

Um olhar sobre a teoria Ator-Rede e a Cartografia das Controvérsias: o caso da trilha da Pedra do Telégrafo - RJ

Marlen Maria Cabral Ramalho^a
Frederico Augusto Tavares Junior^b
Bárbara Lúcia Guimarães Alves^c
Margarete Ribeiro Tavares^d

Resumo

A contemporaneidade reflete, em parte, a lógica da sociedade de controle, caracterizada, dentre outros aspectos, pelo consumo. Neste cenário, tanto os objetos materiais quanto os imateriais passam a possuir valor no mercado, de forma que uma das ferramentas mais influentes neste período é o uso das redes sociotécnicas, envolvendo também os comportamentos sociais dos indivíduos e seus desejos de pertencimento, compartilhamento e visibilidade. Nessa perspectiva, a pesquisa tem como objetivo analisar o uso das imagens inerentes à paisagem da Trilha da Pedra do Telégrafo - Rio de Janeiro, Brasil - veiculadas nestas redes, como um fator produtor de subjetividades, interferindo no aumento do número de visitantes. O estudo atenta para a Teoria Ator-Rede (TAR) ou *Actor-Network Theory* (ANT) de Latour, que dimensiona o fato de que o “ator humano” e “não-humano” podem transformar o social. Assim, foram analisadas as postagens no *Facebook* a partir do método Cartografia das Controvérsias Venturini, que é a operacionalização da ATR. Para isso, foram analisados os conteúdos das publicações dos anos de 2015 a 2017, na página denominada “Pedra do Telégrafo-RJ”, com aproximadamente 41 mil participantes. As pistas apontam que o uso das redes sociotécnicas, no âmbito do consumo, pode ter influenciado o processo de transformação da natureza em um produto que passa a se configurar como objeto de desejo, através da noção de “turismo-mercadoria”.

Palavras-chave: Consumo; Teoria Ator-Rede; Trilha da Pedra do Telégrafo.

Abstract

A Look at the Actor-network Theory and the Cartography of Controversies: the case of the Telegraph Stone track - RJ

The contemporary reflects, in part, the logic of the control society, characterized, among other aspects, by consumption. In this scenario, both material and immaterial objects come to have value in the market, so that one of the most influential tools in this period is

- a. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente de Turismo no Centro Universitário São José. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: marlen.ramalho@gmail.com
- b. Pós-doutor e docente do Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social e docente do Programa de MBE (*Master Business Economics*) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: fredtavares@fredtavares.com.br
- c. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: barbaraalves@globocom
- d. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente de Administração no Centro Universitário Gama e Souza. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: margatavares@yahoo.com.br

the use of socio-technical networks, also, involving the social behavior of individuals and their desires for belonging sharing and visibility. In this perspective, the research aims to analyze the use of images inherent to the landscape of the *Pedra do Telégrafo Trail-Rio de Janeiro*, Brazil- transmitted in these networks, as a factor the produces subjectivities, interfering in the increase in the number of visitors. The study looks at Latour's Actor-Network Theory (TAR) or Actor- Network Theory (ANT), which measures the fact that the "human actor" and "non-human" can transform the social. Thus, Facebook posts were analyzed the Venturini Controversy Cartography method, which is the operationalization of ATR. For this, the contents of the publications from the year 2015 to 2017 were analyzed, on the page called "Pedra do Telégrafo-RJ", with approximately 41 thousand participants. The clues point out that the use of socio-technical networks, in the context of consumption, may have influenced the process of transforming nature into product that starts to be configured as an object of desire, through the notion of "tourism-merchandise".

Keywords: Consumption, Actor-Network Theory, Telegraph Stone Track.

Resumen

Una Mirada Sobre la Teoría Actor-red y la Cartografía de las Controversias: el caso del rad de la Piedra del Telégrafo – RJ

Lo contemporáneo refleja, en parte, la lógica de la sociedad de control, caracterizada, entre otros aspectos, por el consumo. En este escenario, tanto los objetos materiales como los inmateriales adquieren valor en el mercado, por lo que una de las herramientas más influyentes en este período es el uso de redes socio-técnicas, que también involucran el comportamiento social de los individuos y sus deseos de pertenencia, intercambio y visibilidad. . En esta perspectiva, la investigación apunta a analizar el uso de imágenes inherentes al paisaje del Sendero *Pedra do Telégrafo* - Río de Janeiro, Brasil - transmitidas en estas redes, como un factor que produce subjetividades, lo que interfiere en el aumento en el número de visitantes. El estudio analiza la Teoría de la Red de Actores de Latour (TAR) o la Teoría de la Red de Actores (ANT), que mide el hecho de que el "actor humano" y el "no humano" pueden transformar lo social. Por lo tanto, las publicaciones de Facebook se analizaron utilizando el método de Cartografía de controversias de Venturini, que es la operacionalización de ATR. Para ello, se analizaron los contenidos de las publicaciones de los años 2015 a 2017, en la página denominada "Pedra do Telégrafo-RJ", con aproximadamente 41 mil participantes. Las pistas señalan que el uso de redes sociotécnicas, en el contexto del consumo, puede haber influido en el proceso de transformación de la naturaleza en un producto que comienza a configurarse como un objeto de deseo, a través de la noción de "mercancía turística".

Palabras clave: Consumo; Teoría Actor-Red; Camino de la Piedra del Telégrafo.

INTRODUÇÃO

O cenário da sociedade contemporânea, cujo olhar se inspira e reflete, em parte, a lógica de uma Sociedade de Controle (Deleuze, 1992), é marcado pelo fluxo e contrafluxo intensos de imagens que resultam em um consumo que, por sua vez, desvela a vigilância virtual e a invisibilidade proporcionadas pelas redes sociotécnicas. Nessa lógica, a vigilância invisível motiva o surgimento de desejos de pertencimento entremeados pela necessidade de "ser" através do "ter".

Na concepção de Sociedade de Controle, as imagens, por exemplo, são compartilhadas e distribuídas por todos, em forma não-linear, que controlam e vigiam seus pares e aqueles que almejam participar do grupo através do desejo de

“fazer parte” de uma vigilância sinóptica (Tavares, 2007). A partir dessa ótica, torna-se possível identificar uma sutil transição entre a Sociedade Disciplinar de Foucault (1987) para a Sociedade de Controle (Deleuze, 1992). Essa percepção circunda o fenômeno que desloca os mecanismos do enclausuramento que definia as doutrinas as quais proporcionariam as “moldagens” dos indivíduos por uma forma de monitoramento mútuo ao qual “todos controlam todos”.

Nessa ótica, pode-se transferir o referido amparo teórico para o estudo realizado na Pedra do Telégrafo sob o enquadramento da transferência dos atributos da natureza para o desejo de pertencer que pode ser associado às imagens capturadas no local e que são publicadas nas redes sociais virtuais. A paisagem deixa pistas de ter sido apropriada pelo mercado de forma a intensificar o seu consumo como se fosse um produto disponível para ser negociado.

Outrossim, dentro desse capitalismo efêmero marcado pelo consumo e pela “produção de subjetividade” (Tavares & Irving, 2013) na qual múltiplos comportamentos se intercalam, surgem novas formas de liberação do indivíduo que permitem a transformação do não-capitalizável em capitalizável (Pelbart, 2003), e sua expansão e captura, destacando-se atividades como o turismo e lazer dentro dessa ordem de consumo. Dessa forma, essas atividades inerentes aos serviços demonstram um aumento da demanda de exposição das imagens que podem ser espetacularizadas por parte de indivíduos ávidos pelo seu consumo, dentro de uma lógica de “turismo-mercadoria”, noção esta baseada no sentido de “cultura mercadoria” (Guattari & Rolnik, 2000), na qual o turismo se torna um produto de valor imaterial.

