

Apresentação

Os desafios da produção e gestão cultural contemporânea: um olhar para a plataformização

O desenvolvimento das plataformas digitais tem alterado profundamente a maneira como realizamos nossas atividades diárias. Sejam atividades relacionadas ao lazer e à educação, sejam as tarefas relacionadas ao trabalho, quase sempre haverá um aplicativo disponível no Google Play ou na Apple Store para intermediar nossas ações e a forma como nos relacionamos com o mundo. Essa inserção das plataformas nas práticas sociais tem sido denominada de plataformização (HELMOND, 2015). Uma das principais promessas é que quanto mais integrados estivermos com as aplicações, via computador, celulares, relógios ou outros “gadgets”, melhor os sistemas inteligentes performarão e, portanto, mais produtivos, criativos e satisfeitos estaremos. Com o passar dos anos, entretanto, os aspectos negativos da economia de plataformas estão cada vez mais preocupantes.

Nos setores das indústrias criativas e culturais, esse fenômeno da inserção das plataformas digitais tem impactado na maneira de produzir/criar, distribuir, comercializar e consumir bens e serviços culturais. Thomas Poell, David B. Nieborg e Brooke Erin Duffy (2021) denominam esse processo de plataformização da produção cultural, que significa a integração de plataformas digitais, com suas dimensões econômica, governamental e infraestrutural, nos diversos setores das indústrias criativas e culturais, assim como na organização das práticas de trabalho, criatividade e participação.

Com a finalidade de compreender como esse fenômeno está transformando os processos de criação, produção, organização, consumo e participação de artistas, produtores, instituições e públicos no campo cultural, bem como levantar os novos desafios na formulação de políticas públicas para a cultura, a revista *Extraprensa* publica o dossiê *Plataformização da cultura: criação, produção, trabalho e fruição em tempos de digitalização da economia*, no qual procurou discutir questões relacionadas às novas tecnologias de comunicação e informação observando como elas estão afetando a dinâmica estrutural dos ambientes de criação, produção, distribuição, promoção e consumo da produção simbólica na contemporaneidade. Partimos da ideia de que a plataformização da produção cultural está alterando os processos de gestão, governança e organização das redes de agentes, empresas e instituições culturais e está criando novas assimetrias e relações de poder e dependência entre os agentes de produção e as grandes empresas de tecnologia.

O objetivo deste dossiê é apresentar artigos sobre os impactos da plataformização na organização dos setores culturais e criativo para compreender como as plataformas digitais estão alterando as dinâmicas de produção e consumo e redesenhando os mercados culturais, bem como as dinâmicas e os processos criativos de diferentes linguagens artísticas, como a música, as artes cênicas, visuais, entre outras. Procuramos discutir os novos diálogos e as contradições entre as novas tecnologias de comunicação e informação e suas plataformas digitais

e os direitos humanos, abordando temas como os impactos da plataformização da produção cultural nas formas de acesso à informação, à liberdade de expressão, à diversidade, à privacidade, ao compromisso com a verdade e ao combate ao discurso de ódio e discriminação.

Assim, o artigo “Reflexões sobre a promoção da diversidade cultural diante dos processos de digitalização e plataformização do campo da cultura” discute as questões relacionadas à promoção da diversidade cultural no contexto da digitalização e plataformização do campo cultural, destacando os efeitos da desigualdade no acesso às tecnologias, a atuação pouco transparente das grandes plataformas e a predominância de uma orientação comercial dos algoritmos que comprometem a promoção da diversidade cultural. No artigo “‘Tu não está sozinho ali’: categorização das dinâmicas de consumo de *lives*”, abordam-se as práticas relacionadas ao consumo de *lives* em plataformas digitais, suas implicações individuais e coletivas.

“Governança de plataforma no YouTube: estudo das transmissões ao vivo do Clubinho do King” aborda a governança nessa plataforma, especificamente no que se refere às transmissões ao vivo do Clubinho do King. Seu objetivo é compreender os aspectos de governança do YouTube que guiam o processo de produção de conteúdo nas transmissões ao vivo. O artigo “Ciberviolência e ressignificação discursiva: o ódio contra a universidade brasileira” trata da ascensão do discurso de ódio no Brasil, sobretudo contra a universidade e os universitários. “Dá um *play* aí: a importância da tecnologia para a fruição artístico-cultural e o desenvolvimento da

economia da cultura” tem por objetivo discutir os impactos da tecnologia no campo da criação, distribuição e fruição de produtos artístico-culturais, principalmente no setor musical, bem como os impactos sociais da economia da cultura no país. Para isto, vale-se de uma pesquisa exploratória que circunda o cenário da plataformização da produção cultural, a tecnologia, a renda dos brasileiros e a apresentação de exemplos que contrapõem a lógica hegemônica no cenário digital global.

