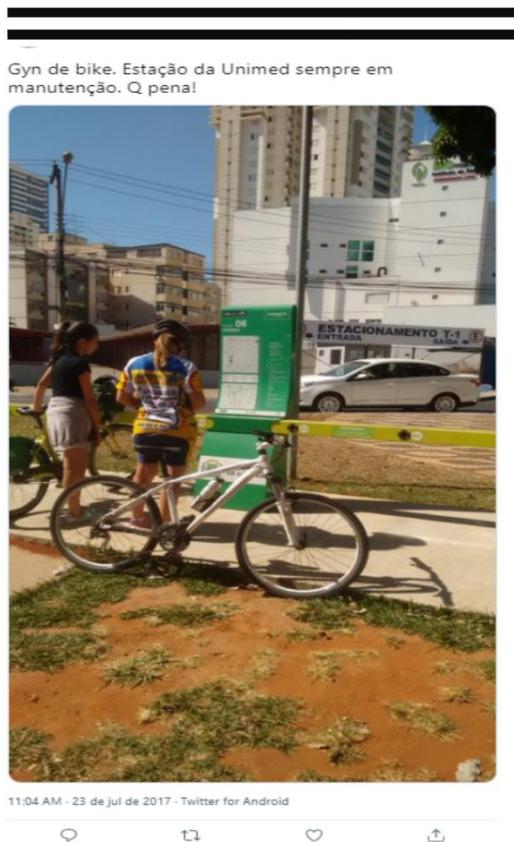
Nesse sentido, exemplos da ocupação do espaço urbano por esses pontos físicos informacionais podem ser visto nos enunciados abaixo:

Figura 85 – Relato em estação de destravamento de bicicletas



Fonte: Elaboração própria

Figura 86 – Situação vivenciada em estação



Fonte: Elaboração própria

Figura 87 – Lamentação da ausência de estação online em certo ponto



Fonte: Elaboração própria

Figura 88 – Lamentação da inexistência de estação no destino



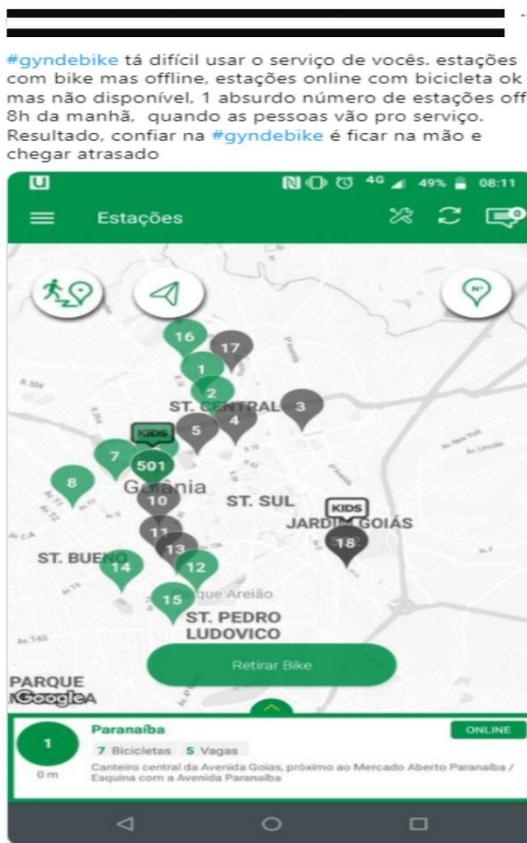
Fonte: Elaboração própria

Figura 89 – Contabilização das estações em Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 90 – Reclamação quanto às indisponibilidades das estações



8:17 AM - 2 de out de 2019 - Twitter Web App

Fonte: Elaboração própria

Figura 91 – Contabilização de bicicletas e estações

Programa #GyndeBike ganha mais quatro estações de compartilhamento de bicicletas, uma para adultos e uma para crianças. Goiânia já conta com com 200 bicicletas em 20 estações. bit.ly/2lvFt2F



5:19 PM - 10 de jun de 2019 - Twitter Web Client

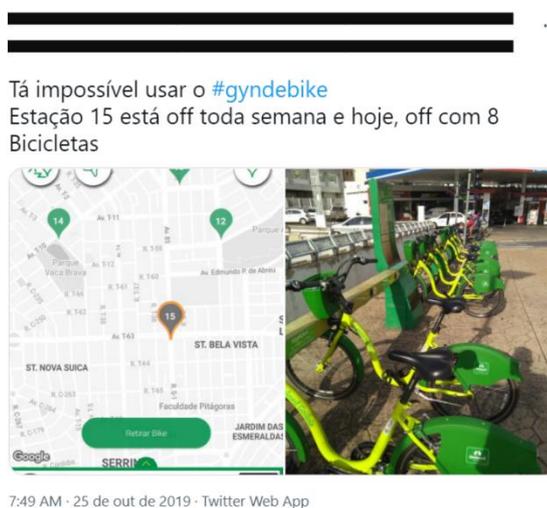
Fonte: Elaboração própria

Figura 92 – Uso do número de estações para calcular viagens por hora



Fonte: Elaboração própria

Figura 93 – Reclamação quanto à estação 15



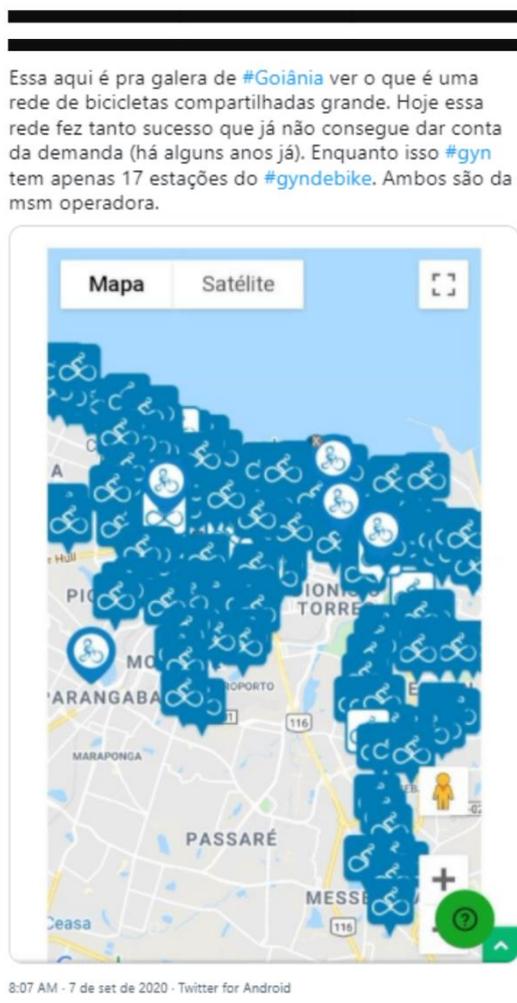
Fonte: Elaboração própria

Figura 94 – Contabilização do número de estações para dimensionar o *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 95 – Contabilização das estações para comparar Goiânia e Fortaleza



Fonte: Elaboração própria

Figura 96 – Comparação entre Yellow e Gyn de Bike pela disponibilidade de estações



Fonte: Elaboração própria

Figura 97 – Vivência de transtorno em estação



Fonte: Elaboração própria

Figura 98 – Anúncio de inauguração de estações



Fonte: Elaboração própria

Dessa forma, a categoria da portabilidade e da ubiquidade comportou, respectivamente, discursos que abordaram o aplicativo móvel do *Gyn de Bike* e as estações inteligentes de retiradas de bicicletas. Quanto aos *softwares* portáteis, a análise de conteúdo identificou debates sobre a estabilidade e a funcionalidade do aplicativo *Gyn de Bike*, o qual, enquanto meio de se acessar o sistema de compartilhamento veicular, é publicamente julgado e comparado, visto que suas falhas geram impactos diretos nos deslocamentos físicos dos cidadãos. Além deste estudo mais uma vez se deparar com a visível integração entre a mobilidade informacional e a espacial, fica reforçada a identificação da voz consumidora ao lado das experiências de movimento gerando conteúdos em cima do serviço *Gyn de Bike*.