Destaca-se ainda, que a paisagem natural e/ou cultural é usualmente explorada pelo turismo que se utiliza do espaço geográfico para sua realização. Dessa forma, os comportamentos dos visitantes e turistas podem ser associados a essa nova estratégia do capitalismo através da potencialização e desterritorialização de mídias e imagens que utilizam artifícios de espetacularização, compartilhamento e visibilidade, almejando manipular as relações sociais e transformar a vida e a natureza em produtos prontos para o consumo (Pelbart, 2003). Assim, ambas podem apresentar uma nova roupagem, novos simbolismos de fetiches como se fossem marcas, de acordo com Pontes e Tavares (2017).

Nessa vereda, pela lógica da sociedade de controle (Deleuze, 1992), a natureza passa a ser um objeto produtilizado, na qual sua imagem reporta-se a um importante veículo para a inserção social do indivíduo, através do consumo e da virtualidade. Dentre esses meios virtuais, estão as redes sociotécnicas que, segundo Latour (2012), através do escopo da ATR ou sociologia das associações, ou ainda, Actor-Network Theory (ANT), o ator humano e o não-humano têm importante papel na sua rede de conexão, podendo transformar o social e influir na criação e motivação de múltiplos sentimentos geridos por um processo denominado como “produção de subjetividades” (Tavares & Irving, 2013).

Destarte, com base na teoria de Latour (2012), observa-se que a Trilha da Pedra do Telégrafo, objeto do presente estudo, aponta pistas de que a imagem de sua paisagem compartilhada em redes sociotécnicas pode ter contribuído para o aumento gradativo no número de visitantes no local. Assim, o “desejo de pertencer” ao grupo de pessoas que compartilham suas fotografias junto à paisagem do local pode remeter aos estudos de Sibilia (2016), nos quais os indivíduos se

sentem atraídos pelos “novos modos de ser”. Por isso, tendem a alterar suas atitudes para saciarem seus atuais desejos e fabricarem outros novos.

Diante da excitação do entrelaçamento dos meios digitais com vida real dos indivíduos, fica cada vez mais evidente o papel de influência das redes sociotécnicas, na tomada de decisão das pessoas, podendo interferir no social (Latour, 2012). Assim, na atividade turística e de lazer isto pode acontecer, dado que as redes sociotécnicas parecem demonstrar a possibilidade de estar influenciando no aumento da visitação à Trilha da Pedra do Telégrafo, localizada no Parque Estadual da Pedra Branca, Zona Oeste do Rio de Janeiro, Brasil. As pistas apontam para mudanças que ocorrem por parte dos visitantes que se dispõem a usufruir da ilusão ótica proporcionada pela paisagem, através de poses fotográficas no local.

Por conseguinte, ocorrem também as exposições nas redes sociotécnicas, pois os indivíduos querem pertencer a grupos específicos emergentes, o que reflete também a produção de desejos dos mesmos em relação aos grupos que contemplam a natureza através de exposições e compartilhamento de imagens nas redes sociotécnicas. Que, por sua vez, retrata modos de “ter” para “ser” (Rolnik, 1997), onde ocorre do desfrute da paisagem, a natureza pode ter certa roupagem de produto disponível para consumo imediato e uma marca de compartilhamento. Igualmente, a Trilha da Pedra do Telégrafo pode ser considerada uma “marca verde” (Tavares, 2007).

Nesse contexto, a natureza parece se apresentar como um objeto de consumo, sedução e fetiche, produzindo subjetividades e promovendo mudanças sociais em suas respectivas redes de relacionamento. Isso pode significar, via as mudanças que ocorrem, após as postagens de fotografias nas redes (por parte de alguns visitantes), em um número crescente de visitas ao local, enfatizando uma nova realidade socioambiental com apelos ecológicos amparados por preceitos mercadológicos e estéticos (Tavares, 2007).

Nesse consenso, sob a lógica da sociedade de controle (Deleuze, 1992), este estudo apresenta como objetivo: investigar de que forma as imagens da paisagem da Trilha do Telégrafo, funcionam como fator influenciador nas redes sociotécnicas, produzindo subjetividades e motivando fluxo de visitantes local, através da interferência no comportamento dos indivíduos. Para tanto, a pesquisa será desenvolvida a partir na Cartografia das Controvérsias (Venturini, 2010; Nobre & Pedro, 2010), que é a operacionalização metodológica da Teoria Ator-Rede de Latour (2012) e terá como foco a visão interdisciplinar, da filosofia e da psicologia social sobre o fenômeno turístico.

Esta teoria emergiu como referencial metodológico em razão do contínuo crescimento e incorporação tecnológica na esfera social, relacionando os humanos aos não-humanos através de redes (Cavalcante et al., 2017). Nesse sentido, se torna necessária uma abordagem metodológica qualitativa que compreenda a complexidade sociotécnica e sua transformação, nas quais não se separam as questões técnicas, políticas e sociais. Igualmente, a metodologia será pautada na revisão de literatura sobre temas como as redes sociotécnicas, consumo e sociedade de controle, Teoria Ator-Rede e a cartografia das controvérsias. Logo, com base no objetivo traçado, foram analisados os compartilhamentos de publicações na rede *Facebook*, através da participação no grupo intitulado “Pedra do Telégrafo-RJ” nos anos de 2015 a 2017.

Dentro dessa perspectiva, este estudo possui como questão norteadora: de que forma as imagens, na era da virtualidade e do consumo, podem ter contribuído para produção de subjetividades nos indivíduos do qual podem contribuir no aumento do número de visitantes local? Prosseguindo com a reflexão, tendo a sociedade de controle como pano de fundo, as relações entre turismo/lazer e capital (mediadas pelo consumo), podem ser transformadas em uma lógica de “turismo mercadoria”?

O CONSUMO E O “TURISMO-MERCADORIA” NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE CONTROLE

A sociedade de controle (Deleuze, 1992) pode ser caracterizada, dentre outros aspectos, pela transformação do consumo em uma espécie de dispositivo que possibilita o controle da produção de desejos, permitindo ao indivíduo alguma forma de afirmação de si mesmo mediante a sociedade. O termo foi desenvolvido com base na vigilância ininterrupta que os indivíduos exercem uns sobre os outros, simultaneamente, formando uma rede de domínios através do consumo. Segundo Hardt (2000), não há uma passagem clara nessa sucessão, a sociedade de controle não está substituindo a disciplinar. Logo, a sociedade disciplinar e os seus dispositivos de vigilância não foram extirpados, somente receberam uma reconfiguração dentro da perspectiva do campo societal de produção. Nesse contexto, a passagem de uma sociedade para outra não pode ser considerada uma oposição e sim uma intensificação, uma vez que Deleuze (1992) menciona que os meios de confinamentos discutidos por Foucault (1987) passaram por uma crise generalizada em função das adequações ao mercado contemporâneo.

