

LETRAMENTO DO COPIAR E COLAR?
PRÁTICAS DE LETRAMENTO NA PRODUÇÃO DE UM PERFIL MYSPACE**

COPY AND PASTE LITERACY?
LITERACY PRACTICES IN THE PRODUCTION OF A MYSPACE PROFILE

DAN PERKEL***

RESUMO: Nos últimos anos, educadores, a mídia, políticos, oficiais da lei, publicitários, capitalistas de risco, acadêmicos, crianças, adolescentes e pais – um amplo segmento da sociedade americana no geral – voltaram sua atenção para um *site* conhecido como MySpace¹. Em relação aos adolescentes, muito do debate público tem se preocupado com questões relativas à privacidade e segurança. Contudo, neste artigo, meu interesse concentra-se na produção e uso dos perfis MySpace por parte dos adolescentes na comunicação cotidiana.

Palavras-chave: letramento do copiar e colar; letramento; perfil MySpace.

ABSTRACT: Over the past several years, educators, the media, policy makers, law enforcement officials, advertisers, venture capitalists, academics, kids, teenagers, and parents—a large segment of American society as a whole—have all turned their attention to a website called MySpace². With respect to teenagers, much of the public debate has been concerned with issues of privacy and safety. However, in this paper my interest is in teenagers’ production and use of their MySpace profiles as a part of their everyday communication.

Keywords: copy and paste literacy; literacy; MySpace profile.

* Original em inglês publicado em 2008 com o título “Copy and Paste Literacy? Literacy Practices in the Production of a MySpace Profile”. In: Drotner, Kirsten, Jensen, Schroeder (eds.) *Informal Learning and Digital Media: Constructions, Contexts and Consequences*. Newcastle, UK: Cambridge Scholar Press, p. 203-224. Agradecimentos do autor à Cambridge Scholars Press pela permissão para republicação em língua portuguesa. Agradecimentos das organizadoras deste número ao autor pela mediação no processo de autorização para tradução.

** Trabalho realizado como parte da pesquisa Kids’ *Informal Learning with Digital Media*, subvencionada pela Fundação MacArthur. Agradeço a Heather Horst, Peter Lyman, and Ryan Shaw pelos comentários abrangentes e discussões nos rascunhos. Agradeço também ao Centro, seus professores e alunos, Judd Antin e Christo Sims por suas atuações no projeto. Também devo agradecimentos a Andrea diSessa, danah boyd, Mimi Ito, Sarita Yardi, Øystein Gilje, Eli Chapman, Jessica Parker, aos organizadores do volume detalhado na Nota anterior, bem como a outros membros do projeto Digital Youth, pela inspiração, sugestões e conselhos.

*** PhD Candidate School of Information, Berkeley Center for New Media University of California at Berkeley. <dperkel@ischool.berkeley.edu>.

¹ <http://www.myspace.com>. MySpace foi lançado em 2003 e Rupert Murdoch’s News Corp comprou o site em 2005 por 580 milhões USD. Desde seu lançamento, MySpace se tornou um dos *sites* mensalmente mais visitados. Para uma visão geral do *site* e de como alguns adolescentes o utilizam, veja boyd, 2006a.

² <http://www.myspace.com>. MySpace foi lançado em 2003. Rupert Murdoch’s News Corp comprou o site em 2005 por 580 milhões. Desde seu lançamento, MySpace se tornou um dos sites mais visitados. Para uma visão geral do site e do uso que alguns adolescentes fazem do site, veja boyd, 2006a.

Nos últimos anos, educadores, a mídia, políticos, oficiais da lei, publicitários, capitalistas de risco, acadêmicos, crianças, adolescentes e pais – um amplo segmento da sociedade americana no geral – voltaram sua atenção para um *site* conhecido como MySpace³. Em relação aos adolescentes, muito do debate público tem se preocupado com questões relativas à privacidade e segurança. Contudo, neste artigo, meu interesse concentra-se na produção e uso dos perfis MySpace por parte dos adolescentes na comunicação cotidiana.

MySpace é um site no qual milhares de membros⁴ criam perfis pessoais e participam de uma variedade de atividades sociais. Para os adolescentes que utilizam o MySpace ativamente, ele se torna um dos meios principais de comunicação interpessoal. Além disso, é um ambiente no qual os adolescentes participam de muitas esferas da cultura americana, especialmente nos setores de entretenimento, tais como: música, televisão e cinema (boyd, 2006a). Muitos deles investem tempo e esforços na criação e manutenção de seus perfis MySpace. De que modo a produção de um perfil MySpace representa um locus de novos letramentos digitais?

A resposta depende de como se entende “letramento”. Aqui, primeiramente analiso a criação de um perfil MySpace no que concerne à uma perspectiva de letramento que integra perspectivas sociais e técnicas anteriores com foco no uso do código. Em seguida, argumento que, apesar de não ser um ambiente ideal para a aprendizagem de algumas linguagens de produção Web, a força expressiva encontrada na criação de um perfil MySpace se refere a uma prática tecnicamente simples, mas socialmente complexa: o colar e copiar de um código como forma de apropriação e reutilização de produtos de mídia de outras pessoas. Por fim, defendi que essa prática leva a questionamentos acerca das dicotomias usadas na descrição dos processos de “consumo” e “produção” bem como às atividades de “leitura” e “escrita”. Ao integrar trabalhos recentes sobre mídia e estudos culturais com pesquisas sobre letramento, conceitos tais como “participação” e “remix” fornecem uma maneira útil para descrever essa nova prática de letramento.

ESTUDANDO O MYSPACE EM USO

Minha compreensão do uso do MySpace foi construída com base em pesquisas anteriores (Marwick 2005, boyd 2006a, 2006b), em meu próprio uso do *site* bem como em observação participante junto a adolescentes. Um dos problemas metodológicos ao se estudar a internet, especialmente ao se tentar empregar métodos associados à etnografia, é localizar o “*site*” da pesquisa (Lyman and Wakeford 1999, Hine 2000). Explorei o MySpace

³ <http://www.myspace.com>. MySpace foi lançado em 2003. Rupert Murdoch’s News Corp comprou o site em 2005 por 580 milhões. Desde seu lançamento, MySpace se tornou um dos sites mais visitados. Para uma visão geral do site e do uso que alguns adolescentes fazem do site, veja boyd, 2006a.

⁴ É bastante difícil precisar o número de pessoas que usam MySpace. Há sempre uma grande discrepância entre o número de perfis, usuários registrados e usuários ativos: as pessoas podem ter várias contas e empresas e instituições podem também ter contas. No fim de 2006, segundo o *San Francisco Chronicle*, havia cerca de 70 milhões de usuários (FOST, 2006). Antes disso, uma estimativa de julho de 2006 indicou “próximo de 100 milhões de usuários no total” (Olson, 2006).

e o processo de produção de perfis para melhor compreender como o *site* funciona, o que incluiu seguir *links* para recursos externos tais como *sites* de tutoriais, blogs, e recursos de terceiros. Contudo, MySpace, diferentemente da escrita deste artigo, não é parte significativa de minha comunicação rotineira, assim como também não sou um adolescente. Assim, inspirado pela pesquisa sobre letramento com foco no estudo acerca de como ocorre a apropriação e o uso de ferramentas e tecnologias no cotidiano (por exemplo, Scribner and Cole 1981, Street 1995), tenho realizado observação participante em um centro comunitário de artes e tecnologia (doravante o Centro) com vistas a maior compreensão sobre a maneira como os adolescentes usam o MySpace em um ambiente “natural”, ou seja, em um local onde poderia ser usado independente de minha presença⁵.