Quanto às estações inteligentes, percebe-se o forte vínculo que elas possuem com o aplicativo móvel do projeto, o que demonstra a relação de causalidade entre a portabilidade e a ubiquidade das tecnologias de comunicação (JENKINS, 2009). Neste aspecto, os enunciados dos internautas são janelas de observação da ocupação do espaço urbano implementada por essas pontes entre o espaço físico e o ambiente cibernético. Portanto, ficam nítidas as formas como os usuários do *Gyn de Bike* experienciam a portabilidade e a ubiquidade das ferramentas de comunicação em plena cultura da mobilidade: através do aplicativo da iniciativa e das estações de bicicletas integradas ao campo virtual.

3.6 Discussão virtual das relações de poder que interferem nas mobilidades

Um ponto bastante reforçado por Lemos (2009) é que a mobilidade não é neutra, ela envolve em si relações de poder que podem constranger ou impulsionar os movimentos informacionais e espaciais. Portanto, ao aferir como a cultura do móvel está sendo trabalhada em um fluxo de mensagens, é importante que se veja se os atores comunicativos estão abordando o cenário de forças que estabelece mobilidades e imobilidades.

Essa visão amparou a criação da Categoria 6, a qual visa indicar se as relações de poder em torno das circulações humanas foram levadas à esfera virtual para debate, visto que os fluxos de pessoas e objetos estão integrados com a comunicação (LEMOS, 2009). Nessa linha, o que se registrou foram ocasiões em que os indivíduos

lançaram luzes públicas sobre os obstáculos e os aceleradores de seus movimentos nas dependências do *Gyn de Bike*, de modo a tentar, pelos canais comunicacionais estudados, contribuir com a melhoria das condições de seus deslocamentos cotidianos através das bicicletas públicas. Diante disso, entre os temas abordados, trata-se primeiro de expor as questões relacionadas a multas e cobranças indevidas feitas pelo *Gyn de Bike*:

Figura 99 – Chamamento de órgãos de fiscalização



Fonte: Elaboração própria

Figura 100 – Exposição de cobrança indevida



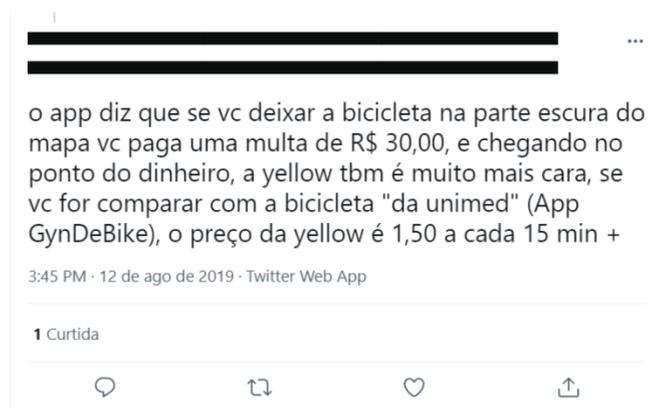
Fonte: Elaboração própria

Figura 101 – Ponderação de cobrança indevida para escolher aplicativo



Fonte: Elaboração própria

Figura 102 – Apresentação dos valores financeiros de cada projeto



Fonte: Elaboração própria

Figura 103 – Apelo ao *Gyn de Bike* para que devolva dinheiro indevidamente cobrado



Fonte: Elaboração própria

Figura 104 – Cobrança sem regularização



Fonte: Elaboração própria

Nesta categoria, também se registrou clamores pela atenção municipal quanto ao mau funcionamento do sistema, prática esta feita principalmente pelo recurso da marcação digital das instituições envolvidas no projeto, a fim de que elas sejam notificadas em suas caixas de notificação sobre o problema.

Figura 105 – Marcação digital de empresa responsável pelo sistema



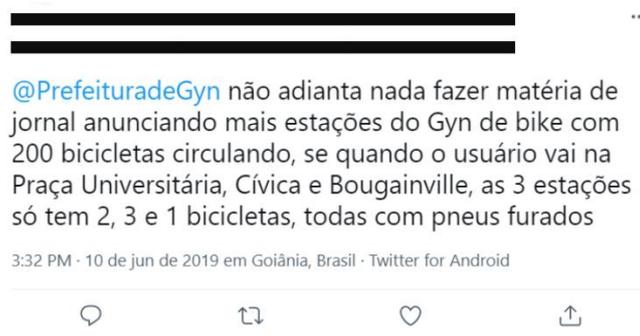
Fonte: Elaboração própria

Figura 106 – Marcação digital do Procon



Fonte: Elaboração própria

Figura 107 – Marcação digital da Prefeitura de Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 108 – Menção digital da Prefeitura de Goiânia



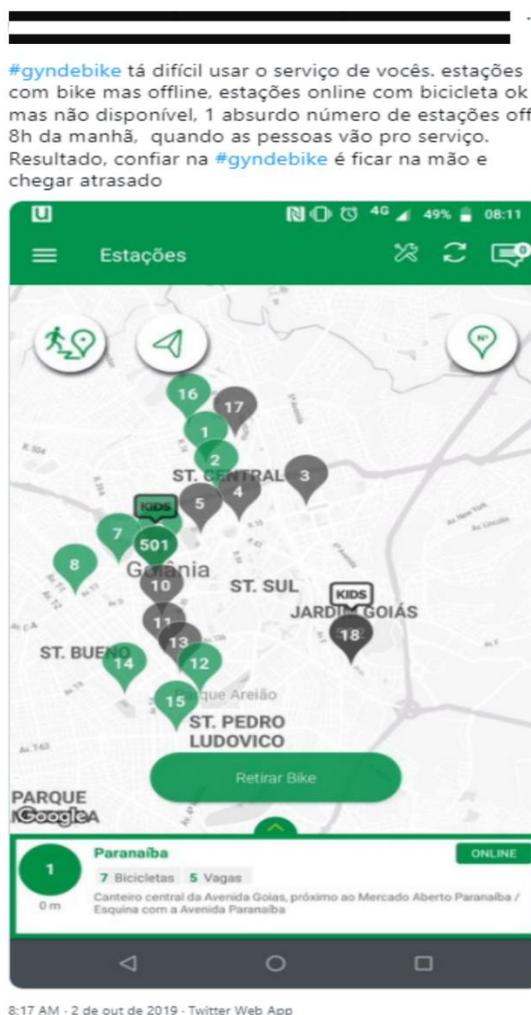
Fonte: Elaboração própria

Figura 109 – Marcação digital da Prefeitura de Goiânia e da empresa responsável pelo sistema



Fonte: Elaboração própria

Figura 110 – Utilização da *hashtag* para falar diretamente com os responsáveis pelo *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 111 – Marcação da Prefeitura de Goiânia para criticar a estrutura cicloviária



Fonte: Elaboração própria

Figura 112 – Marcação da Prefeitura de Goiânia para tratar do *Gyn de Bike*

Fonte: Elaboração própria

Figura 113 – Marcação da Prefeitura de Goiânia para falar de pneu furado



Fonte: Elaboração própria

Em contraposição aos reclames populares em torno do projeto de mobilidade compartilhada, instituições e personalidades aproveitam o interesse público no assunto para lançarem mão de campanhas de *marketing*, as quais tem como foco a exaltação das ações públicas e privadas no fomento ao programa de compartilhamento de bicicletas.

Figura 114 – Marketing para a Unimed Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 115 – Matéria jornalística que exalta feito da Prefeitura de Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Figura 116 – Replicação de matéria jornalística para exaltar ação da Prefeitura de Goiânia

#SaiuNaMídia

O jornal Diário da Manhã desta segunda-feira, 10, destaca as ações promovidas pela Prefeitura de Goiânia neste fim de semana. A realização do Mutirão Tech e a inauguração de quatro novas estações do #GynDeBike estão entre elas.