A atuação da Sociedade de Controle ocorre sob o prisma de um capitalismo desterritorializado que conduz ao surgimento de uma nova ordem denominada sociedade mundial de controle (Hardt, 2000). Sendo assim, Hardt e Negri (2001) definem essa nova ordem como um “Império” que atua a partir do mercado global que o compõe. Mediante essa ordem, o consumo permite “identificações de inclusão”, pois todos se esforçam para pertencer a um determinado grupo, ou seja, “estar dentro” de uma determinada realidade e do círculo vicioso do consumo, faz com que os indivíduos consumam para se sentirem pertencentes. E tal forma, se não o fizerem, estarão “fora” do contexto que os envolve. Nessa perspectiva, o consumo, além de outros fatores, passa a ser clivagem da sociedade de controle. É fato, também, que o turismo é uma atividade essencialmente capitalista, que depende do espaço geográfico, enquanto produto, para sua existência (Cruz, 2000; Coriolano & Neide, 2003). Assim se por um lado essa atividade pode contribuir para o crescimento econômico de muitas localidades receptoras, por outro, pode também contribuir para o aumento das desigualdades socioeconômicas, quando não inserem os autóctones dentro desse processo ou não há planejamento adequado. Para Coriolano (2009) o turismo é uma atividade característica da contemporaneidade, no momento em que transforma o lazer em uma mercadoria a ser consumida em viagens, pressupondo-se outros consumos. A diversão, dentro desse contexto, seria uma forma de controle sobre os consumidores, ou seja, a atividade turística poderia ser equiparada com um objeto

que controla os consumidores em busca de desejos momentâneos por meio da experiência turística e de lazer, o que se modela à sociedade de controle, marcada pelo consumo e pela compulsão da vigilância e do compartilhamento, na qual muitas das vezes, as paisagens através da divulgação de imagens, são espetacularizadas (Debord, 1997), influenciando a concepção do que se poderia denominar “turismo-mercadoria”.

A lógica do “turismo-mercadoria” se baseia no conceito de “cultura mercadoria” de Guattari e Rolnik (2000), onde se entende a cultura como todos os bens, pessoas, referências e ideologias, relativas ao processo de produção de objetos semióticos, transformando-a como fosse um produto capitalizável a ser vendido no mercado. Para o autor, a cultura pode assumir realidades de diferentes sentidos, pois:

(...) cultura aqui não é fazer teoria, mas produzir e difundir mercadorias culturais, em principio sem levar em consideração os sistemas de valor distintos do nível A (cultura-valor) e sem se preocupar tampouco com aquilo que eu chamaria de níveis territoriais da cultura, que são da alçada do nível B (cultura-alma). Não se trata de uma cultura a priori, mas de uma cultura que se produz, se reproduz, se modifica constantemente. Assim sendo, pode-se estabelecer uma espécie de nomenclatura científica, para tentar apreciar, o que é, em termos quantitativos, essa produção de cultura. Há grades muito elaboradas (penso naquelas que estão em curso na Unesco), nas quais se pode classificar os níveis culturais das cidades, das categorias sociais, e assim par diante, em função do índice, do número de livros produzidos, do número de filmes, do número de salas de uso cultural, etc. (Guattari & Rolnik, 2000, p. 19)

De acordo com Vargas (2016), à luz de Guattari e Rolnik (2000), em um sentido amplo, os processos das culturas assumem diferentes sentidos: “cultura valor”, que se refere a um julgamento de valor; “cultura-alma coletiva”, em alusão à civilização e “cultura-mercadoria”, referente à cultura de massa que se associa, na questão dessa pesquisa, com a possibilidade de estar ocorrendo a lógica do “turismo-mercadoria”. Dentro dessa perspectiva, a “cultura-mercadoria” funciona como algo que é constantemente recriado, complementando os dois sentidos anteriores (Guattari & Rolnik, 2000), contribuindo assim, para possíveis alterações comportamentais através da “produção de subjetividades” (Tavares & Irving, 2013), configurando-se em estratégia de poder. De acordo com esse entendimento, a percepção de “turismo-mercadoria” pode ser entendida como um novo produto de valor de consumo no mercado, transformando a experiência adquirida do turismo em mercadoria. Portanto, a ideia de mercadoria domina tudo o que é vivido, inclusive as experiências, mercantilizando assim, os desejos.

No caso do turismo e do lazer, o desejo pela liberdade manifesta-se pela fuga da rotina ou pelo estresse do dia-a-dia e tornam-se produtos no mercado a serem consumidos, através da lógica “turismo-mercadoria”. Um exemplo seria a emergência dos produtos ecológicos, sejam através de apelos socioambientais ou por meio da transformação da paisagem natural em objeto de desejo, por meio da espetacularização das experiências de vida, que são atributos muitos utilizados nas propagandas turísticas. Assim, em um mundo marcado pela fluidez, descartabilidade e pelo consumo, tanto a materialidade, quanto a imaterialidade

passam a ser produtos, como a própria natureza. Portanto, Debord (1997) descreve a sociedade atual como ‘sociedade do espetáculo’, onde é marcada pelo uso de imagens, já que o indivíduo perdeu a capacidade de produzir sua própria representação da realidade, utilizando assim, imagens espetacularizadas, onde a publicização tem um papel essencial nesta dinâmica.

Dentro desse cenário, o consumo na sociedade de controle oferece a imagem de ramificações que nascem, crescem e se descaracterizam para se caracterizarem novamente com aparências indefinidas em lugares distintos, através de dispositivos também de consumo. De forma que, em meio a todas essas transformações proporcionadas pelo capital, podem-se identificar as possibilidades de “produtilização da natureza” (Tavares & Torres, 2017). O referido termo remete a possibilidade de transformar a natureza em um produto com atrativos intangíveis que são refletidos em imagens ou tangibilizados por um mercado ávido por impulsionar o consumo.

Assim, dentro da noção de “turismo-mercadoria” a natureza, enquanto paisagem, apresenta indícios de estar sendo consumida com a roupagem de um produto que possui um valor de mercado, conforme exemplificado por Pelbart (2003) “chame-se como quiser isto que nos rodeia, capitalismo cultural, economia imaterial, sociedade de espetáculo, era da biopolítica, o fato é que observa-se o crescimento nas últimas décadas um novo modo de relação entre o capital e a subjetividade.” (p. 34).

Dessa forma, a natureza pode passar a ser transformada em um produto a ser consumido, ampliando a relação entre o capital e a subjetividade, que se expressa como uma identidade psicossocial de consumo, no âmbito do mercado e da sociedade de controle, onde os valores são significados e ressignificados nas relações entre a natureza, o consumo e a sociedade. Essa lógica do capitalismo imaterial funciona na transformação do não capitalizável em valor de mercado. Segundo Tavares e Irving (2013), o capitalismo contemporâneo transforma o não-capital em capital, em todas as esferas - entendam-se aqui as propostas turísticas, inclusive nas incursões paisagísticas tomadas como maneiras de “ser”, de “fazer”, de “parecer especial” e de “ter prazer”, obedientes às condições impostas pelos desejos.

E além da criação de desejos, se constrói o sentido de mercantilização da diferença, da originalidade. A partir do conceito desta sustentabilidade líquida, (...) emergem novos valores associados à natureza como estratégia de mercantilização da autenticidade. Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que ocorre a espetacularização da natureza como produto de consumo estetizado pela diferença, a própria concepção de natureza-mercadoria se fragiliza. (Tavares & Irving, 2013, p. 7).

Destaca-se ainda que, pela forma conexionista, ocorrem novos apelos de autenticidade e o movimento é contínuo, devido às novas formas de consumo promovidas pela sociedade de controle (Ferreira et al., 2018). A natureza parece se tornar uma “grife” a ser consumida, assim como as paisagens, adentrando-se num ciclo incessante para a satisfação de desejos, que se configuram sob a forma de novos hospedeiros. Sob essa perspectiva, há a possibilidade desse fenômeno ter ocorrido com a paisagem da Trilha da Pedra do Telégrafo, na qual as imagens passaram a ser mercantilizadas a partir do alto índice de compartilhamento de

imagens, através da lógica do “turismo-mercadoria”, aumentando consideravelmente o número de visitantes no local para fins turísticos e de lazer. Em função de tais observações, intenta-se fazer uma abordagem acerca da Teoria Ator-Rede (Latour, 1994), enaltecendo as relações entre as influências geradas a partir da interferência do não-humano, que são representados por todos os tipos de tecnologias disponíveis, incidindo sobre os seus atores – os humanos. A partir do olhar na sociedade de controle, marcada também pela vigilância e produção de desejos insaciáveis, como pensar o papel das redes sociotécnicas e desses atores (humanos e não-humanos)?