O artigo “Rupi Kaur: criação poética em meio às *affordances* da plataforma Instagram” toma como base a chamada *instapoesia* – fenômeno composto por poetas que investem no Instagram para produzir literatura –, com o intuito de analisar a criação poética da artista Rupi Kaur a partir de sua relação com as *affordances* da plataforma. O texto procura apresentar as dinâmicas que envolvem os usos dessa mídia social e sua apropriação para fins literários.

O artigo “TV online no Brasil: estratégias dos serviços de distribuição da Globo” analisa a noção de TV online a partir dos serviços da plataforma Globoplay, da Globo, buscando demonstrar as relações de continuidade e rupturas entre os serviços da TV online, do Globoplay e de vídeo sob demanda. Em seguida, o texto “Comunicação, midiaticização e virtualização da vida: domínio e poder na liberdade ilusória” procura revisar aspectos das teorias da comunicação revendo alguns autores e linhas de pesquisa no intuito de retomar discussões e conteúdos entendidos como necessários para uma postura crítica na atualidade. Já o artigo “Plataformas e mediação orquestral: o caso da Filarmônica de Minas Gerais” apresenta um estudo de

caso de concertos disponibilizados pela Orquestra Filarmônica de Minas Gerais no YouTube durante o isolamento social. A partir dessa análise, apontam-se pontos positivos e passíveis de melhorias nas iniciativas estudadas, considerando promissor o uso de plataformas no caso da transmissão de concertos.

Em seguida, ancorando-se na teoria da psicopolítica de Byung-Chul Han, discute-se no trabalho “Plataformização: impactos psicopolíticos nos trabalhadores da cultura” a relação entre o fenômeno da plataformização com as mudanças na sociabilidade, por meio da análise do Programa de Ação Cultural de São Paulo (ProAC SP) nos anos de 2018 e 2022 e da apresentação dos fenômenos citados, tais como competitividade, alta demanda produtiva, autoexploração dos sujeitos e mediação por plataformas.

Por fim, o trabalho “Articulações entre economia criativa, turismo e plataformização” apresenta algumas reflexões sobre as articulações entre economia criativa, turismo e plataformização com o objetivo de problematizar a relação entre a participação social na produção e consumo cultural em duas perspectivas, a produção e consumo cultural local e a produção de consumo cultural turístico.

A plataformização da cultura é um fenômeno intrincado que vem redefinindo profundamente a criação, produção,

trabalho e fruição cultural na era da digitalização da economia. Nesse contexto, as plataformas online se tornaram os principais espaços de encontro entre produtores culturais e consumidores, transformando radicalmente os modelos tradicionais de distribuição e consumo de arte, entretenimento e informações. A cultura agora é gerada, disseminada e consumida da maneira mais descentralizada e acessível do que nunca, permitindo a emergência de novos criadores e uma maior diversidade de conteúdo. No entanto, essa transformação também levanta questões sobre o poder das grandes plataformas, a precarização do trabalho cultural e as implicações para a preservação da diversidade cultural e o acesso equitativo à cultura. A plataformização da cultura é um fenômeno multifacetado que demanda uma análise crítica e contínua à medida que molda nosso mundo digital. Desta forma, acreditamos que o dossiê *Plataformização da cultura: criação, produção, trabalho e fruição em tempos de digitalização da economia* possa estimular a reflexão crítica e o debate desse tema atual e tão importante para compreender os fenômenos da contemporaneidade, em especial na produção e gestão cultural.

Boa leitura!

Karina Poli

Professora adjunta do Departamento de Turismo da
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Referências

HELMOND, Anne. The platformization of the web: Making web data platform ready. **Social Media + Society**, Thousand Oaks, v. 1, n. 2, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>.

POELL, Thomas; NIEBORG, David B.; DUFFY, Brooke Erin. **Platforms and cultural production**. Cambridge: Polity, 2021.