9:57 AM · 10 de jun de 2019 · Twitter for iPhone

2 Retweets 4 Curtidas

Fonte: Elaboração própria

Figura 117 – Publicização da situação ciclística de Goiânia como algo avançado

Programa #GynDeBike ganha mais quatro estações de compartilhamento de bicicletas, uma para adultos e uma para crianças. Goiânia já conta com com 200 bicicletas em 20 estações. bit.ly/2lvFt2F



5:19 PM · 10 de jun de 2019 · Twitter Web Client

Fonte: Elaboração própria

Figura 118 – Replicação de matéria jornalística para enfatizar trabalho da Prefeitura de Goiânia



Fonte: Elaboração própria

Outro debate realizado no âmbito do *Twitter* trata do questionamento quanto ao público-alvo do projeto *Gyn de Bike*, tendo em vista que este é acusado publicamente de privilegiar áreas nobres. Sendo assim, os usuários fazem críticas quanto à efetividade e à acessibilidade do modal compartilhado em questão.

Figura 119 – Pedido de sugestão de título para matéria sobre elitização do Gyn de Bike



Fonte: Elaboração própria

Figura 120 - Desenho do cenário de elitização geral das bicicletas compartilhadas



Fonte: Elaboração própria

Figura 121 – Pedido por democratização do *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 122 – Replicação de matéria jornalística sobre a elitização do *Gyn de Bike*



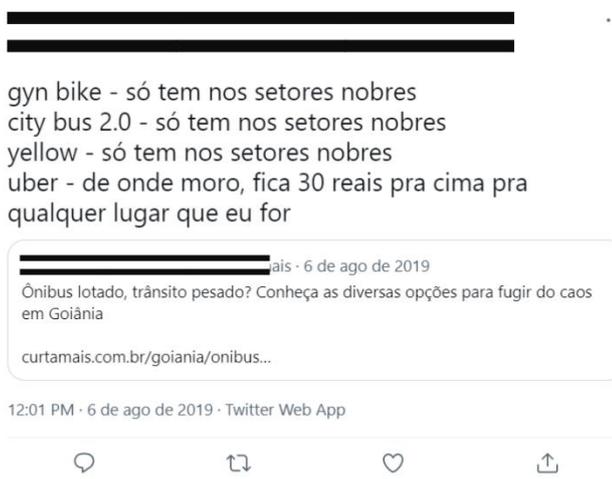
Fonte: Elaboração própria

Figura 123 – Replicação de matéria jornalística sobre elitização do *Gyn de Bike*



Fonte: Elaboração própria

Figura 124 – Desconstrução do *Gyn de Bike* enquanto opção de locomoção útil



Fonte: Elaboração própria

Vale destacar que os pormenores históricos dessas relações de forças não são convenientes de serem tratados neste trabalho. O foco desta categoria é identificar as situações em que os entes comunicativos se valeram do *Twitter* para expressar seus posicionamentos diante de um cenário de poder com potencial de influenciar mobilidades.

Em síntese, a análise que se faz desse resultado é que a mobilidade, enquanto entidade cultural amplamente politizada (LEMOS, 2009), encontra no *Twitter* um espaço valoroso para debater suas incoerências e relações de poder. O pano de fundo dessa conversa pública consta na teoria de Bourdieu (1992) que desenha o seguinte cenário:

As diferentes classes e frações [sic] de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses, e imporem o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais. (BOURDIEU, 1992, p. 11).

O autor menciona que a participação nessa disputa pode se dar tanto diretamente na vida cotidiana quanto através de procuradores, ou seja, pessoas dedicadas o tempo inteiro à produção de símbolos. Ao avaliar os *tweets* da Categoria 6, percebe-se que, em ambientes digitais como o *Twitter*, esses intermediadores estão cada vez mais desnecessários, visto que os lesados pelas relações de poder contidas na mobilidade podem por si mesmos criarem “armas simbólicas” para expor e propor soluções ao que lhes imobiliza, fisicamente e informacionalmente. Da mesma forma, os responsáveis por essas imobilidades têm em mãos as ferramentas para diretamente amortecer os ataques simbólicos, e assim, manter a organização social tal como ela está.

Nessa linha de raciocínio, dentro da categoria referente ao debate virtual das relações de poder, observa-se dois sentidos de fluxo. De um lado, integrantes da sociedade civil denunciam problemas e desigualdades existentes dentro do sistema de compartilhamento de bicicletas, apelando para a marcação digital de instituições como Prefeitura de Goiânia e órgãos de proteção ao consumidor, a fim de fazer com que os clamores em torno da mobilidade sejam notados. Do outro lado, localizam-se anúncios fervorosos de novas estações e de inclusão do público infantil na iniciativa. Conforme dito, não é competência deste estudo fazer a recuperação histórico-social dessa disputa, no entanto, fica nítido que o movimento de mensagens nas redes

sociais hospeda não só a cultura gerada pela mobilidade, como também abriga o debate em torno das relações de poder que se constroem ao redor dela.

Nessa linha, o que se registrou foram ocasiões em que os indivíduos lançaram luzes públicas sobre os obstáculos e os aceleradores de seus movimentos nas dependências do *Gyn de Bike*, de modo a tentar, pelos canais comunicacionais estudados, contribuir com a melhoria das condições de seus deslocamentos cotidianos através das bicicletas públicas.

3.7 Compreensão facilitada da cultura da mobilidade

A análise de conteúdo aqui realizada permitiu visualizar como as categorias teoricamente levantadas são praticadas nas publicações no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike*. Através desses materiais, foi possível ver os elementos da cultura da mobilidade em ação, o que atende à justificativa da pesquisa de facilitar a compreensão dessa teoria.

Ao sintetizar as descrições feitas analiticamente, entende-se que os indivíduos veem no projeto de bicicletas compartilhadas uma solução aos desafios de mobilidade física vivenciados diariamente, o que lhes fazem aderir ao serviço. Nessa adesão, além do deslocamento proporcionado, as experiências de transferências espaciais movimentam subjetividades acerca do trajeto em si e dos locais alcançados nessas jornadas, os quais recebem ressignificações de várias direções e extrapolam suas dimensões físicas para alcançarem o espectro informacional (LEMOS, 2009).

Porém, através dos enunciados, foi possível ver que esse processo não é puro e está suscetível aos desdobramentos de questões de poder que são canalizadas para o debate público no *Twitter*. Assim, enquanto ferramentas de comunicação, os *tweets* sobre o *Gyn de Bike* hospedam tanto a atmosfera mais “lírica” da cultura da mobilidade, como a portabilidade da produção de informação e as novas formas de nutrição de sentido dos lugares, quanto as problematizações dessas experiências, visto que, pelos relatos, o aplicativo é sujeito a falhas e as estações de bicicletas podem ficar em manutenção nos momentos cruciais da vida do usuário, o qual depende da mobilidade física para cumprir seus objetivos diários e conseqüentemente, gerar mobilidade informacional.

Nesse sentido, mais do que aplicativos, bicicletas compartilhadas e estações inteligentes, ícones do século XXI, os usuários querem que estes itens estejam em

pleno funcionamento e sem imprevistos, o que depende de uma disputa de forças cada vez mais transferida para o ambiente simbólico (Bourdieu, 1992). Portanto, a identificação da cultura da mobilidade nas publicações no *Twitter* sobre o *Gyn de Bike* se dá justamente na possibilidade de quem se move pelas bicicletas compartilhadas relatar não só relatar virtualmente suas vivências urbanas conectadas e multilocais, mas também expressar seus posicionamentos diante das questões que afetam esses deslocamentos, algo feito por um outro movimento: o de informações.

4 A CULTURA DA MOBILIDADE OBSERVADA NOS TWEETS SOBRE O GYN DE BIKE

Apesar de se tratar de uma abordagem teórica ampla e transdisciplinar, a cultura da mobilidade tem impactos diretos nas formas das pessoas se comunicarem. Neste contexto, este estudo se dedicou a propiciar recursos de compreensão capazes de dar conta de uma realidade comunicacional cada vez mais móvel e interligada a outras formas de movimento. Sendo assim, os esforços aqui dedicados buscaram entender como, entre 20 de dezembro de 2016 e 01 de outubro de 2021, a cultura da mobilidade pode ser observada nas publicações no *Twitter* sobre o sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*, serviço este que congrega em si soluções aos deslocamentos urbanos através de um sistema de comunicação virtual com o usuário.