AS REDES SOCIOTÉCNICAS E A TEORIA ATOR-REDE: NAS TRAMAS DO CONTROLE

Para Albagli e Maciel (2011), diante de distintas argumentações tocantes às transformações ocorridas na contemporaneidade, muitos estudiosos entram no consenso de que a *internet* possui um viés influenciador de transformação na vida dos indivíduos, seja no campo social, virtual ou comunicacional. Atualmente, observam-se, na sociedade, novas formas de diálogos promovidos através da comunicação, da apropriação da informação e do conhecimento (Albagli & Maciel, 2011). Neste cenário, surgem as redes sociotécnicas, que podem ser definidas como um conjunto de atores heterogêneos associados no processo de concepção, produção e difusão de conhecimento. Caracterizam-se pela existência de redes de humanos e não-humanos (Latour, 1999). Onde podem ser determinantes os processos aceleradores para que ocorra a condição de natureza produtivizada, através do consumo de suas paisagens.

Para Latour (ibid.) a sociologia do conhecimento científico tradicional sofreu mudanças nas suas noções convencionais, podendo ser denominada como sociologia das associações, onde muda a noção de demarcação entre indivíduo e objeto, homem e natureza, humano e não-humano, transformando a noção de social através da inserção dos não-humanos e os artefatos técnicos nesse processo de conhecimento. Assim, é crescente a influência dos artefatos técnicos nos atos das decisões dos indivíduos na sociedade, o que pode ser visível constantemente nas redes sociotécnicas.

Percebe-se que é cada vez mais comum a exposição de indivíduos em viagens e/ou em seus momentos de lazer nas redes sociotécnicas, principalmente através de imagens de paisagens, onde há pistas que a experiência está sendo transformada em mercadoria, dentro da lógica do turismo-mercadoria, podendo funcionar também como um simulacro (Deleuze, 1998). Para Sibilia (2016), o que pensávamos estar no interior do indivíduo está cada vez mais se deslocando para a superfície do corpo. Isso pode ser observado a partir do ato da autoexposição nas redes sociotécnicas e pela necessidade de ser visto, uma vez que só existe a confirmação do outro através da visibilidade de imagens comprobatórias, fabricando subjetividades que oferecem parâmetros de inclusão em diferenciados grupos sociais. As imagens estão profundamente fixadas na vida diária das pessoas, já que a sociedade atual é profundamente visual. Por sua vez, com a globalização, essa característica se tornou mais forte. Assim, tendo como ‘pano de fundo’ a sociedade de controle, marcada por algumas peculiaridades, dentre elas, a

sociedade do espetáculo (Debord, 1997) e da imagem, onde o “ter” tem ênfase sobre o “ser”, o consumo só faz sentido quando se pode exibi-lo (Sibilia, 2016). Neste sentido, Latour (1999) descreve a Teoria Ator-Rede, correlacionando tecnologia, ciência e sociedade, onde propõe que o ator seja definido a partir do seu papel na sociedade e o que ele produz na sua rede de conexão, de forma que a tarefa do social seja definida pelos próprios atores. Para Latour (2012):

A ANT não afirma que um dia saberemos se a sociedade é “realmente” feita de pequenos agentes individuais calculistas ou de portentosos macroatores; nem afirma que como vale tudo, a pessoa pode escolher seu candidato favorito ao acaso. Ao contrário, chega a conclusão relativista, isto é, científica de que essas controvérsias proporcionam ao analista os recursos necessários para rastrear as conexões sociais. A ANT sustenta apenas que uma vez acostumados a esses muitos quadros de referência mutáveis, chegaremos a uma boa compreensão de como o social é gerado, porquanto a conexão relativista entre quadros de referencia permite um julgamento mais objetivo que as posições absolutas (ou seja, arbitrários) sugeridas pelo senso comum (Latour, 2012., p. 53).

Procura-se, portanto, evidenciar que as controvérsias a partir das redes sociais vão refletir um senso comum entre os atores, no que tange a proposta do estudo. Destarte, faz-se necessário explicitar algumas questões inerentes à ANT.

Segundo Alcadipane e Tureta (2009), a ANT deve se basear naquilo que pode ser construído a partir das observações feitas através das práticas de atores que constituem essa rede, identificando o que e quem faz as ações a serem realizadas, demonstrando a presença do social. A comunicação em redes não é estática, e a ANT diferencia-se das demais, pela inclusão de elementos não-humanos – em alusão às máquinas ou ferramentas tecnológicas de comunicação - e requer a manipulação de elementos empíricos, onde nenhuma distinção deve ser feita a priori.

Na teoria Ator-Rede, a noção de rede refere-se a fluxos, circulações, alianças, movimentos, em vez de remeter a uma entidade fixa. Uma rede de atores não é redutível a um único ator nem a uma rede; ela é composta de séries heterogêneas de elementos animados e inanimados, conectados e agenciados. (Moraes, 2013, p. 02)

Onde ocorrem as associações no entrelaçamento do real com o virtual. Para Latour (2012), o ator, no caso “o visitante”, dentro da Teoria Ator-Rede, seria não uma fonte de um ato, e sim um alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção. Logo, a Teoria Ator-Rede dá aos indivíduos o espaço suficiente para se expressarem, conforme citado anteriormente. Nesse cenário, na perspectiva das redes sociotécnicas, os humanos não seriam os únicos atores, mas sim, mais um nó dentro das ações que ocorrem nessas redes. De forma, que estas redes podem ser formadas também por objetos.

Diferentemente de um enfoque dualista, que afirma a existência de dois polos privilegiados — o Sol e a Terra, o sujeito e o objeto, Deus e o Diabo —, uma ontologia de geometria variável declara múltiplas entradas possíveis. Penso ser o princípio de simetria generalizada proposto por Latour uma consequência dessa ontologia de múltiplas entradas e conexões. (Moraes, 2013, p. 03).

Alcadipane e Tureta (2009) reforçam a questão da simetria, assinalando que não existem humanos dissociados de não-humanos e vice-versa e que são interdependentes, pois ambos participam da rede heterogênea. Assim, o que torna a ANT diferenciada seria o que “(...) ela não assume, a priori, uma supremacia dos humanos em relação aos não-humanos. Além disso, pode ser visto como um desconhecimento histórico desconsiderar o papel dos não-humanos no desenvolvimento do processo produtivo” (Alcadipane & Tureta, 2009, p. 651).

Conforme citam os autores (ibid.), existe uma tênue fronteira entre humanos e não-humanos. Não que eles sejam iguais, mas os atores e a rede não estão separados porque em uma situação empírica, ambas as entidades são inseparáveis em função da atividade dos atores que dependem da rede e vice-versa. Destarte, o produto “natureza” ganha destaque nesse processo. Logo, para Latour (1999) “rede” significa uma série de transformações. É a síntese de interações por meio de vários tipos de esquemas, inscrições e formas dentro de um local pontual, além de ações que são próprias de entidades associadas, e não somente características dos humanos.

Por um lado, a rede de atores deve ser diferenciada da tradicional categoria sociológica de ator, que exclui qualquer componente não-humano. Por outro, também não pode ser confundida com um tipo de vínculo que liga de modo previsível elementos estáveis e perfeitamente definidos, porque as entidades das quais ela é composta, sejam naturais ou sociais, podem a qualquer momento redefinir sua identidade e suas mútuas relações, trazendo novos elementos (Moraes, 2013, p. 02).