O Centro oferece aulas para adolescentes sobre uma ampla variedade de habilidades de produção de mídia. O Centro possui internet banda larga de alta capacidade e dez computadores *Macintosh* para uso dos alunos em projetos em aula. Contudo, antes e depois das aulas, durante os intervalos, e até mesmo nos curtos espaços de tempo entre as atividades, muitos alunos (faixa etária entre 13 e 17 anos) usam os computadores para acessar suas contas no MySpace. Apesar de não ser possível saber se os alunos usam o MySpace de forma diferente no Centro em comparação a outros lugares, eles não demonstram muita inibição durante sua utilização. Em suma, os alunos se apropriaram do Centro como um lugar onde usam o MySpace como parte da comunicação diária com seus amigos e família.

O PERFIL MYSPEACE: UMA PRODUÇÃO SOCIAL

Um perfil MySpace é uma página Web frequentemente colorida e com muitos recursos de mídia, onde os membros se descrevem, listam seus interesses e se conectam a amigos. Muitas páginas de adolescentes consistem de uma miscelânea de textos, fotos, animações gráficas, cores brilhantes e som, o que levou uma popular revista de negócios americana a defini-las como “anarquia de design” (JAMES, 2006). Essas páginas apresentam uma aparência bastante diferente da página padrão acessada por novos membros.

Há inúmeros fatores que explicam porque páginas MySpace de diferentes membros podem parecer (e soar) radicalmente diferentes umas das outras.⁶ Primeiramente, membros participantes podem substituir os parâmetros que controlam a aparência inicial de uma página, incluindo cores de fundo, tamanho e cor das fontes, bordas e imagens de fundo (ver Figura 1). Os membros do MySpace tipicamente usam um dos muitos sites de terceiros, escolhendo dentre uma ampla variedade de “*layouts*” ou usando um “gerador de códigos” que apresenta opções de cores, tipo e tamanho de fontes, dentre outras para cada aspecto da página⁷.

⁵ Parte desta pesquisa envolveu colaboração com dois colegas e meu trabalho aqui também contempla suas observações. Assim, em alguns momentos neste capítulo, usarei o pronome “nós”.

⁶ Neste artigo, não considero o uso de texto no MySpace. Contudo, o *site* impõe poucos limites em relação à quantidade de texto que um usuário pode colocar, e a importância visual de grandes ou pequenos blocos de texto como elementos visuais não deve ser desconsiderada. Conforme Kress argumenta, “na tela a entidade textual é tratada como uma entidade visual” (KRESS, 2003, p. 65).

⁷ Dois *sites* de layout frequentemente encontrados por mim em pesquisas aleatórias na internet: *Free web layouts* (<http://www.freeweblayouts.net/>) e *Pimp-my-profile* (<http://www.pimp-my-profile.com/>). Um gerador facilmente encontrado foi *Thomas MySpace Editor* (<http://www.strikefile.com/myspace/>).



Figura 1 – Duas versões do perfil MySpace do autor. O perfil da esquerda utiliza o layout e cores padrões. O da direita usa estilos e gráficos diferentes para modificar os elementos visuais.

Após encontrar um *layout* ou usar um gerador de códigos, o usuário precisa copiar um bloco de códigos HTML e CSS (folha de estilo em cascata) do site e colá-lo em um dos campos de formulário de texto livre fornecidos pelo MySpace para enviar informação do perfil (ver Figura 2)⁸.

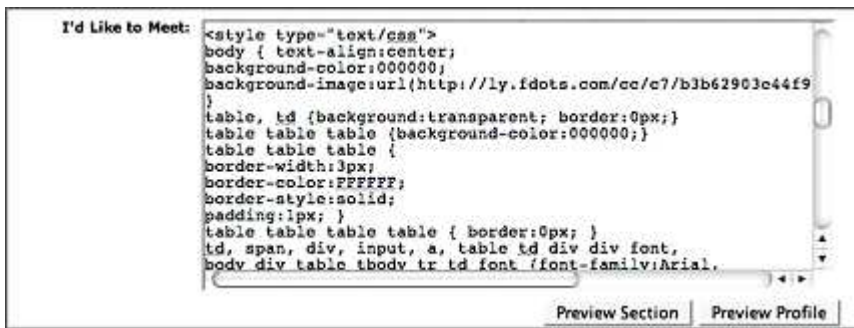


Figura 2 – Mudar o tema da página requer colocar o código em um formulário do perfil

Customizar usando *layout* temático frequentemente envolve a utilização de mídias e gráficos que acompanham os modelos [*templates*], também hospedados em sites de terceiros, como um produto secundário do uso daquele *layout*. Porém, os membros podem também explicitamente “embutir” mídia em suas páginas colando códigos associados a imagens, vídeo, áudio e até mesmo a jogos (ver Figura 3). A reutilização e apropriação de mídias são responsáveis por grande parte da cor, som e animação de uma página e também determinam a forma como outros elementos aparecem pela ocupação de espaço horizontal e vertical. Ao associar-se a mídias dessa forma, implicitamente por meio dos layouts ou pela

⁸ MySpace, na ocasião da elaboração deste trabalho, não fornecia “recursos” explícitos para a customização de perfil. Como foi verificado posteriormente, é um caso de “erro” de engenharia transformado em recurso, ocorrido quando os engenheiros não conseguiram remover as tags HTML dos campos de formulário. Mais tarde, usuários e outros *sites* exploraram esse recurso para criar a ideia de “customização” (CARR, 2007).

incorporação explícita, os membros abrem mão de parte do controle daquilo que aparece em seus perfis bem como das possíveis mudanças no decorrer do tempo, já que a mídia geralmente existe em servidores de alguém ou de uma empresa⁹.



Figura 3 – Imagens embutidas e outras mídias em um perfil

Por fim, os usuários podem incluir mídias em seus comentários nas páginas de outras pessoas com os mesmos efeitos estéticos (ver Figura 4). Consequentemente, mesmo que um membro selecione cuidadosamente ou manipule as mídias na tentativa de controlar a edição e a estética da página, os comentários dos amigos podem trabalhar no sentido contrário a tais esforços.

A incorporação do código com *links* para mídia, seja pelo “dono” do perfil ou seus amigos, significa que cada perfil é o produto de muitas pessoas, não só do trabalho individual de um membro do MySpace. Controle contínuo da construção do perfil é distribuído entre muitas pessoas e recursos. Assim, ao examinar como os perfis assumem a aparência atual, se torna difícil isolar as práticas técnicas das sociais. Uma visão de letramento que não considera as dimensões sociais do que também é uma prática técnica não é suficiente. Mas ignorar as dimensões técnicas pode não revelar a importância potencial de novas mídias, como o código, nessas práticas sociais. Na próxima seção, apresento a perspectiva social e técnica do letramento e analiso a produção de um perfil MySpace sob essa ótica.