Para isso, destinou-se uma revisão teórica e uma análise de conteúdo dedicadas a atingir os seguintes objetivos de investigação: a) Estabelecer o marco teórico da relação entre comunicação virtual, redes sociais e cultura da mobilidade; b) Verificar quais categorias permitem identificar as abordagens referentes à cultura da mobilidade e a sistemas de transporte compartilhado; c) Identificar como essas categorias são praticadas no *Twitter*, no decorrer do tratamento do sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*.

Quanto ao primeiro propósito, a relação entre os três elementos nele residentes ficou satisfatoriamente delineada por materiais bibliográficos atualizados. Estes demarcam a virtualização da comunicação humana como um processo já existente antes do surgimento das redes sociais digitais, mas que, com essas plataformas, em conjunto com os dispositivos móveis, tem criado uma esfera de fluxos informacionais com capacidade crescente de produzir dados sobre lugares físicos, possibilitar multilocalizações dos corpos humanos, oferecer ferramentas para que os indivíduos relatem e debatam suas experiências de deslocamento e interajam de modo imediato.

Essas abstrações teóricas embasaram o alcance do segundo objetivo, o qual se preocupa em estabelecer categorias que tensionem a cultura da mobilidade com os sistemas de transporte compartilhado. Tal correlação foi possível e, e assim, os compartimentos de observação foram erguidos com êxito, permitindo o avanço para a próxima etapa investigativa, referente à detecção de como essas categorias se manifestaram nas publicações sobre o *Gyn de Bike*.

Através da análise de conteúdo sobre as publicações, foi possível visualizar cada campo de observação teoricamente levantado, entender o grau de presença de cada um deles e perceber por quais processos cada fenômeno se manifesta nos enunciados produzidos na rede social estudada. O entendimento que se chega a partir dessa jornada científica é que a cultura da mobilidade, nos *tweets* relacionados ao *Gyn de Bike*, pode ser observada pela prática de quem se move em conversar virtualmente sobre suas experiências diárias conectadas e multilocais, ao passo em que, neste processo, observa e discute as questões que podem travar ou facilitar esses movimentos por meio de bicicletas. Estando em uma cultura na qual a mobilidade tem papel central, a busca por melhorias nesta assume uma relevância ímpar e tem no movimento de informações do *Twitter* uma via para que elas sejam alcançadas.

Vale lembrar que este estudo exterioriza a cultura da mobilidade em uma situação específica: nos *tweets* a respeito do sistema de bicicletas compartilhadas *Gyn de Bike*. Portanto, fica aberta a janela para que outros estudos comunicacionais não só verifiquem essa teoria em outros contextos, como também busquem otimizar a compreensão dos pilares que a constituem, visto que, tal como esta pesquisa verificou, a comunicação é um movimento intimamente ligado a outros movimentos.

5 REFERÊNCIAS

ABBADE, E. B; FLORA, A. D; NORO, G de B. A Influência Interpessoal em Redes Sociais Virtuais e as Decisões de Consumo. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, Santa Maria, v. 7, n. 2, p. 265 – 278, jun. 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273432264007>. Acesso em: 18 fev. 2022.

ABERTO. *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/aberto/>. Acesso em: 13 fev. 2022.

AGUIAR, L. F de. Twitter, Celulares e Jornalismo: Mídias Móveis no Processo Informativo. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0512-1.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2022.

AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1977-1.pdf> . Acesso em: 08 dez. 2022.

AIDAR, B. **Prefeitura de Goiânia inaugura serviço de bicicletas compartilhadas**. 2016. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/ultimas-noticias/prefeitura-de-goiania-inaugura-servico-de-bicicletas-compartilhadas-82947/>. Acesso em: 23 jan. 2022.

ALCARÁ, A. R; TOMAÉL, M. I; CHIARA, I. G. di. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, mai./ago. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/WTMRGVXjNdLNLdWGBD5HTXb/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 08 fev. 2022.

ALVES, A. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, ÁREA INTERDISCIPLINAR. **Cadernos do Noroeste**, Braga, v. 12, n. 1-2, p. 5-18. 1999. Disponível em: <https://revistacomoc.pt/index.php/revistacomoc/article/view/1169/1151>. Acesso em: 08 fev. 2022.

ANTOUN, H. Mediação, Mobilidade e Governabilidade nas Redes Interativas de Comunicação Distribuída. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0821-1.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2022.

ARAÚJO, E. R. A Mobilidade como objeto sociológico. *In*: Encontros em Sociologia, 2., 2004, Braga. **Anais eletrônicos [...]**. Braga: Universidade do Minho, 2004.

Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3913>. Acesso em: 11 fev. 2022.

BAITELLO JÚNIOR, N. COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CULTURA. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 12, n. 8, p. 11-16, out./dez. 1998. Disponível em: http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04_02.pdf. Acesso em: 08 fev. 2022.

BALBIM, R. N. Mobilidade: uma abordagem sistêmica. In: BALBIM, R. N; KRAUSE, C; LINKE, C. C. (org.). **Cidade e Movimento**: mobilidades e interações no desenvolvimento urbano. Brasília: Ipea, 2016. P. 23-42. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9198/1/Mobilidade.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

BALDANZA, R.F. A Comunicação no Ciberespaço: Reflexões sobre a Relação do Corpo na Interação e Sociabilidade em Espaço Virtual. *In: Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*, 6., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: Intercom, 2006 Disponível em: <https://ib.rc.unesp.br/Home/Pos-Graduacao44/secaotecnicadepos46/biologiacelularemolecular2531/texto-01.pdf> . Acesso em: 22 jan. 2022.

BALDISSERA, R. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Revista Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 10, n. 3, p. 193-200, set./dez. 2008. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5397/2646> . Acesso em: 08 fev. 2022.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. Santa Maria da Feira: Relógio D'água, 1991. Disponível em: https://monoskop.org/images/c/c4/Baudrillard_Jean_Simulacros_e_simula%C3%A7%C3%A3o_1991.pdf. Acesso em: 12 fev. 2022.

BONILLA, M. H. S; CORDEIRO, S. de F. N. Tecnologias digitais móveis: reterritorialização dos cotidianos escolares. **Educar em Revista**, Curitiba, n. 56, p. 259-275, abr./jun. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/er/a/rZfzdk8QXNQjyBFF4cwwwt/?lang=pt>. Acesso em: 12 fev. 2022.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992. Disponível em: <https://nepegeo.paginas.ufsc.br/files/2018/06/BOURDIEU-Pierre.-O-poder-simb%C3%B3lico.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2022.

BOYD, D. M. ELISSON, N. B. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. H. (ed.). **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013. P. 151-172. Disponível em: https://www.academia.edu/7731305/Ellison_N_B_and_boyd_d_2013_Sociality_through_Social_Network_Sites_In_Dutton_W_H_Ed_The_Oxford_Handbook_of_Internet_Studies_Oxford_Oxford_University_Press_pp_151_172. Acesso em: 12 fev. 2022.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Disponível em:

<https://globalizacaoeintegracaoregionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2022.

CASTELLS, M. A Sociedade em Rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M; CARDOSO, G (org.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à acção política**. Lisboa: Imprensa Nacional, 2005. P. 17-30. Disponível em: https://www.academia.edu/24798620/A_Sociedade_em_Rede_Do_Conhecimento_%C3%A0_Ac%C3%A7%C3%A3o_Pol%C3%ADtica_Organizado_por_Manuel_Castells_e_Gustavo_Cardoso. Acesso em: 08 fev. 2022.

CASTRO, R. F de. A importância do trabalho com conceitos científicos na educação formal: um estudo de caso sobre a escrita em um curso de pedagogia a distância. In: ANPED Sul, 10., 2014, Florianópolis. **Anais eletrônicos [...]**. Rio de Janeiro: ANPED, 2014. Disponível em: http://xanpedsul.faed.udesc.br/arq_pdf/553-0.pdf. Acesso em: 18 mar. 2022.