Para Moraes (2013) as redes não são amorfas, e sim altamente diferenciadas, pois eliminam a oposição binária do pensamento moderno. A rede é nesse sentido a afirmação de tal diferença. “Ela consolida a potência do empírico como solo de invenção da razão, da verdade, da sociedade, da natureza.” (Moraes, 2003, p.04). Adentrando essa lógica, é possível identificar que no plano das redes há operações de tradução que engendram ao mesmo tempo natureza e sociedade, indivíduo e objeto.

As práticas de mediação, de hibridação dispõem todo o espaço, de tal modo que já não falamos mais em dois tipos de representação, mas apenas em híbridos ou quase-objetos. Latour nos convida a lançar luz sobre esses quase-objetos, efeitos das redes de atores. A não-modernidade das ciências torna legítimos tais objetos híbridos (Moraes, 2013, p. 06).

Onde esses quase-objetos seriam o resultado da interação entre o homem e suas ferramentas tecnológicas de comunicação.

Em um mesmo consenso, Moraes (ibid., p. 7) menciona que Latour revela os quase-objetos por meio de um parlamento das coisas. “(...) o parlamento das coisas supõe uma imagem da ciência como prática de mediação, aguçando novas sensibilidades voltadas para a proliferação dos híbridos, para a sua entrada nos coletivos.” Latour (1994, p. 142) delimita que “são eles que é preciso representar, é em torno deles que se reúne, de agora em diante, o parlamento das coisas”. É nesse âmbito que o parlamento de coisas se torna um lugar de resolução dos imbróglis das redes. Assim:

O princípio de multiplicidade, colocado em cena pelo parlamento das coisas, é o princípio de conexão das redes de atores: alianças performativas conectam entre si atores heterogêneos e têm como resultado os muitos representantes que falam em nome das coisas. Assim, no parlamento das coisas, como diz Latour, não importa se alguém fala do buraco da camada de ozônio enquanto outra fala dos eleitores, porque o que os une é o tecido único das coisas definidas por seu hibridismo. (Moraes, 2013, p. 7-8).

No estudo, o parlamento das coisas estaria presente nos diálogos instituídos nas redes onde se aborda o inusitado, transmitidos pelas imagens do local em observação. Neste aspecto, Latour defende o parlamento das coisas como um modo de realização da rede de atores. “O parlamento das coisas acarreta uma visada sobre as ciências a partir de sua audácia, sua experimentação, sua incerteza, seu calor, sua estranha mistura de híbridos, sua capacidade louca de recompor os laços sociais” (Latour, 1994, p. 140). E, é nessa teia que se ramificam os devires contidos nas ações dos atores e expectadores em torno da natureza. Os preceitos do “vir-a-ser” enaltecidos por uma sociedade de controle marcada pelo consumo e com desejos inacabados podem promover a comutação da natureza em produtos na medida em que vão se processando as manobras interconectadas entre “humanos” e não-humanos transformados por essas hibridizações.

Dentro desse cenário, o presente estudo tem como base a ANT, que perpassa por dicotomias que a sociologia tradicional estabelece entre o social e o natural, encarando a realidade como efeito de redes de materiais heterogêneos e não como algo tido como certo (Alcadipani & Tureta, 2009). Assim, dentro do escopo deste trabalho, entende-se a importância da ação dos “atores humanos” e não-humanos na produção da informação e conhecimento individual e coletivo. No caso deste estudo, trata-se da forma como as informações e imagens da Trilha da Pedra do Telégrafo são transmitidas nas redes sociotécnicas, tendo como “pano de fundo” a sociedade de controle, na qual a lógica do compartilhamento da sociedade de consumo, aliada a sociedade do espetáculo e da tecnologia, pode ter contribuído para a possível conversão dos atributos naturais em produtos comercializáveis, em especial na Pedra do Telégrafo, através da verificação do aumento de visitantes influenciado pelos compartilhamentos de informações nas redes sociotécnicas, reafirmando a sociologia das associações proposta por Latour (1999), onde o humano e o não-humano podem transformar o social. Então, como seria a inserção desses preceitos face ao detalhamento do local? Estaria a natureza se configurando em um produto a ser consumido?

A TRILHA DA PEDRA DO TELÉGRAFO: NATUREZA E SUBJETIVIDADE À VENDA?

A Trilha da Pedra do Telégrafo está inserida no PEPB (Parque Estadual da Pedra Branca). O PEPB, segundo o INEA (2013), é uma Unidade de Conservação de Proteção Integral e possui 393,84 hectares e cerca de 80 quilômetros de perímetro. O PEPB é considerado uma das maiores florestas urbanas do mundo porque está totalmente dentro do município do Rio de Janeiro. É devido a este

motivo, que se vislumbra a possibilidade de inserir os autóctones na conservação local através do uso público dos seus atrativos, podendo a partir da relação íntima dos visitantes com este ambiente natural, prover uma militância espontânea dos usuários em defesa desse espaço.

Por outro lado, essa relação pode ser afetada a partir do fato da natureza apresentar atributos de valores mercantilizantes. Dentro desse contexto, deve-se observar ainda que, com seus 354m de altitude, a Trilha da Pedra do Telégrafo tem atraído visitantes por despertar uma ilusão ótica em fotografias. Assim, observa-se que muitos visitantes fotografam no lugar e inserem essas imagens nas redes sociais, já que estas se tornaram populares nestas redes. Muitos turistas e visitantes procuram o local pela motivação de que a paisagem possa ser compartilhada nas redes sociotécnicas, já que o local é famoso por proporcionar ilusão ótica de um penhasco face ao abismo, que se transforma em um belo cenário para fotografias.

A Pedra do Telégrafo (Figura 1), também denominada “Morro de Guaratiba”, Pedra do Cavalo ou Pedra do Bigorna, possivelmente tem esse nome por ter recebido, durante a Segunda Guerra Mundial, um posto avançado de comunicação por rádio para observação de submarinos inimigos e prevenção de ataques às embarcações brasileiras (Inea, 2013). O local ganhou evidência a partir da publicação de uma foto do engenheiro ambiental com sua namorada, simulando uma situação de risco à beira de um penhasco, em 2015. A publicação recebeu mais de quarenta mil curtidas e teve uma grande repercussão, o que pode servir como pista para razão do início do processo de produção de desejos relacionados ao consumo daquela paisagem e seu compartilhamento (G1 Globo.com, 2018). Desde então, é possível identificar sinais de uma crescente procura pelo local que ficou conhecido pelas fotos inusitadas que mostram pessoas à beira do abismo compartilhadas nas redes sociotécnicas, dando pistas que o compartilhamento de imagens e relatos nas redes pode ter contribuído para o aumento no número de visitantes local, ou seja, o campo virtual pode ter influenciado o físico, conforme salientado por Latour (1999). Relatos nas redes discriminam que em dias de maior movimento, há filas para fotografar no local, que podem chegar à espera de 2h.

Figura 1 – Ilusão Ótica da Pedra do Telégrafo



Fonte – Trilhando Montanhas (2017)

A Figura 1 apresenta a ilusão ótica proporcionada na Pedra do Telégrafo, que repercutiu nas redes sociotécnicas através do compartilhamento de imagens. Dentro desse cenário, como poderia a Teoria Ator-Rede, através das controvérsias, influenciar o contexto social?

A CARTOGRAFIA DAS CONTROVÉRSIAS E A TEORIA ATOR-REDE

A noção de Teoria Ator-Rede para Latour (1999) não se dissocia o humano e o não-humano, afirmando que os dois operam na transformação do social. De acordo com Castro e Pedro (2010), para entender a Teoria Ator-Rede, primeiramente, deve-se ter em mente a concepção de rede, onde “cada um dos nós que compõem a rede constitui um ator, este ator é, ao mesmo tempo, uma rede, uma vez que se compõe a partir de conexões, e estabelece conexões outras além daquelas que estão em foco” (Castro & Pedro, 2010, p. 354).

