



Construção Social de percepções na Internet: investigação antropológica das discussões sobre a o futebol brasileiro na Web.

Carlos Henrique Miranda Paredes (Bolsista Apresentador), Dr. Airton Luiz Jungblut (orientador)

Faculdade de Ciências Sociais, PUCRS, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Atualmente nos encontramos vivendo dentro do que muitos analistas chamam de a “sociedade de informação”, aonde cotidianamente presenciamos a difusão de uma superabundância de informações e contra informações. Nesta nova realidade, somos bombardeados de todos os lados por conteúdos que desejamos e que não desejamos receber. Também novos padrões de consumo tornam-se vigentes na sociedade contemporânea, e induzem cada vez mais os indivíduos dela participantes, a se utilizarem das mais diversas aparatos tecnológicas (*gadgets*) a serviço da *conectividade*. Essa pseudo felicidade, nos é apresentada como algo extremamente difícil de ser conquistado, se a nossa disposição não tivermos os mais modernos televisores com monitores de LED conectados a uma centena, ou mais, de canais a cabo. Fora disso, todos nós seremos então considerados seres pré-históricos, se assim não estamos ativamente conectados à Internet de forma permanente.

O ciberespaço, nesta perspectiva, é visto como uma infinita e fantástica ferramenta de formação de conhecimento. Construída diariamente a partir de uma ação ao mesmo tempo individual de cada um de seus usuários e coletiva, como resultado de uma ação articulada, mesmo que inconscientemente, da totalidade ou parte destes usuários.

A presente pesquisa, trás em si uma visão que já é bastante consolidada nas ciências humanas em geral, a convicção que entende o conhecimento ordinário das pessoas comuns sendo “socialmente construído” e permanentemente “negociado” e atualizado em suas rotinas. Esse mundo do sentido comum é primordialmente a cena de nossas ações e o *locus* de nossa resistência a essa mesma ação. Esse contexto, assim, acaba por se tornar o local aonde os homens tratam de pactuar seus entendimentos uns com os outros, assim como consigo mesmo. Nesse processo permanente de negociação externa e interna o conhecimento que trata

de nossa sociedade acaba por construir-se em um fluxo de duplo sentido, objetivando apreender a realidade a fim de produzi-la continuamente.

Ao avançar sobre a temática de nosso projeto, encontramos nas redes sociais uma série de sujeitos, torcedores dos principais clubes de futebol brasileiro. Quem são esses sujeitos? Como eles formam seus consensos e dissensos? E como pactuam sua hierarquia naquele universo *on line*? Apresenta-se como uma excelente oportunidade antropológica de ampliarmos nosso conhecimento de como certas relações em certos espaços pode transformar a realidade para além desses mesmos espaços.