CHAN, N; SHAHEEN, S. Mobility and the Sharing Economy: potential to overcome first- and last-mile public transit connections. **Transportation Sustainability Research Center**, Berkeley, p. 01-20, 2016. Disponível em: <https://escholarship.org/uc/item/8042k3d7#main>. Acesso em: 11 fev. 2022.

COHEN, M. **Resumo da História da Escrita**. Revista de História, [S.L.], v. 40, n. 81, p. 137-151, 29 mar. 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/128945>. Acesso em: 12 fev. 2022.

CONVERGENTE. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/convergente/>. Acesso em: 13 fev. 2022.

COSTA, R da. As Comunidades Virtuais. **Informação na Educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v. 8, n. 2, p. 55-74, jul./dez. 2005. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/viewFile/8175/4861>. Acesso em: 12 fev. 2022.

CYPRIANO, C. P; SANTOS, F. C dos. PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE EM BLOGS E MICROBLOGS. **Psicologia & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 26, n. 3, p. 685-695, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/307786300_Producao_de_subjetividade_e_m_blogs_e_microblogs. Acesso em: 10 fev. 2022.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. Lisboa: Temas e Debates, 2003. (Coleção Memórias do Mundo). Disponível em: <https://culturasantanna.files.wordpress.com/2015/03/a-ideia-de-cultura-terry-eagleton.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

FISHMAN, E; WASHINGTON, S; HAWORTH, N. Bike Share: a synthesis of the literature. **Transport Reviews**, [S.L.], v. 33, n. 2, p. 148-165, mar. 2013. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01441647.2013.775612>. Acesso em: 12 fev. 2022.

FLUSSER, V. **Um mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANCKX, L. Future trends in mobility: the rise of the sharing economy and automated transport. **Mind-Sets**, [S.L.], p. 06-112, 2016. Disponível em: [http://www.mind-sets.eu/wordpress/wp-content/uploads/2015/11/D3.3-Future Trends in Mobility The rise of the sharing economy and automated transport Annex A.pdf](http://www.mind-sets.eu/wordpress/wp-content/uploads/2015/11/D3.3-Future_Trends_in_Mobility_The_rise_of_the_sharing_economy_and_automated_transport_Annex_A.pdf). Acesso em: 11 fev. 2022.

GALLI, F.C.S. LINGUAGEM DA INTERNET: um meio de comunicação global. In: MARCUSCHI, L. A; XAVIER, A. C. (org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção de sentido. 2. Ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. P. 120-134.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Ltc, 2008. Disponível em: https://monoskop.org/images/3/39/Geertz_Clifford_A_interpretacao_das_culturas.pdf. Acesso em: 10 fev. 2022.

GOGONI, R. **Como funciona o aluguel de bicicletas e patinetes da Yellow**. 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/como-funciona-o-aluguel-de-bicicletas-e-patinetes-da-yellow/>. Acesso em: 24 fev. 2022.

GOMES, R. A. L. **A comunicação como direito humano**: um conceito em construção. 2007. 206 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Comunicação, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3546>. Acesso em: 08 fev. 2022.

GONÇALVES, T. **As maiores redes sociais em 2021**. 2021. Disponível em: <https://etus.com.br/blog/as-maiores-redes-sociais-em-2021/#:~:text=Conhecida%20como%20a%20rede%20social,14%2C1%20milh%C3%B5es%20s%C3%A3o%20brasileiros>. Acesso em: 10 fev. 2022.

GONÇALVES, V; PATRÍCIO, M. R. Facebook: rede social educativa?. In: Encontro Internacional TIC e Educação, 1., 2010, Lisboa. **Anais eletrônicos [...]**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2010. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/3584>. Acesso em: 13 fev. 2022.

GUIDINI, P. A comunicação com o mercado por meio de aplicativos: desafios e oportunidades. **Signos do Consumo**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 59, 15 jan. 2018. Universidade de São Paulo, Agência USP de Gestão da Informação Acadêmica (AGUIA). Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/138512>. Acesso em: 24 fev. 2022.

GYN DE BIKE. **SOBRE O PROJETO**. Disponível em: <http://www.debikegoiania.com/sobre.aspx>. Acesso em: 11 fev. 2022.

HALL, S. Identidade cultural e diáspora. **Comunicação & Cultura**: a cor dos media, Lisboa, n. 1, p. 21-35, 1 jan. 2006. Disponível em:

<https://revistas.ucp.pt/index.php/comunicacaoocultura/issue/view/29>. Acesso em: 10 fev. 2022.

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

KOCH, I. G. V. Hipertexto e construção do sentido. **Alfa: Revista de Linguística**, São Paulo, v. 51, n. 1, p. 23 – 38, 2007. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/1425>. Acesso em: 18 fev. 2022.

LEMOS, A. Cultura da Mobilidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 16, n. 40, p. 28-35, dez. 2009. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6314>. Acesso em: 28 dez. 2022.

LEMOS, A. Mídia Locativa e Territórios Informacionais. In: ARANTES, P; SANTAELLA, L (orgs.). **Estéticas Tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008. P. 207-230.

LEMOS, A. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes**, São Paulo, n. 1, p. 121-137, 15 out. 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38180>. Acesso em: 12 fev. 2022.

LE VINE, S; POLAK, J. Introduction to special issue: new directions in shared-mobility research. **Transportation**, Nova York, v. 42, p. 407-411, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/276084027_Introduction_to_special_issue_new_directions_in_shared-mobility_research. Acesso em: 12 fev. 2022.

LÉVY, J. Os Novos Espaços da Mobilidade. **Geographia**, [S.L.], v. 3, n. 6, [n.p.], 21 set. 2009. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13407/8607>. Acesso em: 11 fev. 2022.

LÉVY, P. **O que é o virtual?**. São Paulo: Editora 34, 1996. Disponível em: http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/02_arq_interface/6a_aula/o_que_e_o_virtual_-_levy.pdf. Acesso em: 22 jan. 2022.

LIN, J; YANG, T. Strategic design of public bicycle sharing systems with service level constraints. **Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review**, [S.L.], v. 47, n. 2, p. 284-294, mar. 2011.

LOFTI, M. Mídias hiperlocais e seus efeitos sociais. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro, n. 54, p. 248-256, jul. 2019. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/lc/article/download/41706/22607>. Acesso em: 13 fev. 2022.

MACHADO, J. R; TIJIBOY, A. V. Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa. **Novas Tecnologias na Educação**, Porto Alegre, v.

3, n. 1, p. 1-9, maio 2005. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/renote/article/view/13798>. Acesso em: 08 fev. 2022.

MANTOVANI, C. M. C. A. **Narrativas de Mobilidade**: comunicação, cultura e produção em espaços informacionais. 2011. 234 f. Tese (Doutorado) – Curso de Ciência da Informação, Escola da Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECID-8P2JKG/1/narrativas_da_mobilidade_tese_camilamantovani_eci.pdf. Acesso em: 11 fev. 2022.

MARTELETO, R. M. REDES SOCIAIS, MEDIAÇÃO E APROPRIAÇÃO DE INFORMAÇÕES: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 27-46, jan./dez. 2010. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/2247/1/Marteletto_redes%20sociais%20mediacao%20e%20apropriacao%20de%20informacoes.pdf. Acesso em: 22 jan. 2022.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/6Y7Dyj4cVd5jdRkXJVxhxqN/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 08 fev. 2022.

MARTÍN-BARBERO, J. Cidade virtual: novos cenários de comunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v.11, [s.n], p. 53-67, 30 abr. 1998. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36340/39060>. Acesso em: 22 jan. 2022.

MATEUS, S. O Presenteísmo: meditações atuais sobre comunicação e temporalidade. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. 15, n. 3, p. 171-181, set./dez. 2013. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2013.153.03>. Acesso em: 14 fev. 2022.