Neste sentido, a Cartografia das Controvérsias, poderia ser denominada como a operacionalização da Teoria Ator-Rede. Para Cavalcante et al. (2017) a Cartografia das Controvérsias se traduz em uma metodologia que possibilita cartografar as redes, bem como seus principais *actantes* (atores humanos e não-humanos), que seriam os porta-vozes e suas respectivas conexões. Essas conexões ganharam destaque na década de 1970, quando ocorreu um crescimento das pesquisas sociológicas que procuravam entender os fundamentos do comportamento da comunidade científica e da formação e evolução das ideias dessas comunidades virtuais. Para Venturini (2010), a Cartografia das Controvérsias funciona como a versão didática e metodológica da Teoria Ator-Rede, que se apresenta como um conjunto de técnicas para mapear, explorar e visualizar polêmicas e controvérsias, em sua maioria, relacionadas às questões técnico-científicas. Para o autor supracitado, as controvérsias podem ser identificadas como questões que ainda não produziram consenso. Tendo seu surgimento nas relações heterogêneas ou na vida coletiva, onde há a existência de uma variada gama de atores. O que pode ser adaptado à temática deste trabalho.

Cavalcante et. al. (2017), analisando Latour, afirmam que para uma abordagem das redes, seriam necessárias sete regras metodológicas a serem seguidas, dentre elas:

1. Devemos objetivar um fato sempre em ação – e nunca cristalizado –, situando-nos em momentos de construção de caixas-pretas, isto é, momentos em que o tema em questão ainda é objeto de controvérsias.
2. A condição de artificialidade ou de natureza de um fato é efeito dos processos de circulação nas redes.
3. A estabilização da natureza é sempre consequência de resolução de controvérsias – e não a sua causa.
4. A estabilidade da sociedade é sempre, também, consequência da resolução de controvérsias
5. Devemos nos colocar em simetria no que tange ao estabelecimento de qualquer polaridade e observar todos os nós que estão sendo amarrados nesses processos.
6. Precisamos atentar para a extensão da rede que é construída em toda situação de controvérsias que envolvam acusação de irracionalidade e busca de explicações sociais ou lógicas que justifiquem tal acusação.
7. Faz-se necessário o rastreamento da rede que sustenta qualquer qualidade especial a qual atribuímos uma dose de estabilidade (Nobre & Pedro, 2010, p. 52).

Assim, de acordo com Nobre e Pedro (2010), para estudar essas redes é necessária uma metodologia de trabalho, onde o cartógrafo seja minimalista, valorizando as observações advindas de sua inserção e acompanhamento da rede, através de 04 etapas, dentre elas:

- 1) Buscar uma porta de entrada – é necessário ‘entrar na rede’, começar a seguir os atores e, de algum modo, participar da dinâmica que seus movimentos permitem traçar.
- 2) Identificar os porta-vozes - é preciso identificar aqueles que comunicam o texto e que acabam por sintetizar a expressão de outros actantes.
- 3) Acessar os dispositivos de inscrição, ou seja, tudo o que possibilite uma exposição visual, de qualquer tipo, em textos e documentos, e que possibilitam ‘objetivar’ a rede.
- 4) Mapear as associações entre os actantes. Trata-se de delinear as relações que se estabelecem entre os diversos atores e que acabam por compor a rede.

Dentro desse escopo, o trabalho utiliza a cartografia das controvérsias, através das quatro etapas descritas acima, em conformidade com as linhas de análise preestabelecidas a partir das pistas verificadas.

CONSTRUINDO UM MÉTODO: A CARTOGRAFIA DAS CONTROVÉRSIAS E A TRILHA DA PEDRA DO TELÉGRAFO

A construção do método se deu por diferentes ensaios feitos a partir das observações realizadas nas redes sociotécnicas. Dessa forma, a pesquisa propõe fazer uma incursão metodológica acerca das publicações compartilhadas na rede *Facebook*. Porém, para chegarmos a esse consenso, inicialmente, foi realizada uma sondagem exploratória referente aos anos de 2013 a 2015 das redes: *Twitter*, *Facebook* e *Youtube* (Quadro 1). Onde se verificou a preponderância, em termos de publicações, da rede *Facebook* sobre as demais, em especial no ano de 2015. Esse foi o ponto de partida para as investigações posteriores. Em uma segunda etapa, foi realizada uma análise exploratória de quatro redes: *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* e *Whatsapp*, que são consideradas as mais utilizadas pelos brasileiros (Digital in 2017, 2018). Nesse interregno, houve a intenção de analisar as publicações existentes nas respectivas redes, desde o início das atividades das páginas até o dia 28 de dezembro de 2017 - período de levantamento dos dados da pesquisa. Porém, concluiu-se que na rede *Instagram* só é possível analisar a totalidade de publicações, e não se pode segregar a análise por filtros, exemplificando-se: através de seleção das publicações anuais, como se delineou nos objetivos da pesquisa. No *Twitter*, só foram analisadas as quantidades de publicações, mas a rede não foi acolhida no trabalho porque, a priori, teria uma quantidade de acessos bem inferior, se comparada ao *Facebook*. Para utilizar o *Whatsapp* seria necessário modificar o método para uma análise participativa, visto que os autores deveriam fazer parte do processo. O *Youtube*, não poderia ser escolhido,

já que não se poderia adentrar em algum grupo e verificar a convivência na rede. Mesmo assim, procedeu-se a visualização do estudo em cada caso. Optou-se, finalmente, pela observação das ocorrências no *Facebook*. Todavia, inserindo-se na ferramenta de busca as palavras: “Pedra do Telégrafo”, observou-se nas redes *Youtube*, *Twitter* e *Facebook*, que o número de publicações aumentou significativamente a partir de 2015, ano em que as fotografias, no local, ficaram mundialmente conhecidas de acordo com o Quadro 1. Confirmando-se, portanto, as expectativas iniciais.

Quadro 1 – Quantidade Publicações/Fotos Públicas: *Twitter/Facebook/Youtube* versus anos Trilha Pedra do Telégrafo

ANO	TWITTER	FACEBOOK	YOUTUBE
2013	03	4	1
2014	05	8	10
2015	379	1.005	73

Fonte: Elaboração própria

Dessa forma, o trabalho está baseado na pesquisa documental (de matérias jornalísticas sobre o local), na revisão de literatura e na Cartografia das Controvérsias. Destacando-se, também, que a pesquisa tem um caráter exploratório e trata-se de um tema pouco discutido nas ciências sociais. Optou-se, então, por dar ênfase à teoria Ator-Rede (Latour, 1999), correlacionando-a ao panorama da sociedade de controle, às etapas propostas para análise das controvérsias, citadas por Nobre e Pedro (2010). Este trabalho se propõe a compreender cientificamente o comportamento cultural de comunidades no meio eletrônico, bem como a consequência dessas ramificações e controvérsias, uma vez que há pistas do aumento de visitantes ao local em foco, após a publicação de fotografias em redes sociais. Para isso, a coleta de dados será proveniente das redes sociotécnicas, em especial o *Facebook*, conforme as proposições do estudo.

A comunidade e/ou a rede *Facebook* foi selecionada dentre as demais porque permite a análise de publicações por categorias, possibilitando a categorização por ano. Em função disso, o trabalho propõe a análise de uma página previamente selecionada denominada “Pedra do Telégrafo_RJ”, que possui atualmente aproximadamente 41 mil participantes. O mapeamento das controvérsias¹ foi feito através da observação das publicações dos porta-vozes na rede escolhida, nos anos de 2015, 2016 e 2017. A opção temporal desses anos se deu a partir da publicação de fotos que expunham situações de ilusão ótica nas redes sociotécnicas. A partir desse período, se verificou um aumento contínuo do número de visitantes na trilha.