⁹ Servidores que hospedam mídias podem sair do ar. Serviços de hospedagem de mídia podem limitar a largura da banda na conta de um usuário. Alguns dos adolescentes com os quais conversei, têm perfis com gráficos de “imagem não encontrada” onde antes havia alguma coisa.



Figura 4 – Comentários podem incluir incorporação de mídias e mensagens textuais

O PERFIL MYSPACE COMO UM *SITE* DE NOVOS LETRAMENTOS

Diferentes teorias do letramento apresentam diferentes noções do que significa ser “letrado” na sociedade. Algumas focaram no que pode capacitar a tecnologia (ou meio) e nas consequências cognitivas e sociais que dela resultam (por exemplo, GOODY e WATT 1968; GOODY 1977; OLSON 1977; ONG 1982). Argumentando contra muitas das premissas e conclusões deste trabalho, Scribner e Cole introduziram a noção de “prática de letramento”, o uso situado de uma “combinação de tecnologia, conhecimento e habilidades” e a aplicação desse conhecimento para “propósitos específicos em contextos específicos de uso” (SCRIBNER e COLE 1981, p. 235). De modo similar, o “modelo ideológico” de letramento (STREET, 1984) e o movimento dos “Novos Estudos do Letramento”, que consideram os letramentos como práticas sociais (STREET, 1995, GEE, 1996), transferem o foco do meio de expressão para as práticas sociais, nas quais o uso de mídia é incorporado, e nas ideologias implícitas nessas práticas. Recentemente, pesquisas sobre letramentos digitais ou midiáticos (HOBBS, 2004; LIVINGSTONE, 2004) mostram que há uma gama de perspectivas de avaliação de quais aspectos do uso de mídias são essenciais para as noções de letramento, desde o consumo crítico até ser capaz de utilizar as ferramentas de produção.

Uma perspectiva que busca integrar essas diferentes compreensões de letramento é a de Andrea diSessa (2000, no prelo) que define letramento como “a convergência de um amplo número de gêneros e nichos sociais em uma forma representacional comum” (diSESSA, 2009, p. 24). Sua definição conjuga três influências teóricas das apresentadas anteriormente. Em primeiro lugar, usos de uma mídia em particular precisam ser considerados dentro de um contexto social. Em segundo lugar, esses usos assumem diferentes padrões, ou gêneros.

Por último, as propriedades relativas ao meio [*medium*] de tais formas representacionais são relevantes. Essa definição de letramento se sobrepõe de modo significativo à noção de “prática de letramento” de Scribner e Cole (1984), isto é, compreender o letramento significa compreender como as pessoas usam as tecnologias, habilidades e conhecimento em contextos sociais específicos. Contudo, o objetivo de diSessa é verificar como os usos de uma determinada forma ultrapassa diferentes contextos sociais.

Neste trabalho, uso essa perspectiva para analisar a produção de um perfil MySpace devido ao equilíbrio entre as visões técnicas e sociais de letramento e também porque tal perspectiva provê uma lente através da qual visualizar o debate já mencionado. Nesta seção e na próxima, argumento que a perspectiva teórica de diSessa é uma maneira produtiva de compreender a possibilidade de novos letramentos na produção de um perfil MySpace.

PERFIS MYSPACE E NICHOS SOCIAIS

De acordo com diSessa, um nicho social representa a “complexa rede de dependências” em comunidades que permitem (ou não) o desenvolver de diferentes competências (2000,24). A ênfase de diSessa nos nichos sociais requer um exame da gama de usos do MySpace e de como tais usos são apoiados por valores, crenças e práticas (ver também GEE, 1996).

As características e usos do MySpace mostram uma convergência de muitos de seus precursores na rede e dos usos a eles relacionados. MySpace pode ser considerado uma alternativa mais interativa em comparação a páginas pessoais para muitos de seus usuários adolescentes (CHANDLER e ROBERT YOUNG, 1995). É um serviço de “rede social” que permite às pessoas expor suas redes de “amigos” (ou contatos) e nelas navegar, bem como encontrar pessoas por meio de outras (MARWICK, 2005; boyd, 2006a). MySpace tem também características que sustentam blogs, quadros de avisos, mensagens instantâneas síncronas (IM), mensagens assíncronas (similares ao e-mail), encontros online e compartilhamento de fotos. Algumas dessas características, como pude verificar no Centro, são articuladas para dar suporte à construção de relações adolescentes entre novos amigos dentro do Centro.

MySpace também é um *site* no qual produção e consumo de entretenimento convergem. Os serviços MySpace de música e vídeo permitem que artistas profissionais e amadores divulguem sua música tornando-a disponível para uso em perfis de outras pessoas. Alguns dos adolescentes do Centro participam dessa prática emergente, usando o MySpace para promover vídeos criados no Centro ou fora dele. Do ponto de vista do consumo, MySpace é também um *site* para encontrar e compartilhar músicas e vídeos, o que parece ser uma característica primordial para os adolescentes no Centro. Por exemplo, Grace, 14 anos, gasta um tempo significativo para encontrar uma determinada música e incorporá-la a seus perfis como sua “música de perfil”. Como um exemplo mais complexo de consumo, ela também utiliza o MySpace como fonte de toques para seu celular. Em uma ocasião, pude observá-la navegar por diversos perfis MySpace de artistas populares, escolher uma música em particular, incorporar tal música em seu perfil e então executar a música enquanto segurava seu aparelho celular perto das caixas de som do computador para gravá-la.

Os nichos sociais nesses exemplos podem ser vistos como incluindo a variedade de pessoas e instituições que apóiam e valorizam a maneira como os adolescentes usam o MySpace, tais como: os professores e outros alunos no Centro, as famílias e os amigos dos adolescentes, e também as indústrias e as instituições que também usam o MySpace para seus próprios interesses comerciais. A compreensão dos diversos usos dos perfis demanda mais pesquisas acerca de como os nichos sociais e contextos se sobrepõem, o que ultrapassa o escopo deste artigo.

GÊNEROS NA PRODUÇÃO DE PERFIS MYSACE

O segundo componente do modelo de diSessa é o conceito de “gênero” no uso de um meio. diSessa define “gênero” como “a forma especializada na qual encontramos letramento exercido na produção e no consumo” (diSESSA, 2000, 22). O autor adapta tal termo a partir de Bakhtin, que discute gêneros como padrões de linguagem que adquirem estabilidade através de usos específicos em uma “esfera de atividade” (BAKHTIN, 1986, p. 60). De acordo com Bakhtin, as formas genéricas moldam nossas escolhas linguísticas e a construção de pensamentos na comunicação. Por fim, Bakhtin argumenta que os gêneros precisam ser plenamente apropriados para que possam ser manipulados mais livremente, o que implica no domínio de uso das formas genéricas ou competências genéricas (BAKHTIN, 1986, 60).

Gênero constitui a argamassa conceitual que aglutina a atividade social e a técnica. Para compreender letramentos, é preciso atentar para as particularidades da atividade social e também para as formas genéricas e competências compartilhadas pelo grupo no uso de uma mídia. A criação de um perfil MySpace envolve a compreensão de muitas formas genéricas bem como o uso de competências genéricas que perpassam as esferas de atividade.