MELO, R. R de. **Transportes compartilhados por aplicativos e o paradigma da mobilidade urbana sustentável**. 2020. 231 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Engenharia Civil, Departamento de Engenharia Civil e Ambiental, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/38688>. Acesso em: 12 fev. 2022.

MOBILIDADE. *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/mobilidade/> Acesso em: 11 fev. 2022.

MORAES, D de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de Las Tecnologías de La Información y Comunicación**, Aracaju, v. 9, n. 2, [n.p.], mai./ago. 2007. Disponível em: http://observatorioidaimprensa.com.br/download/Comunicacao_alternativa.pdf. Acesso em: 22 jan. 2022.

MOREIRA, V. L; ROMÃO, L. M. S. O discurso no Twitter, efeitos de extermínio em rede. **Revista Rua**, Campinas, v. 2, n. 17, p. 78-96, jul. 2015. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638326>. Acesso em: 10 fev. 2022.

PERLES, J. B. **Comunicação**: conceitos, fundamentos e história. 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>. Acesso em 12 fev. 2022.

PIRES, G. T. S. FOTOGRAFIA ATRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVEIS: estudo de caso sobre o instagram. **Revista da Graduação**, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p. 10-74, maio 2013. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/graduacao/article/view/13776>. Acesso em: 13 fev. 2022.

PRIMO, A. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, twitter e mídia massiva. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 16, p. 43-59, dez. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641242005.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

RECUERO, R; ZAGO, G. “RT, por favor”: considerações sobre a difusão de informações no twitter. **Revista Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 12, n. 2, p. 69-81, maio/ago. 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259338496_RT_por_favor_consideracoes_sobre_a_difusao_de_informacoes_no_Twitter . Acesso em: 10 fev. 2022.

RECUERO, R; ZAGO, G. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no twitter. **Líbero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 81-94, dez. 2009. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/498/472>. Acesso em: 10 fev. 2022.

ROCHA, T.B. PESQUISA EM REDES SOCIAIS NA INTERNET: OS DISCURSOS NO CIBERESPAÇO. **Educação em Foco**, Juiz de Fora, v. 23, n. 1, p. 225-244, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/edufoco/article/view/19982>. Acesso em: 22 jan. 2022.

SANTOS, E. A CIBERCULTURA E A EDUCAÇÃO EM TEMPOS DE MOBILIDADE E REDES SOCIAIS: CONVERSANDO COM OS COTIDIANOS. In: FONTOURA, H. A da; SILVA, M. (org.). **Práticas Pedagógicas, Linguagem e Mídias**: desafios à pós-graduação em educação em suas múltiplas dimensões. Rio de Janeiro: ANPEd Nacional, 2011. P. 75-98. Disponível em: http://www.tedic.ufscar.br/pdf/publicacoes_capitulos/Objetos%20de%20aprendizagem%20no%20ensino%20de%20fisica%20um%20recurso%20pedagogico%20moderno%20para%20professores%20e%20alunos.pdf#page=75. Acesso em: 12 fev. 2022.

SANTOS, J. L dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006. (Coleção primeiros passos). Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5767487/mod_resource/content/1/O%20que

[%20%C3%A9%20Cultura%20%20-%20Jose%20Luiz%20dos%20Santos.pdf](#).

Acesso em: 10 fev. 2022.

SEGALA, M; WACHELKE, J. F. R. Interdisciplinaridade em Psicologia Social e Comunicação Social. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/51556134945459252319152535478227112370.pdf>. Acesso em: 08 dez. 2022.

SILVA, F. F da. JORNALISMO E TECNOLOGIAS DA MOBILIDADE: Conceitos e onfigurações. In: Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber, 2., 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: PUC-SP, 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Silva-54/publication/242743972_JORNALISMO_E_TECNOLOGIAS_DA_MOBILIDADE_Conceitos_e_onfiguracoes_1/links/55a13a8308aec9ca1e63d5e2/JORNALISMO-E-TECNOLOGIAS-DA-MOBILIDADE-Conceitos-e-onfiguracoes-1.pdf.

SOARES NETO, R. N de A. Revolução informacional, novas tecnologias e consumo imediatista. **Caderno de Campos**, Araraquara, n. 16, p. 111-124, 2012. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/cadernos/article/view/7319>. Acesso em: 14 fev. 2022.

SOUZA, M. R. Fundamentos linguísticos da comunicação. In: Adísia Sá (Coord.). **Fundamentos científicos da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973, p. 207-239.

TWITTER. **Sobre**. Disponível em: <https://about.twitter.com/pt>. Acesso em: 10 dez. 2022.

UBIQUIDADE. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/ubiquidade/>. Acesso em: 13 fev. 2022.

XAVIER, A. C. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A; XAVIER, A.C. **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. São Paulo: Cortez, 2009. P. 170 – 180.

WHATSAPP. **Sobre o WhatsApp**. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/about>. Acesso em: 12 fev. 2022.

WOLTON, D. **PENSAR A COMUNICAÇÃO**. Algés: DIFEL, 1999. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/s05nx8c>. Acesso em: 10 fev. 2022.

ANEXOS

ANEXO 1

Resolvi ir pro centro de bike. Pedi a senha do Gyn de bike pro amigo, passou. Cheguei na estação, sem bike. Ando até a outra, sem bike. Chego no Bougainville já, 1 bike, pneu furado.
Vim apé
Como diz Beto Cupertino prefiro morrer sobre o sol do cerrado



0:02 135 visualizações

12:50 PM · 1 de set de 2021 · Twitter Web App

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 2

← **Tweet**

Que tal um rolê de Bike!!!
[#gyndebike](#) [#bike](#) @ Goiânia, Brazil
[instagram.com/p/BOxZ1bOAPKk/](https://www.instagram.com/p/BOxZ1bOAPKk/)

4:24 PM · 2 de jan de 2017 · Instagram

1 Curtida

🗨️ ↻️ ❤️ ↗️

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 3



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 4



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 5



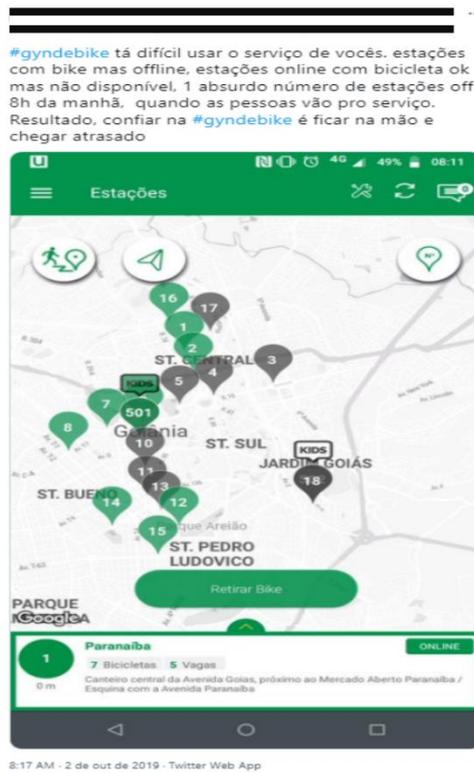
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 6



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 7



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 8

não e esse povin do rolê de bike gyn compartilhando,
vai se fuder porra

4:09 PM · 5 de nov de 2020 · Twitter Web App



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 9

O projeto [#GynDeBike](#) da Prefeitura de Goiânia possibilita utilizar bicicletas de forma compartilhada. Para melhorar o serviço, foi inaugurada uma estação na Praça do Trabalhador.