1. O mapeamento é parte de tese de doutoramento de Tavares (2007), que analisa o conteúdo e imagens de variadas publicações nas redes sociotécnicas.

ANÁLISE E RESULTADOS

Primeiramente, foram pesquisadas todas as páginas, por intermédio de diferentes grafias, definindo a denominação de cada comunidade, no *Facebook*, referentes à trilha da Pedra do Telégrafo, onde se verificou:

Quadro 2 – Grupos sobre Pedra do Telégrafo- *Facebook*

Comunidade	Participantes
Pedra do Telégrafo-RJ	41.000
Trilha Pedra do Telégrafo	2.700
Pedra do Telégrafo	648
Pedra do Telégrafo – Barra de Guaratiba-RJ	494
Pedra do Telégrafo*	418
Excursão Pedra do Telégrafo	376
Pedra do Telégrafo**	147

* Esse grupo trata-se de uma agência receptiva do local

** Esse grupo trata-se ou é gerenciado por um guia de turismo

Fonte: Elaboração própria

Devido ao número de participantes (41.000), os pesquisadores optaram pela página “Pedra do Telégrafo_RJ”, cuja primeira publicação foi em 04 de abril de 2015. Assim, analisando-se as quatro etapas de investigação, propostas por Nobre e Pedro (2010), fez-se uma incursão à porta de entrada desta página, seguindo-se os atores, a partir da participação no respectivo grupo. Foram identificados os porta-vozes, ou seja, aqueles que publicaram nos anos de 2015, 2016 e 2017, totalizando-se 256 publicações. Também foram acessados os dispositivos de inscrição, isto é: foram analisados os conteúdos dessas publicações.

Em seguida, foram mapeadas as associações entre os actantes (atores humanos e não-humanos) através dos comentários e curtidas nas publicações dos porta-vozes ali identificados. Em geral, nas publicações analisadas, a movimentação na rede se dá através de curtidas, compartilhamentos e comentários. No período estipulado para observação, a publicação mais curtida pela rede (537) caracterizou-se pela fotografia de dois visitantes – um deles, uma figura pública – simulando uma situação de estar segurando a outra pessoa pelos cabelos, para que ela não caísse no penhasco, e, pelo marketing da venda do respectivo roteiro, feito pela agência, junto à foto. Logo, notou-se também que as publicações mais compartilhadas, curtidas e comentadas são as que apresentam as ilusões de ótica proporcionadas na pedra, atuando como simulacros que se configuram como um convite para realização da trilha, através da venda de serviços. Já os comentários, em geral, são caracterizados por marcações de outras pessoas. Nesse cenário, observa-se o aumento do número de publicações em proporção a quantidade de visitantes, confirmando a reflexão de Latour (1999), sobre a associação do ator humano ao não-humano, que culmina na transformação do social, quer seja pelo relacionamento entre as redes ou através dos porta-vozes, transformando a experiência de estar na trilha em um objeto desejado dentro da perspectiva do “turismo-mercadoria”, produzindo e capturando assim, subjetividades. Portanto, na medida em que as fotos vão sendo compartilhadas, estas vão automaticamente

influenciando na visitação ao local. Assim, torna-se visível que o consumo pode transformar os bens materiais e imateriais em produtos a serem comercializados, produtalizando-os (Deleuze, 1992). Em relação ao assunto em pauta, Pelbart (2003) discorre sobre a capitalização do não capitalizável, o que pode ser identificado na Trilha da Pedra do Telégrafo. Há pistas de que através das influências despertadas pelo desejo em torno da paisagem, pelo lazer e pela própria natureza, pode estar ocorrendo uma transformação nos símbolos que se elevam ao nível de “marcas”, que promovem a subjetividade (Pontes & Tavares, 2017).

Embora este tópico apresente números reais, a pesquisa não os considera nas análises finais, posto que possuam um cunho qualitativo e se propõem a identificar subjetividades e sentimentos de fabricação de desejos em indivíduos, que compartilham essas experiências nas redes sociotécnicas.

CONSIDERAÇÕES NÃO FINAIS

A Trilha da Pedra do Telégrafo tornou-se conhecida pela possibilidade de ilusão ótica que a paisagem proporciona. De acordo com a pesquisa, as imagens do local veiculadas nas redes sociotécnicas podem ter dado outra dimensão ao número de visitantes na trilha. Pistas evidenciam que houve um aumento na frequência dos visitantes ao local a partir de 2015, provavelmente pela veiculação de imagens nas redes. Portanto, o capitalismo potencializado marcado pelo consumo e pela “produção de subjetividades” (Tavares & Irving, 2013) que remete a multiplicidade de sentimentos que circundam o comportamento social dos indivíduos, permite a transformação do não-capitalizável em capitalizável, uma vez que o não-capitalizável, a natureza, foi mercantilizada por novas possibilidades de consumo e por indivíduos que desejam desejar ininterruptamente. Essa perspectiva ocorre em função do compartilhamento de imagens nas redes sociotécnicas, que geram influências e se fixam no cotidiano das pessoas, reforçando que a sociedade atual é primordialmente visual. Assim, no atrativo analisado, a partir dos dados apresentados, sinaliza a possibilidade de ocorrência de uma “produtalização da natureza” (Tavares & Torres, 2017), na lógica de um “turismo-mercadoria”, na qual a experiência se transforma em um produto com valor mercadológico, por meio do compartilhamento de imagens da paisagem na rede *Facebook* (o recorte), produzindo subjetividades.

Isso devido a diversos fatores, destacando-se que na contemporaneidade, as transformações ocorreram no campo real e virtual, marcada pela vigilância nas redes sociotécnicas e pelo consumo, onde todos passaram a controlar todos através de diversos meios. Destaca-se, nesse ínterim, o uso dessas redes que se caracterizam pela exposição das pessoas e ao mesmo tempo pela invisibilidade das mesmas nas redes de informação, culminando em uma vigilância virtual.

Com base nas pistas apresentadas, pode-se identificar a reflexão de Latour, a respeito de que o ator humano e não-humano, podem transformar o social. O relacionamento quer seja entre as redes ou através dos porta-vozes corrobora para tal afirmação, e se constitui através do compartilhamento das publicações, relativas às imagens de ilusão de ótica proporcionada no campo de estudo, as quais podem ter influenciado no aumento do número de visitantes ao local.

Identifica-se ainda, que o mercado exibe a imagem da natureza de forma produtivizada e em consenso com os preceitos da sociedade de controle, delineada por Deleuze. Nessa lógica, os atributos naturais se desvinculam dos papéis de componentes da subsistência humana e se associam aos componentes que consubstanciam a existência de um mercado fluido e esquizofrênico em suas ações.

Logo, na sociedade contemporânea, marcada pelo consumo, pelo capitalismo desterritorializado e pelo controle na virtualidade, observa-se a transformação do turismo em mercadoria, tendo as redes sociotécnicas como meio de criação e “produção de subjetividade” (Tavares & Irving, 2013), podendo, através do relacionamento do humano e não-humano, transformar o social. Isso pode ter ocorrido com a trilha da Pedra do Telégrafo, na medida em que os meios digitais, em especial as redes sociotécnicas, podem estar influenciando no aumento do número de visitantes locais. Neste sentido, a relação entre turismo e natureza é esvaziada pela lógica do capital, pois o que predomina é uma imagem viral de um simulacro. Por fim, este estudo não se esgota aqui, e concorre para alavancar novas pesquisas com o respectivo tema.