PERFIS E FORMAS GENÉRICAS

Em relação às formas genéricas de linguagem, MySpace está ancorado na noção específica de “amigo”, o que é comum em redes sociais na internet, mas sinaliza uma concepção de tal termo que não tem necessariamente o mesmo significado na interação cotidiana (boyd, 2006b). Numa discussão sobre o MySpace com três garotas, por exemplo, um de meus colegas ouviu-as contrastar “associados” e “amigos” na linguagem cotidiana com a forma como a palavra “amigos” é usada no MySpace. Quando perguntei a Gregory, 15 anos, sobre a possibilidade de me tornar seu amigo no *site*, ele respondeu “quanto mais, melhor!”, indicando que um dos aspectos do uso do MySpace envolve competição para colecionar “amigos”. Acumular amigos não é necessariamente algo restrito ao ambiente online: pode ser um indicador de status e popularidade fora da rede também. Dessa forma, o uso da palavra amigo *pode* ser similar ao uso em outros contextos. Nesse sentido, esclarecer os diferentes significados de modo a usar a palavra adequadamente requer o domínio do gênero¹⁰.

¹⁰ Ver boyd, 2006b para uma ampla discussão sobre amizade no MySpace e em *sites* similares.

Há também formas genéricas de interação no espaço do perfil MySpace. Por exemplo, os “Comentários” em uma página são formas que constituem métodos específicos de interação assíncrona e pública com o “dono da página”, isto é, um aspecto padrão de blogs e de outras redes sociais na internet. Contudo, no MySpace, como acontece em outros sites, os comentários não são em resposta a um *post* específico. Eles constituem, mais propriamente, um modo de se apresentar a alguém, coordenar planos, conduzir uma “conversação pública”, entre outras práticas observadas. Similarmente à competição para colecionar mais amigos, alguns adolescentes repetidamente pediram a membros do grupo de pesquisa que postassem alguns comentários em suas páginas para que pudessem ter mais comentários do que os demais, mostrando que o número de comentários também é um indicador de status para alguns.

COMPETÊNCIAS GENÉRICAS PARA A CUSTOMIZAÇÃO DE PERFIL

Além do reconhecimento e uso de formas genéricas de linguagem e interação, há ainda competências genéricas exigidas para domínio da criação e da manutenção do perfil. Embora tenha bastante experiência com linguagens de programação Web, foi necessário muito esforço de minha parte para compreender como usar meu conhecimento no MySpace, apesar das alegações do FAQ [Perguntas mais freqüentes] do MySpace de que seria “fácil” customizar um perfil e de que seria necessário apenas “um conhecimento básico de HTML” (MySpace FAQ, 2006).

O FAQ do MySpace encoraja os membros a “encontrar novas pessoas” para conseguir ajuda. Isso ressalta o quão estranho deve ter sido minha tentativa de entender como customizar minha página por conta própria. No Centro, observamos diversas situações nas quais os adolescentes enfrentaram dilema semelhante. Novos usuários do *site* pediam ajuda uns aos outros enquanto outros não pareciam hesitar, mesmo durante a aula, em parar o que estivessem fazendo para tentar ajudar os colegas. Quando indagados acerca de como haviam aprendido a customizar seus perfis, a resposta mais frequente foi que “um amigo”, “um primo”, ou outro parente mostraram-lhes como fazer ou simplesmente realizaram a tarefa para eles. Assim, na realidade, “o conhecimento básico” não se restringe ao conhecimento do código HTML, incluindo também as habilidades necessárias para usar as redes dos amigos e de terceiros no MySpace.

Na minha busca, descobri perfis de membros que eram coleções de tutoriais escritos por várias pessoas diferentes. Eu também pesquisei fora do MySpace e encontrei inúmeros recursos, tais como *sites* de *layout* e geradores de código já mencionados. Encontrei ainda fóruns de discussão ativos nos quais as pessoas discutiam sobre como customizar suas páginas com especialistas que davam dicas e trechos de código para realizar mudanças mais complexas. Quando encontrei código, copiei, examinei e até mesmo modifiquei. Meus passos aqui foram similares aos que realizei para aprender outras linguagens de programação (não apenas HTML e CSS) para outros propósitos (não apenas customizar

uma página MySpace), e mesmo aos passos que eu vi em outras comunidades de desenvolvimento de *software*.¹¹

O PAPEL DO MEIO: DO “CODIFICAR” AO “COPIAR E COLAR”

Considerar a “convergência” de nichos sociais, formas genéricas e competências genéricas provou ser ferramenta útil para analisar a criação e o uso de perfis MySpace. Contudo, diSessa afirma que os letramentos são marcados por essa convergência em um meio específico. Diferentes mídias apresentam diferentes propriedades expressivas e facilitam novas formas de pensar. O modo como pensamos quando escrevemos pode diferir do modo como pensamos quando falamos, desenhamos, pintamos ou escrevemos programas de *software*. Dessa forma, um uso particular de um meio pode levar ao desenvolvimento de uma nova “inteligência material”, um modo de pensar que “é alcançado cooperativamente com materiais externos” (diSESSa, 2000, 5). Assim, ao mesmo tempo em que rejeita “o determinismo tecnológico”, diSessa critica os estudos do letramento socialmente orientados que colocam em segundo plano ou ignoram as contribuições dos “suportes” do letramento, sua tecnologia (diSESSA, no prelo, 21).

Isso alinha seu trabalho com outros que focam nos “letramentos multimodais”, que, em parte, são dependentes das “disponibilidades” de um modo e dos “recursos” de uma mídia (KRESS e JEWITT, 2003; KRESS, 2003: ver também HULL e NELSON, 2005). Do mesmo modo, Buckingham, em seu apelo para uma mudança na visão dos pesquisadores acerca do público infantil de mídias, indica a necessidade de pesquisas que investiguem “restrições e possibilidades incorporadas em textos midiáticos” (BUCKINGHAM, 2000, 120). Livingstone (2004) compartilha da mesma visão, observando que a ênfase nas habilidades ignorou amplamente a questão da tecnologia e da representação.

Nesta seção, avalio a importância de duas das práticas técnicas dependentes do meio voltadas para a criação de perfis MySpace. Primeiramente, discuto a possibilidade do MySpace de promover um letramento digital com base na aprendizagem de codificação. A seguir, exploro o significado do copiar e colar do código relativo à mídia, uma prática que constitui uma importante forma de expressão mídia-dependente, a qual defendo que não deve ser subordinada à codificação.

APRENDENDO A CODIFICAR HTML E CSS USANDO O MYSPACE

Em uma resposta especulativa à noção de “inteligência material” de diSessa, meu primeiro foco centra-se nas habilidades de codificação envolvidas na customização de um

¹¹ Como uma demonstração da natureza genérica de meu processo, minhas atividades são bastante similares àquelas que diSessa (2000) apresenta em seus exemplos de alunos de 6º ano aprendendo física com um outro meio de programação. A “biblioteca” de projetos gerenciada por alunos permitiu que eles acessassem e aprendessem a partir de projetos de outros estudantes. Com a ajuda de um especialista, reutilizaram e reorientaram código para desenvolver um jogo complexo. Finalmente, elaboraram tutoriais uns para os outros.

perfil MySpace. Sob uma perspectiva técnica, pode-se considerar que qualquer página Web tenha estrutura, conteúdo e apresentação (ou estilo). HTML pode ser usado para controlar todos os três. Porém, no decorrer dos anos, a Folha de Estilo em Cascata (CSS) tornou-se a forma padrão de separar conteúdo e estrutura de estilo.