Acesse [→ debikegoiania.com](https://debikegoiania.com)

[#desenvolvimentesustentável](#)
[#responsabilidadeambiental](#)



2:37 PM · 8 de fev de 2019 em Goiânia, Brasil · Twitter Web Client

2 Retweets 3 Curtidas

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 10



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 11



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 12



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 16



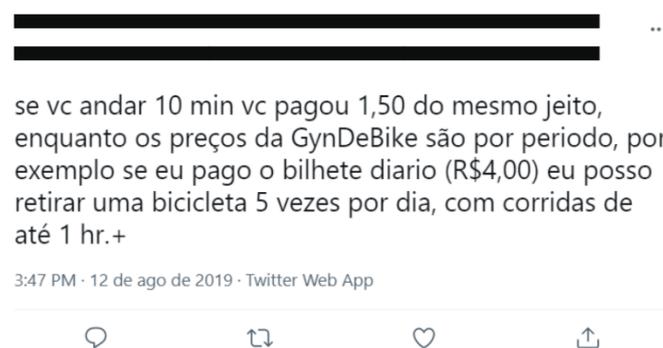
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 17



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 18



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 19



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 20

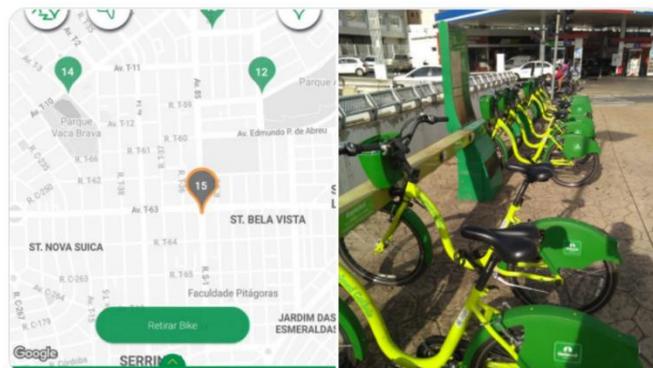


Fonte: Elaboração própria

ANEXO 21

[redacted] ...

Tá impossível usar o #gyndebike
Estação 15 está off toda semana e hoje, off com 8 Bicicletas



7:49 AM · 25 de out de 2019 · Twitter Web App

ANEXO 28

Passeio de bike! 🚲 🏁 #GynDeBike #compartilhada @
Goiânia, Brazil [instagram.com/p/BOSDSLKAE-40...](https://www.instagram.com/p/BOSDSLKAE-40...)

12:10 PM · 21 de dez de 2016 em Goiânia, Brasil · Instagram

1 Retweet

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 29

Beleza, decidi participar daquele gyn de bike, aquelas bicicletas verdes espalhadas pelo centro, e só digo uma coisa:

Putá merda tô morto.

Não fumo mais antes de pegar essas bicicletas, só depois que chegar nas estações.

Apesar de tudo, beleza ótimo serviço pena que banco duro

7:30 AM · 7 de mar de 2019 · Twitter for Android

9 Curtidas

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 30

#SaiuNaMídia
 O jornal Diário da Manhã desta segunda-feira, 10, destaca as ações promovidas pela Prefeitura de Goiânia neste fim de semana. A realização do Mutirão Tech e a inauguração de quatro novas estações do #GynDeBike estão entre elas.



9:57 AM · 10 de jun de 2019 · Twitter for iPhone

2 Retweets 4 Curtidas

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 31

← **Tweet**

Do Bueno ao Centro em 15min, nem de Bus e nem de Carro.. #GynDeBike

6:43 PM · 28 de dez de 2016 em Goiânia, Brasil · Twitter for Android

4 Curtidas

🗨️ ↻️ ❤️ 📤

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 32



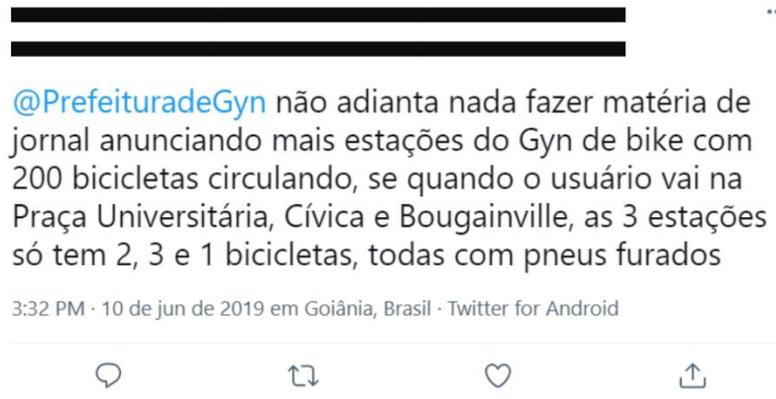
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 33



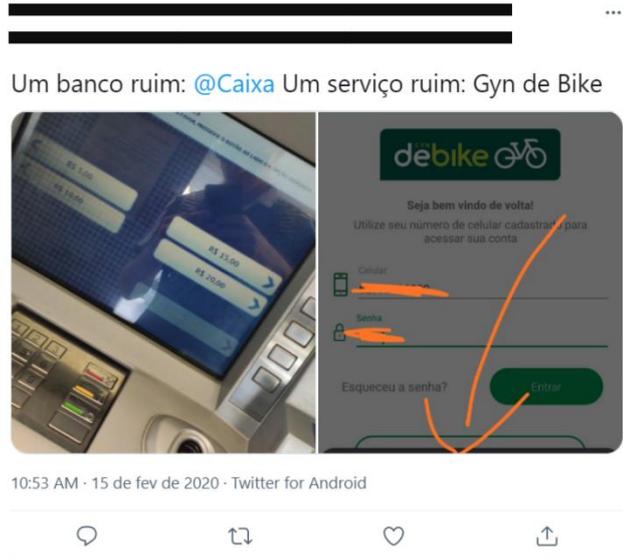
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 34



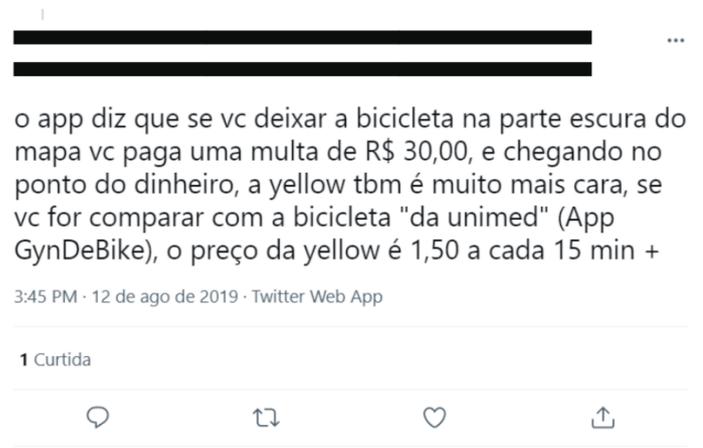
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 35



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 36



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 37



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 38



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 39



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 40

Mora em #Fortaleza ou em #Goiania? Siga a prefiro ir de bike aqui no #twitter, sempre informações bacanas sobre #ciclomobilidade das duas cidades. E glr de outros estados é super bem-vinda tbm hahaha. #gyn #fortal

5:59 PM · 24 de abr de 2019 · Twitter for Android

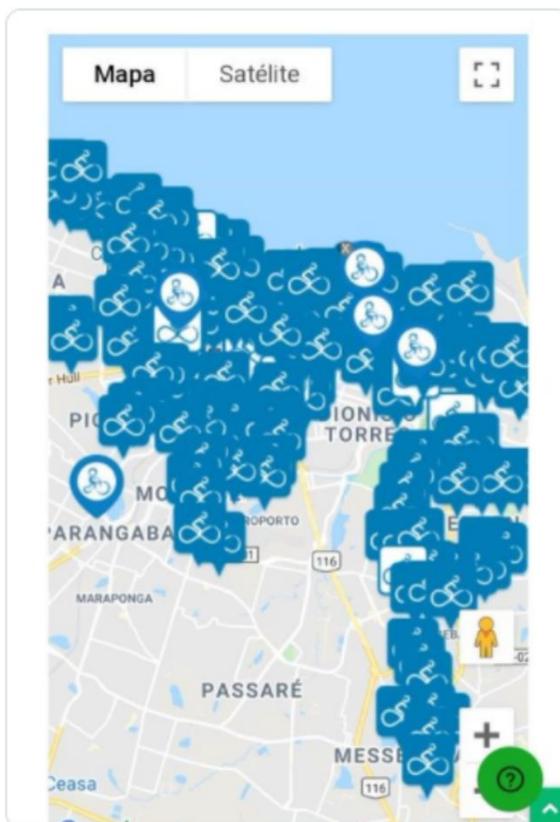
1 Curtida



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 41

Essa aqui é pra galera de #Goiania ver o que é uma rede de bicicletas compartilhadas grande. Hoje essa rede fez tanto sucesso que já não consegue dar conta da demanda (há alguns anos já). Enquanto isso #gyn tem apenas 17 estações do #gyndebike. Ambos são da msm operadora.