REFERÊNCIAS

- Albagli, S., & Maciel, M. (2011). *Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social*. Rio de Janeiro: Garamond Universitária.
- Alcadipani, R., & Tureta, C. (2009). Teoria ator-rede e análise organizacional: contribuições e possibilidades de pesquisa no Brasil. *Revista Organizações & Sociedade*, v. 16, n. 51.
- Castro, R., & Pedro, R. (2013). Experiência da vigilância: subjetividades e sociabilidade articuladas ao monitoramento urbano. *Revista Psicologia e Sociedade*, v. 25, n. 2, 353-361.
- Cavalcante, R. B., Esteves, C. J. S., Gontijo, T. L., Brito, M. J. M., & Guimarães, E. A. A. (2017). A Teoria Ator-Rede como referencial teórico-metodológico em pesquisas em saúde e enfermagem. *Revista Texto Contexto Enferm*, 2017; v. 26. n. 04.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill S. (2008) *Turismo: princípios e prática*. 3 ed. Porto Alegre: Ed. Bookman.
- Coriolano, L. (Org) (2009). *Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário: atores e cenários em mudança*. Fortaleza: EdUECE.
- Coriolano, L. N. M. T., & Neide, L. (2003). Os limites do desenvolvimento e do turismo. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(2), 161-171.
- Cruz, R. D. C. A. (2000). *Política de turismo e território*. Contexto.
- Debord, G. (1997). *Sociedade do Espetáculo*. (E. S. Abreu, trad.). Rio de Janeiro: Editora Contraponto.
- Deleuze, G. (1998). *Lógica do Sentido*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 342.
- Deleuze, G. (1992). *Conversações*. (P. P. Pelbart, trad.). São Paulo, Editora, 34, 222.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1997) *Mil platôs, v. 5: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Ed. 34
- Digital in 2017* (2018). Global Overview. Recuperado de: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>. Acesso em: 14 mar. 2018.
- Dumazedier, J. (1975) *Questionamento teórico do Lazer*. Porto Alegre: PUCRS.
- Facebook*. (2018). Recuperado de: www.facebook.com.br. Acesso em: 02 jun. 2018

- Ferreira, G.G.T, Tavares, F, Fernando, J., & Almeida, E. M. (2018). Negócios Sociais na Lógica do Capitalismo Rizomático: Alternativa de Resistência ou Modelagem de Marcas? *Revista Aberta de Ciências Sociais*, 6 (09), 318.
- Foucault, M. V. (1987). *Vigiar e punir*. Petrópolis: Vozes, 170.
- G1 explica truque em fotos tiradas de 'abismo' no Rio; assista ao vídeo. (2018). G1.globo.com. Recuperado de <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/05/g1-explica-truque-em-fotos-tiradas-de-abismo-no-rio-assista-ao-video.html>. Acesso em: 25 mai. 2018.
- Guattari, F, & Rolnik, S. (2000) *Micropolítica: cartografias do desejo*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Guattari, F, & Deleuze, G. (1995). *Mil platôs. Capitalismo e Esquizofrenia*. Rio de Janeiro, 34.
- Hardt, M. (2000). *A sociedade mundial de controle. Gilles Deleuze: uma vida filosófica*. São Paulo: Editora, 34, 357-72.
- Hardt, M. A., & Negri, A. (2001) *Império*. Rio de Janeiro: Record.
- Instagram (2018). Recuperado de www.instagram.com.br. Acesso em: 20 mar. 2018
- Instituto Estadual do Ambiente (2013). *Parque Estadual da Pedra Branca*. Rio de Janeiro: INEA. Recuperado de: http://www.femerj.org/wp-content/uploads/guia_trilhas_pepb.pdf. Acesso em: 21 dez. 2017.
- Latour, B. (1994). *Jamais fomos modernos*. Editora 34.
- Latour, B. On recalling ANT. In J. Law, & J. Hassard. *Actor network theory and after*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Latour, B. (2012). *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Edufba.
- Law, J., & Hassard, J. (1999). *Actor network theory and after*. Blackwell Publishers.
- Moraes, M. (2013). A ciência como rede de atores: ressonâncias filosóficas. *Revista Ator-Rede*, (1).
- Nobre, J. D. A., & Pedro, R. M. L. R. (2010). *Reflexões sobre possibilidades metodológicas da Teoria Ator-Rede*. Cadernos UniFOA, 14.
- O que é ecoturismo. (2018). Oeco.Org. Recuperado de <http://www.oeco.org.br/dicionario-ambiental/28936-o-que-e-ecoturismo/>. Acesso em 25 mai. 2018.
- Pedra do Telégrafo, famosa por ilusão ótica terá ação de ordenamento. (2018). Jornal O Globo. Recuperado de <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2016/01/pedra-do-telegrafo-famosa-por-ilusao-de-otica-tera-acao-de-ordenamento.html>. Acesso em: 02 jan. 2018.
- Pedra do Telégrafo. (2017). Vamos trilhar. Recuperado de <https://www.vamostrilhar.com.br/content/uploads/2017/09/mapa-trilha-da-pedra-do-tel#233;grafo-rj-vamos-trilhar.jpg>. Acesso em: 29 nov. 2018.
- Pelbart, P. (2003) *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo. Ed. Iluminuras LTDA.
- Pires, P. D. S. (2005). Entendendo o ecoturismo. In L.G.G. Trigo (Ed.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. (pp. 483-494) São Paulo: Roca.
- Pontes, F, & Tavares, F. (2017). *Ecosofia das Marcas: As Três Ecologias na Publicidade Verde*. Appris Editora e Livraria Eireli-ME.
- Rolnik, S. (1997). *Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização. Cultura e subjetividade: saberes nômades*. Campinas: Papirus, 19-24.
- Sibilia, P. (2016). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Nova Fronteira.
- Tavares, F. (2007). *Natureza S/A? O consumo verde na lógica do Ecopoder*. Tese de doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Tavares, F., & Irving, M. A. (2009). *Natureza S/A?: o consumo verde na lógica do ecopoder*. Rima.

Tavares, F., & Irving, M. A. (2013). "Sustentabilidade líquida": resignificando as relações entre Natureza, Capital e Consumo em tempos de fluidez. *Revista Espaço Acadêmico*, 13(151), 01-11.

Tavares, F., Irving, M. A., & Vargas, R. (2014). *O "Ter Humano" e os "Kits de Subjetividade": uma Perspectiva Psicossociológica*. *Conexões PSI*, 2(1), 109-127.

Tavares, F., & Torres, G. (2017) *Natureza Líquida: as modelagens marcárias e a publicidade verde*. 1 ed. Curitiba: Appris, 206.

Trilha da Pedra do Telégrafo, Guaratiba. Recuperado de <https://trilhandomontanhas.com/trilha-da-pedra-do-telegrafo-rj/>. Acesso em: 18 dez. 2017.

Vargas, R. (2016). *Filmes, Consumo e Cultura-Mercadoria*. Tese de Doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Venturini, T. (2010). Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public understanding of science*, 19(3), 258-273.

Recebido em: 11/12/2018

Aprovado em: 05/04/2019

CONTRIBUIÇÕES

Marlen Maria Cabral Ramalho: Definição do problema de pesquisa e objetivos, desenvolvimento da proposição teórica, realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, escolha dos procedimentos metodológicos, coleta e análise de dados, elaboração de tabelas, gráficos e figuras, revisão crítica, redação e adequação do manuscrito às normas da RTA.

Frederico Augusto Tavares Junior: Definição do problema de pesquisa e objetivos, realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, escolha dos procedimentos metodológicos, análise de dados e revisão crítica do manuscrito.

Bárbara Lúcia Guimarães Alves: Realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, coleta e análise de dados, revisão crítica e redação do manuscrito.

Margarete Ribeiro Tavares: Realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, análise de dados e revisão crítica do manuscrito.