Um exemplo ajuda a esclarecer. Imagine que eu tenha um parágrafo sobre mim. No meu código HTML, ao invés de dizer que o texto deva ser vermelho, em negrito e em fonte 16, posso indicar que tal parágrafo seja “um texto sobre mim [*about me text*]”. Então, posso criar um estilo usando CSS para indicar como “o texto sobre mim” deve ser. A separação no código entre o que o texto diz de como ele deve aparentar me fornece a habilidade de mudar um estilo em um lugar e aplicar o mesmo estilo a múltiplos pedaços do texto ao longo do documento.

Dessa maneira, HTML e CSS, assim como outros *scripts* e linguagens de programação, estimulam um modo particular de pensar sobre problemas. Aprender a usá-los requer aprender como pensar de forma modular, como decompor problemas de determinadas maneiras, relacionados, no caso, a essa noção da separação de estilo, estrutura e conteúdo. Aprender o complexo leque de habilidades necessárias para criar páginas Web dinâmicas e interativas *potencialmente* pode ir ao encontro do princípio de diSessa de “aumento de expressividade” ou uma nova inteligência material, embora tal afirmação requeira mais pesquisa para que seja confirmada. Mas mesmo que isso seja verdade, quão bom seria o MySpace enquanto ambiente de aprendizagem para o domínio da forma representacional e competência técnica de programação Web?

Certamente, ele oferece uma introdução para o meio, e alguns podem até aprender mais sobre HTML e CSS como parte da tentativa de customização de seus perfis. Contudo, o modo como os designers do MySpace usam CSS funciona de forma oposta ao propósito de folhas de estilo. Por exemplo, os designers do MySpace definiram “estilos” para cada combinação fonte-cor-tamanho usada. Isso faz com que os usuários sejam obrigados a fazer coisas estranhas para mudar propriedades tais como cores de fonte (por exemplo, fazer com que um estilo denominado “amarelo”, seja, na verdade vermelho etc). Isso pode ser adequado para a criação de páginas Web, mas elimina muitas vantagens potenciais e novas formas de pensar que podem surgir da separação entre forma e conteúdo. Além disso, MySpace tem restringido as pessoas ao uso não tão flexível de HTML e CSS, não sugerindo, ainda, formas de uso das tecnologias que possam oferecer poder potencial enquanto mídia expressiva fora do contexto do MySpace.

O USO DE COPIAR E COLAR NO MYSPACE

Entretanto, MySpace é um ambiente onde outra prática se estabeleceu com firmeza. Uma prática também dependente da natureza do HTML e das tecnologias Web: copiar e colar blocos de código enquanto um ato de seleção, manipulação e apropriação do trabalho de terceiros. Tecnicamente falando, copiar e colar não exige muita habilidade. Parece passar despercebida, quase desprezível enquanto uma prática técnica. Porém, o pequeno ato de copiar e colar blocos de código de diferentes fontes está no âmago da expressão individual de muitos adolescentes no MySpace. Além disso, novas empresas surgiram (tais como o

YouTube) que estimulam as pessoas a copiar e colar links para quase todo tipo de objeto midiático de um lugar para outro na Web, inclusive para um perfil MySpace.

Tal atividade assemelha-se a outras: colagem, *patchwork*, colocação de pôsteres e artigos de revista nas paredes de um quarto etc. Há também conexões às práticas já existentes com mídia digital (por exemplo, Chandler e Roberts-Young; Sefton-Green, 2005). Contudo, mídia computacional em rede modifica o ato de copiar e colar de formas distintas e variadas. Em primeiro lugar, um usuário MySpace pode copiar e colar links para quase qualquer tipo de meio: imagens, fotografias pessoais, música, filmes caseiros, shows de TV, desenhos animados, jogos e mesmo aplicações interativas. Em segundo lugar, os usuários podem continuamente atualizar a aparência de seus perfis trocando diferentes mídias ou adicionando o que já existe. Em terceiro lugar, copiar e colar na Web requer esforço mínimo: um surpreendente conjunto de materiais-fonte está disponível via Web, na mesma interface de navegação.

Por fim, as pessoas não estão copiando e colando mídia. Elas estão copiando e colando abstrações (códigos) que se associam às fontes daquela mídia. Isso gera complexas redes de dependência entre as criações das pessoas. Em outras palavras, conforme Bakhtin argumentou em relação ao discurso, as páginas dos usuários são “repletas de palavras de outrem, com graus variados de outridade, ou de palavras próprias”, que os usuários “assimilaram, re-trabalharam e re-valorizaram” (Bakhtin, 1986, p. 89). Porém, tais páginas também são *materialmente* conectadas por meio de links. Através das escolhas realizadas pelos usuários e por seus amigos nos comentários, a forma de expressão de cada indivíduo é explicitamente conectada a expressões de outros, as quais, por sua vez, são conectadas a outras e assim por diante.¹²

O exemplo a seguir mostra o copiar e colar posto em prática, ilustrando esses aspectos do processo. É particularmente instrutivo, pois destaca a rede de recursos tanto sociais quanto técnicos utilizados para expressão individual, e mostra também que qualquer perfil é criado através de produção distribuída. Proveniente de anotações de campo, a narrativa a seguir descreve uma situação em que Janice, 15 anos, e eu tentávamos nos certificar de que ambos estávamos conectados como “amigos” no MySpace:

Após me certificar de que eu estava em sua lista de amigos, me dirigi a outro computador posicionado à direita de Janice para acessar meu perfil. Então, ouvi sua risada bem alto. Notei que ela navegava em uma página de um amigo e ria de uma imagem específica que alguém havia postado como comentário. Janice clicou na imagem e foi remetida a outra página, uma de muitas que hospedam imagens com o objetivo específico de serem usadas no MySpace ou em outros *sites*. Ela rolou para baixo na página de imagens, que me pareceram ser cartões comemorativos. Ela viu um que parecia ser uma caricatura de um dos personagens da série “Uma família da pesada [*Family Guy*]”. Ela clicou na imagem, o que a levou a uma página que

¹² Livingstone (2002, p. 226-229) discute a importância de “modelos de rotas” da Web, nos quais o link é o foco crítico de análise em oposição aos *sites*. Analisar links para mídia dessa forma pode ser mostrar útil. Mas é também importante observar a diferença entre como os links para mídia são diferentes dos links entre *sites* ou páginas. O primeiro tipo de link é conhecido como “transclusão” [*transclusion*], no qual um documento é parcialmente incluído em outro documento. A diferença pode ser importante na compreensão da relação entre “cultura” enquanto “enraizada em um local” (na análise de páginas) em comparação à “roteada” [*routed*] entre espaços (na análise de links e comportamento de “navegação” [*surfing*]). Links que resultam em mídia incorporada parecem se situar entre os dois tipos.

continha a imagem seguida de uma caixa de texto com o código HTML para a imagem ... Janice copiou o código.