8:07 AM · 7 de set de 2020 · Twitter for Android

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 42



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 43



11:13 AM · 28 de fev de 2019 · Twitter for iPhone

3 Retweets 5 Curtidas

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 44



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 45



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 46



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 47

Essa foi uma foto que eu precisei tirar pra mandar pro cara do gyn de bike que destravou uma bicicleta no nome dele pra mim, que cheguei na estação eles tavam consertando então fiquei esperando mas não funcionou aí ele fez esse favorzão, mas eu tinha que garantir a devolução



7:47 PM · 27 de jan de 2021 · Twitter for Android

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 48

Finalmente testei as bikes da Green depois de passar em tempão passando raiva com o Gyn de Bike.
 Pago no boleto / só aceita crédito
 Pego e deixo mais próximo / só podia pegar e deixar em estações limitadíssimas
 Bikes boas / era triste
 1,50 15 min :))

longrin.com/xKWRTbXHbeLrjn...

9:25 PM · 11 de jan de 2020 · Twitter Web App

1 Curtida



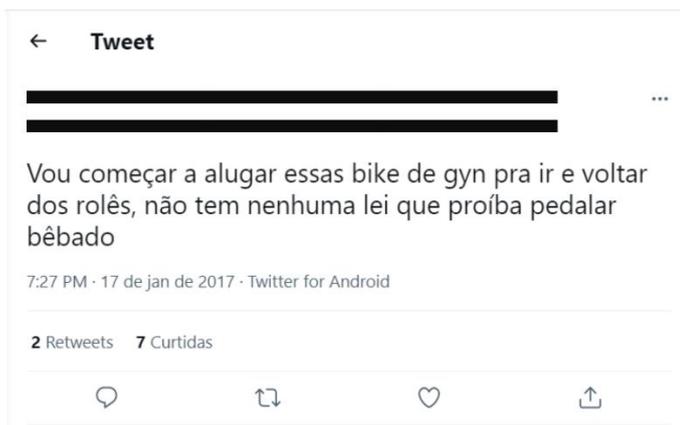
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 49



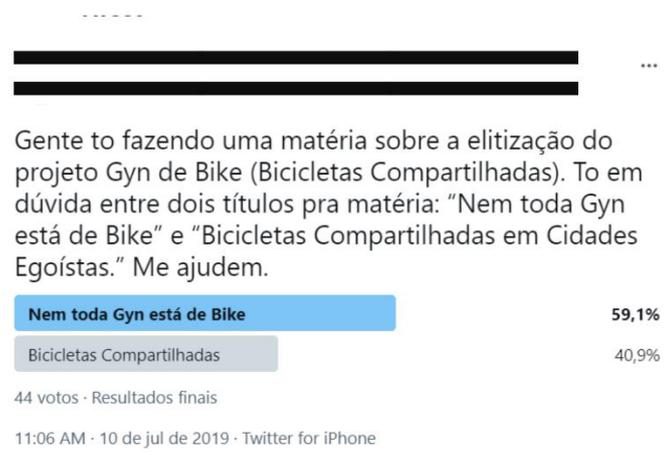
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 50



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 51



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 52

com isso digo q a yellow é bacana pra lazer, uma vez ou outra, mas se vc tiver uma rota fixa pra fazer td dia vai preferir a da unimed. Tem uma coisa só q eu real prefiro a yellow q é o relatorio de viagem, pra qm curte contar caloria ou Km o GynDeBike é triste fica comparação:

Número da Bike: 14972
Número do Passe: 35715942836
Status: Finalizada

Viagem de bike finalizada
Segunda-feira, 12 de ago às 15:20

12/08/2019 13:04:36 **E - Praça Tamandaraé**
12/08/2019 13:29:09 **17 - IFG - CÂMPUS GO.**

Sua viagem teve duração de:
0h 24min 33seg

Valor cobrado R\$1,50

11min tempo
1,7km distância
50,33 calorias
-0,35kg CO2

Como foi sua viagem?
☆☆☆☆☆

3:52 PM · 12 de ago de 2019 · Twitter Web App

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 53

essas bike do unimed foi uma das melhores coisas aqui de gyn

1:41 PM · 7 de set de 2020 · Twitter for iPhone

4 Curtidas



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 54

← Tweet

Míseras 249 pessoas usam a bike compartilhada de Gyn por dia, na média. Isso representa menos de 0,002% da população. Número Insignificante.

5:38 PM · 9 de jan de 2017 · Twitter Web Client

1 Tweet com comentário 3 Curtidas



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 55



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 56



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 57



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 58

← Sequência

[Redacted]

me perguntando pq resolvi voltar de gyn de bike pra casa hj. So tomei no cu com a corrente da bicicleta quebrando 3 três vezes durante o percurso, minha mão tá cheia de graxa. Lamentável

6:18 PM · 15 de jun de 2018 · Twitter for iPhone

1 Curtida

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 59

[Redacted]

sentada no areiao esperando o app do gyn de bike voltar ao normal

6:02 PM · 29 de set de 2019 · Twitter for iPhone

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 60

← Tweet

[Redacted]

Finalmente andei de Bike pelo aplicativo [#GynDeBike](#). Adorei! Ótimo passeio, ótima companhia!

9:20 PM · 12 de mar de 2017 em Goiânia, Brasil · Twitter for Android

1 Curtida

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 61



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 62



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 63



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 69



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 70



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 71



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 72



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 73



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 74



5:46 PM · 24 de abr de 2019 · Twitter for Android

Fonte: Elaboração própria

ANEXO 75



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 76



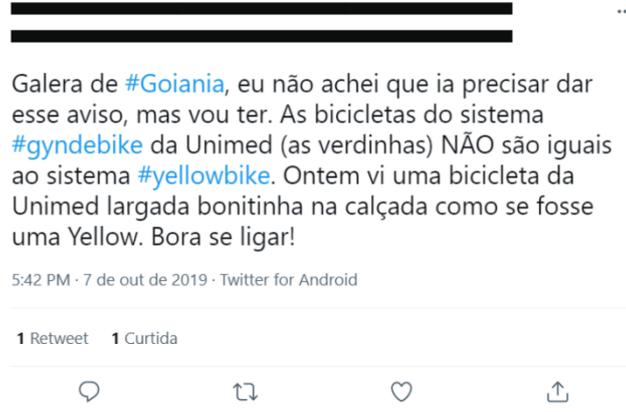
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 77



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 78



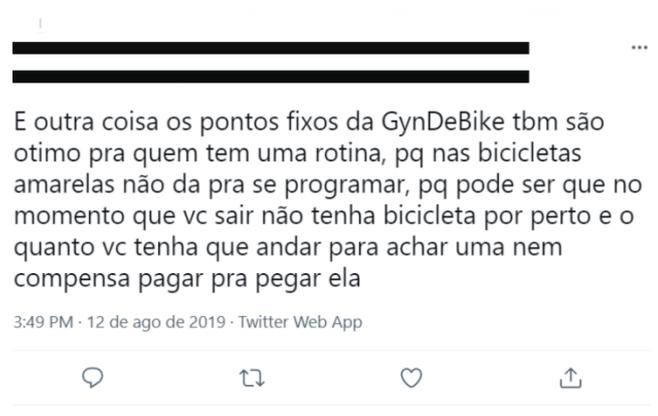
Fonte: Elaboração própria

ANEXO 79



Fonte: *Twitter*

Fonte: Elaboração própria



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 81



Fonte: Elaboração própria

ANEXO 82



Fonte: Elaboração própria