Ela navegou pelas páginas de seus amigos e clicou em uma. Por alguns segundos, ela rolou a página do perfil do amigo para cima e para baixo, mas, aparentemente, mudou de ideia e retornou à navegação pela lista de amigos. A seguir, Janice disse alguma coisa em voz alta, mas aparentemente só para si mesma, sobre “saber” para quem ela deveria “dar” a imagem (indicando um *insight* repentino). Janice clicou em um de seus amigos para ver o perfil. Ela rolou a página para baixo até encontrar os comentários e clicou no link “postar comentário”. Na caixa de texto que apareceu na página, ela colou no bloco de código o que havia previamente copiado. Janice, então, verificou se seu comentário estava aparecendo. Ao perceber que sim, ela retornou a sua “home” page.

Em relação a minha discussão sobre letramento, uma série de questões se destaca como particularmente interessantes. Em primeiro lugar, ocorreu uma sequência não planejada de eventos. A decisão de Janice de comentar a página de um amigo levou-a espontaneamente a interagir com o comentário de outrem no perfil de outra pessoa. O desejo de comentar de Janice surgiu de seu interesse por e apreciação de uma imagem específica, uma representação oriunda da cultura popular, que já havia sido re-trabalhada, o que levou Janice a procurar por algo a fazer com aquela imagem que era simbolicamente significativa para ela.

Em segundo lugar, todo o processo era rotina para ela, levando apenas alguns minutos para ser realizado. Cada interação com o navegador, desde o conhecimento de que ela poderia clicar na imagem para chegar a outro *site* de imagens até copiar o código do outro *site* e colá-lo em outro, foi bastante banal. Isso foi algo que obviamente ela já tinha feito antes e, provavelmente, com certa frequência.

Para terminar, é importante observar que o design do código e mídia tornou a sequência possível e desempenhou papéis decisivos. Por exemplo, a imagem original também era um link para outro *site*. Esse outro *site* hospedava muitas imagens e as apresentava especificamente para o uso em páginas do MySpace. Código e instruções para copiar e colar (embora Janice não precisasse das instruções) estavam acopladas a cada imagem. Além disso, toda essa atividade foi possível no âmbito de um aplicativo: o navegador.

Tal exemplo também levanta muitas questões e é difícil ter uma boa compreensão dessa situação, sem conhecimento maior sobre o contexto social mais amplo do uso que Janice fez do *site*. Contudo, esse exemplo deve tornar claro que o código para copiar e colar para fins específicos não é trivial ou sem significado, simplesmente porque aparenta ser simples em comparação à programação.

PARTICIPAÇÃO E REMIX: “NOVOS” TERMOS PARA NOVOS LETRAMENTOS

Pesquisas em práticas de letramento no âmbito da Web tem focalizado a necessidade de se desenvolver habilidades críticas na análise e avaliação de conteúdo (Livingstone, 2002) ou no uso de HTML para “escrever” páginas Web (Chandler e Robert-Young, 1998; Facer et al, 2003). Em reação e antecipação a muito desse debate sobre letramentos hipermidiáticos [*web literacies*], diSessa é ambivalente:

A rede mundial de computadores [*World Wide Web*] é igualmente encorajadora e desencorajadora no que concerne à viabilidade de novos letramentos. É um grande passo em economia e

distribuição, mas um passo menor em forma. É um caminho de mão dupla e reafirma a importância de mídias de mão dupla no entusiasmo da auto-expressão por ela propiciada. Porém, se torna de mão única no que concerne às novas possibilidades expressivas oferecidas pela mídia computacional: pessoas comuns estão limitadas aos textos e imagens; elas não podem criar documentos dinâmicos e interativos (diSessa, 2000, p. 221-222).

Mas há outras formas de se tornar letrado no espaço interativo da Web? Apesar da pouca importância dada por diSessa ao potencial da Web para novas formas de expressão, eu defendo que há problemas ao classificar práticas de letramento potenciais como de “mão única” ou “mão dupla”, pois novas práticas sociais e técnicas importantes, tais como copiar e colar, são facilmente negligenciáveis.

Focar na aprendizagem do uso de códigos de HTML e CSS no MySpace traça um panorama consistente com o ponto de vista de diSessa sobre a Web como sendo de mão única em relação a novas possibilidades de expressão. Porém, o foco no ato de criar redes de conexões para mídia torna esse quadro menos nítido. Ao alinhar mídias de fontes variadas, “pessoas comuns” no MySpace podem *facilmente* “criar documentos dinâmicos e interativos”, aos quais diSessa se refere. Milhões de pessoas, inclusive adolescentes, têm feito isso.

Parte do problema em perceber a importância potencial do “simples” ato de copiar e colar talvez se deva a terminologia de base da discussão. Tal ato questiona a noção de letramento de “mão dupla” e o foco no consumo e produção de mídia. A criação de um perfil MySpace não é estritamente “leitura” nem “escrita”, embora seja, de alguma forma, as duas coisas simultaneamente.

Facer et al. (2003) apontam exemplos de como as crianças “copiam criativamente” material e modelos [*templates*] para aprender, semelhantes a algumas das práticas já por mim delineadas. Tais práticas não são nem “`simples reprodução`” nem “`simples criação`” (Facer et al., 2003, p. 112). Contudo, os autores optaram por redefinir o termo “consumo” para descrever a acumulação de recursos culturais por crianças, o que as habilita a produzir e comunicar suas identidades (Facer et al., 2003, p. 102). Esse tipo de redefinição de termos tem levado pesquisadores sobre teoria cultural e mídia a questionar a dicotomia entre “consumo” e “produção” de mídia, com implicações para como considerar copiar e colar como parte da produção de um perfil MySpace.

No trabalho de Jenkins (1992) sobre fãs de shows de TV, é destacado que pessoas tradicionalmente vistas como “consumidoras” são também produtoras sob duas perspectivas. Primeiramente, as pessoas criam significados em produtos, tais como brinquedos ou narrativas, por meio de seu uso. Conforme o teórico cultural francês de Certeau, essa produção de significado através da reinvenção é tanto um ato de produção como de consumo: o leitor “inventa nos textos algo diferente daquilo que os textos `queriam dizer`” (de Certeau, 1984, p. 169). Em segundo lugar, afastando-se de de Certeau, Jenkins revela como vários grupos de fãs produzem artefatos tangíveis, como *fanfiction*, e “transformam a experiência de consumo de mídia em produção de novos textos, na verdade, de uma nova cultura e uma nova comunidade” (Jenkins, 1992, p. 46).

Com base nesses argumentos e em outro debate relativo a audiências¹³ de mídia ativas e passivas, Ito defende que “novas mídias convergentes (...) exigem um aparato

¹³ Para duas resenhas dos debates sobre público passivo versus público ativo de televisão e outras mídias, ver Kinder (1991) e Buckingham (2000).

conceitual reconfigurado, que toma a atividade produtiva e criativa no nível de “consumidor” como um dado, ao invés de um adendo ou uma exceção” (Ito, 2008, 394). A partir dos trabalhos de Jenkins (1992) e Lave e Wenger (1991), Ito usa o conceito de “participação” como uma alternativa para consumo. A noção de “participação” pressupõe que o engajamento com a mídia é “social e ativo”, abre espaço para questões de poder e ideologia e considera tanto as relações entre indivíduos e mídia, quanto aquelas entre grupos envolvidos com mídia. De acordo com Ito, “a pergunta de pesquisa tem sido reformulada, indo do mais individualizado - ‘Como uma criança interpreta e localiza um texto?’ - para uma pergunta mais coletiva - ‘como as pessoas se organizam em torno de e com textos de mídia?’ ” (Ito, 2008, p. 395).

Se “participação” é uma palavra que desafia a dicotomia consumo/produção, então “remix” pode ser sua contraparte para superar a dicotomia leitura/escrita. A palavra “remix”, originalmente utilizada para descrever uma determinada forma de mixar trechos de música, foi apropriada para descrever de forma geral a mixagem de uma variedade de mídias de modo a criar novos produtos.¹⁴ Um estudo recente realizado por *The Pew Internet and American Life Project* (Lenhart e Madden, 2005) utiliza a palavra “remix” de criação de conteúdo adolescente para significar a criação de conteúdo artístico novo a partir de formas de mídias anteriores.¹⁵ Jenkins et al. (2006) consideram a apropriação artística de conteúdo via *remix* um aspecto essencial dos letramentos relativos às novas mídias (Jenkins, 2006; Manovich, 2005).

Porém, não há razão para restringir as práticas de remixagem ao desenvolvimento de criações artísticas, no sentido como o termo ‘é definido no estudo de Jenkins et al. (2006). Essas práticas são similares àquelas descritas por Willis como “cultura comum”, “criatividade simbólica na vida diária, expressão e atividade cotidiana”, e não uma noção elitista de “arte” (Willis, 1990, p. 1). Ao pesquisar sobre letramento, Dyson analisa o uso que alunos de primeira série fazem de mídia popular em seus trabalhos escolares de escrita como “remixagem”, conectando explicitamente o trabalho dos alunos com mixagem musical [musical sampling]. A autora observa o “brincar textual” envolvido na “apropriação, diferenciação, tradução e enquadramento cultural e material através da estrutura comunicativa e o mundo social” (Dyson, 2002, p. 555). Aqui, meu uso de remixagem prevê esses tipos de apropriações e traduções simbólicas e materiais, o que Erstad et al. (2007) descrevem como “re-mixagem de recursos semióticos” em seu estudo das produções de alunos de ensino médio.¹⁶ Contudo, minha ênfase recai sobre o re-uso de mídia distribuída

¹⁴ O termo remixagem não tem sido usado somente para descrever a apropriação de áudio, vídeo e imagem. Ele também tem sido usado para descrever o desenvolvimento de aplicativos de *software* que dependem da integração de fontes múltiplas de dados e serviços da Web. Na introdução para a edição coreana do *The Language of New Media*, Lev Manovich (2003) discutiu três tipos de *remix* com “novas mídias” como “o remix entre as interfaces de várias formas culturais e novas técnicas de *software* – em suma, o *remix* entre cultura e computadores”. O autor amplia sua discussão sobre a importância dessa prática em Manovich (2005).

¹⁵ 19% dos alunos entrevistados disseram que já tinham tomado parte em alguma atividade de remixagem, mas note-se que a definição indicava a criação de conteúdo “artístico”.

¹⁶ Ver também a introdução de Buckingham (2007) na publicação *Learning, Media and Technology*, na qual enfatiza o tema da remixagem encontrada em inúmeros artigos na própria publicação, que também relaciona o conceito aos letramentos de novas mídias. Infelizmente, eu estava na edição final deste artigo na ocasião do lançamento dessa publicação. Por isso, não foi possível incorporar uma comparação mais detalhada entre tais perspectivas e a aqui delineada.

por meio de remixagem de código, adicionando, assim, uma outra dimensão material ao processo.

Se “remixagem” é usado para descrever as práticas necessárias para misturar texto, imagens, vídeo, áudio e jogos na criação e manutenção de um perfil MySpace, a percepção de feitos técnicos “simples” de copiar e colar links para mídia os transforma em complexas cadeias de apropriação de mídia entre as pessoas. Além disso, o conceito se distingue de noções típicas de “leitura” e “escrita”. Ele se alinha à visão de Ito de que participação “leva a uma conceituação da imaginação como coletiva, ao invés de individualmente vivida e produzida” (Ito, 2008, p. 395) nessa mídia remixada pelo copiar e colar enquanto uma prática técnica coletiva; as criações das pessoas são interdependentes de diversas maneiras. Poder-se-ia ver a remixagem como um indício de uma nova *inteligência material em rede*, para adaptar o conceito de diSessa, embora seja necessário mais pesquisa para comprovar isso. Entretanto, através do MySpace e *sites* semelhantes, saber como reutilizar, socialmente e tecnicamente, mídia desse modo específico tornou-se imprescindível para comunicação e expressão criativa na Web.

CONCLUSÃO

No presente trabalho, argumentei à luz de teorias de letramento relativas a mídias antigas e recentes, que há boa razão para suspeitar que o trabalho envolvido na produção de perfis MySpace requer novas formas de práticas de letramento. Tais práticas, ainda, em um certo grau, são dependentes de uma dada forma representacional, de código e de sistemas para manipular o perfil de uma certa maneira. Ao enfatizar a importância da forma representacional, bem como do contexto de uso social, diSessa questiona estudos de letramento hipermediático que tratam mídia computacional como um “texto”. Da mesma forma, Livingstone argumenta que se o uso da Web representa algo novo, ao invés de ser uma extensão de prática textual, mais pesquisa se faz necessária para “investigar as habilidades e práticas emergentes de usuários de novas mídias, a medida em que eles se apropriam significativamente das novas tecnologias de informação e de comunicação [TIC] em suas vidas”. (Livingstone, 2004, p. 10). Compreender o uso que os adolescentes fazem do MySpace requer um olhar mais aprofundado para as práticas e nichos sociais que moldam o modo como as pessoas criam e mantêm seus perfis, e também para os papéis que codificam as formas múltiplas de mídia encontradas na Web, além do *site* em si que contribui para fomentar determinadas práticas e restringir outras.

Uma perspectiva social do letramento ajuda a mostrar que parte do problema de se compreender o copiar e colar como uma prática de letramento reside no fato de ele não se encaixar perfeitamente nas práticas educacionais comuns. Na perspectiva do nicho social da escola tradicional, o ato de copiar e colar significa plagiar, a não ser que haja cuidadosa atribuição de fontes. Dessa forma, copiar e colar é antiético para uma prática letrada. Por outro lado, na perspectiva de outros nichos sociais, tal como o de desenvolvimento de *software*, o ato de copiar e colar é rotina. Compreender quando, porquê e como – socialmente e tecnicamente – re-utilizar código encontra-se entre as principais competências. A questão para futuras pesquisas é em quais nichos sociais copiar e colar no processo de re-utilização

de uma gama variada de mídias pode ser considerado um sinal de mudança profunda na forma como as pessoas interagem entre si.

Os adolescentes, que criaram e mantêm suas páginas no MySpace, estão desenvolvendo novas habilidades técnicas e sociais que oportunizam sua participação em uma variedade de atividades sociais usando um novo meio. Eles estão aprendendo a incorporar a Web em múltiplas facetas de suas vidas que se sobrepõem. E estão se engajando em um discurso em rede, que sabem como usar, mas sobre o qual não sabem necessariamente refletir de forma crítica (pelo menos, não por enquanto).

Reconfigurar letramento em termos de práticas sociais e técnicas, ou em termos de práticas dependentes do meio, nos ajuda a compreender como tais práticas estão imbricadas em grupos e nichos sociais existentes, o que elas significam para as pessoas e que propriedades da mídia facilitam novas formas expressivas. Por último, considerar “participação” e “remix” como categorias de ordem social e técnica para se compreender novas práticas midiáticas nos ajudarão a reconhecer quais novos letramentos midiáticos poderiam ser desenvolvidos. Se há ou não “conseqüências” a longo prazo para tais práticas, é algo impossível de se saber agora, porém é fundamental reconhecê-las como importantes e considerar o que se poderia ganhar caso sejam aceitas pela sociedade como um aspecto de “letramento” novo, ou o que se poderia perder caso sejam rejeitadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. M. (1986). The problem of speech genres. In *Speech genres and other late essays*, ed. C. Emerson, M. Holquist, and V. W. McGee, 60-102. Austin, TX: University of Texas Press.
- boyd, d. (2006a). Identity production in a networked culture: Why Youth ? MySpace. Presentation given at the Annual Meeting of the American Association for the Advancement of Science, February 19, 2006, in San Francisco, CA. <http://www.danah.org/papers/AAAS2006.html> (retrieved June 12, 2006)
- _____. (2006b). Friends, friendsters, and Top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday* 11(12), http://firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/index.html12/5/2006 (retrieved December 2006).
- BUCKINGHAM, D. (2000). *After the death of childhood*. Oxford: Polity Press.
- _____. (2007). Media education goes digital: An introduction. *Learning, Media, and Technology* 32(2): 111-119.
- CARR, D. (2007). User customization: Too much of a good thing? *Baseline* January 16. http://www.baselinemag.com/print_article2/0,1217,a=198615,00.asp (retrieved January 27, 2007).
- CHANDLER, D. and D. ROBERTS-YOUNG. (1998). The construction of identity in the personal homepages of adolescents, <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html> (retrieved September 12, 2006).
- DE CERTEAU, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley, CA: UC Berkeley Press.
- DISESSA, A. A. (2000). *Changing minds: Computers, learning, and literacy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- DISESSA, A. A. In press. Can students re-invent fundamental scientific principles? Evaluating the promise of new-media literacies. In *Children's learning in a digital world*, ed. T. Willoughby and E. Wood. Oxford: Blackwell.

- DYSON, A. H. (2002). The drinking god factor: A writing development remix for “all” children. *Written Communication* 19: 545-577.
- ERSTAD, O., Ø. GILJE, and T. de LANGE. (2007). Re-mixing multimodal resources: Multiliteracies and digital production in Norwegian media education. *Learning, Media, and Technology* 32 (2): 183-198.
- FACER, K., J. FURLONG, R. FURLONG, and R. SUTHERLAND. (2003). *ScreenPlay: Children and computing in the home*. London: Routledge Farmer.
- FINNEGAN, R. (2002). *Communicating: The multiple modes of human interconnections*. London: Routledge.
- FOST, D. (2006). Key web 2.0 sites. *San Fransisco Chronicle*, November 5.
- GARNETT, J. (2006). MySpace: Design anarchy that works. *Business Week Online*, January 3, http://www.businessweek.com/innovate/content/dec2005/id20051230_570094.htm (retrieved January 4, 2006).
- GEE, J. P. (1996). *Social linguistics and literacies: Ideology in discourses*. London: Taylor and Francis.
- _____. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. New York: Palgrave Macmillan.
- GOODY, J. (1977). *The domestication of the savage mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GOODY, J., and I. WATT. (1968). The consequences of literacy. In *Literacy in traditional societies*, ed. J. Goody, 27-68. Cambridge: Cambridge University Press.
- HINE, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage.
- HOBBS, R. (2004). A review of school-based initiatives in media literacy education. *American Behavioral Scientist* 48(1): 42-59.
- HULL, G., and M. E. NELSON. (2005). Locating the semiotic power of mulimodality. *Written Communication* 22(2): 1-38.
- ITO, M. (2008). Mobilizing the imagination in everyday play: The case of Japanese media mixes. In *The international handbook of children, media, and culture*, ed. K. Drotner and S. Livingstone, 385-406. London: Sage.
- JENKINS, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. London: Routledge.
- _____. (2006). Learning by Remixing, http://www.pbs.org/mediashift/2006/07/learning_by_remixing.html (retrieved July 20, 2006).
- JENKINS, H., K. CLINTON, R. PURUSHOTMA, A. J. ROBINSON, and M. WEIGEL. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. An Occasional Paper written for the MacArthur Foundation. http://www.digitalllearning.macfound.org/site/c.enJLKQNiFiG/b.2029291/k.97E5/Occasional_Papers.htm (retrieved October 20, 2006).
- KINDER, M. (1991). *Playing with power*. Berkeley, CA: UC Berkeley Press.
- KRESS, G. (2003). *Literacy in the new media age*. London: Routledge.
- KRESS, G. and C. JEWITT. (2003). Introduction. In *Multimodal literacy*, ed. C. Jewitt and G. Kress, 1-18. Bonn: Peter Lang.

- LAVE, J., and E. WENGER. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. New York: Cambridge University Press.
- LENHART, A., and M. MADDEN. (2005). *Teen content creators and consumers: Findings of the Pew Internet and American Life Project*. http://www.pewinternet.org/PPF/r/166/report_display.asp (retrieved November 2, 2005).
- LIVINGSTONE, S. (2002). *Young people and new media: Childhood and the changing media environment*. London: Sage.
- _____. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review* 7: 3-14.
- LYMAN, P., and N. WAKEFORD. (1999). Introduction: Going into the (virtual) field. *American Behavioral Scientist* 43: 359-376.
- MANOVICH, L. (2003). Introduction to the Korean edition of *The Language of New Media*. http://www.manovich.net/DOCS/Introduction_Korea_2003.doc (retrieved July 25, 2006).
- _____. (2005). Remixability and Modularity, <http://www.manovich.net> (retrieved July 25, 2006).
- MARWICK, A. (2005). "I'm a lot more interesting than a Friendster profile." Identity presentation, authenticity and power in social networking services. Paper presented at conference of the Association of Internet Researchers 6.0: Internet Generations, October 5-9, in Chicago, IL.
- MySpace. (2006). FAQ, <http://collect.myspace.com/misc/faq.cfm?question=1> (retrieved March 24, 2006).
- OLSEN, S. (2006). MySpace blurs lines between friends and flacks. CNET's News.com, July. http://news.com.com/MySpace+blurs+line+between+friends+and+flacks/2009-1025_3-6100176.html (retrieved August 1, 2006).
- OLSON, D. R. (1977). From utterance to text: The bias of language in speech and writing. *Harvard Educational Review* 47(3): 257-81.
- ONG, W. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. New York, NY: Routledge.
- SCRIBNER, S. and M. COLE. (1981). *The psychology of literacy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- SEFTON-GREEN, J. (2005). Timelines, timeframes, and special effects: Software and creative media production. *Education, Communication and Information* 5(1).
- STREET, B. (1984). *Literacy in theory and practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- _____. (1995). *Social literacies*. London: Longman.
- WILLIS, P. (1990). *Common culture: Symbolic work at play in the everyday cultures of the young*. Boulder: Westview Press.

Traduzido por Andrea Marques Ribeiro (PUC/SP)

Recebido: 25/07/2010

Aceito: 26/11/2010

