

Uma cultura ao alcance da mão – o *bot* Estimada¹

Catia Melissa Silveira Rodrigues²

Submetido: 22/09/2024

Aceito: 23/09/2024

RESUMO

Esta investigação busca compreender o uso das novas tecnologias de informação e comunicação na formação e manutenção de uma identidade cultural. O *chatbot Estimada*, acessado pelo *WhatsApp* e criado para divulgar a cultura de Florianópolis, busca oferecer referências que possam “manter vivas e acessíveis inúmeras informações relevantes sobre a cultura da cidade”³. A reflexão sobre os atributos e encargos do *bot* cultural se vale conceitualmente dos Estudos Culturais e da literatura relacionada à Inteligência Artificial e seu uso pela comunicação. O estudo resulta na compreensão do conteúdo que circula nesse ambiente digital e como esse meio atua, por vezes, na manutenção de práticas e poderes já há muito estabelecidos.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; Identidade; Inteligência Artificial; *Chatbot* Estimada; Florianópolis.

A Culture at Your Fingertips – the Estimada Bot

ABSTRACT

This research seeks to understand the use of new information and communication technologies in the formation and maintenance of cultural identity. The chatbot *Estimada*, accessed via *WhatsApp* and created to promote the culture of Florianópolis, aims to provide

¹ Trabalho apresentado no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2024.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela na Universidade de Coimbra/Portugal (2024) e mestre em Ciências da Linguagem, na linha de pesquisa de análise do discurso, pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2009). Possui graduação em Comunicação Social - hab. Relações Públicas, e pós-graduação especialização em Comunicação Integrada e Marketing, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos

³ Informação disponível na matéria “No aniversário de 348, a ‘Ilha do Silício’ ganhou boot cultural”. Acessível pelo link <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, em 01/06/2024.

references that can "keep alive and accessible a wealth of relevant information about the city's culture"⁴. The reflection on the attributes and responsibilities of the cultural bot draws conceptually from Cultural Studies and literature related to Artificial Intelligence and its use in communication. The study results in an understanding of the content circulating in this digital environment and how this medium sometimes acts to maintain long-established practices and powers.

KEY-WORDS

Culture; Identity; Artificial Intelligence; Estimada Chatbot; Florianópolis.

Una cultura al alcance de la mano – el bot Estimada

RESUMEN

Esta investigación busca comprender el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la formación y mantenimiento de una identidad cultural. El chatbot Estimada, accesible a través de WhatsApp y creado para promover la cultura de Florianópolis, busca ofrecer referencias que puedan "mantener vivas y accesibles numerosas informaciones relevantes sobre la cultura de la ciudad"⁵. La reflexión sobre los atributos y responsabilidades del bot cultural se apoya conceptualmente en los Estudios Culturales y la literatura relacionada con la Inteligencia Artificial y su uso en la comunicación. El estudio resulta en la comprensión del contenido que circula en este ambiente digital y cómo este medio actúa, a veces, en la conservación de prácticas y poderes ya establecidos.

PALABRAS-CLAVE

Cultura; Identidad; Inteligencia Artificial; Chatbot Estimada; Florianópolis.

Introdução

Florianópolis, comumente autodenominada Capital Turística do Mercosul⁶ (FANTIN, 2000), é o centro desta investigação. A cidade é um dos destinos mais procurados para o turismo e lazer no Brasil, assim como para o estabelecimento de residência daqueles que ao

⁴ Information available in the article 'On the 348th Anniversary, the 'Silicon Island' Got a Cultural Bot.' Accessible via the link <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, on 01/06/2024.

⁵ Información disponible en el artículo 'En el aniversario 348, la 'Isla de Silicio' ganó un bot cultural.' Accesible a través del enlace <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, el 01/06/2024.

⁶ Mercosul significa Mercado Comum do Sul, criado em 1991, e se refere a um tratado intergovernamental entre países da América do Sul. Atualmente, é composto por Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai, tendo ainda o Chile e a Bolívia.

conhecerem-na, acabam por fixar moradia, seja por suas belezas naturais, seja por sua qualidade de vida. O município é considerado, de acordo com dados disponíveis pelo Instituto Atlas Brasil⁷, a primeira capital brasileira no *ranking* do Índice de Desenvolvimento Humano – IDH (definido pela ONU), que analisa aspectos de infraestrutura, segurança, serviços de educação e saúde de uma cidade e/ou região.

Essa atenção sobre o município traz à luz elementos que integram aspectos característicos de sua cultura e de seu povo, cenário relevante para o planejamento turístico da cidade. Convém observar, no entanto, que a representação cultural identitária de Florianópolis tem atendido mais especialmente aos discursos dominantes na cidade, e não propriamente a formação identitária de parte significativa de sua população⁸.

O estudo resultante da tese de doutoramento “*Media e a construção identitária: a representação da identidade florianopolitana nos jornais regionais*” (RODRIGUES, 2024) apontou para a relevante atuação da mídia local - neste caso dois jornais de referência em Santa Catarina: *O Estado* e *Diário Catarinense* - na construção da identidade dos florianopolitanos. Esses jornais reforçaram, ao longo do período investigado (1985-2020), a narrativa do discurso institucional da cidade de origem açoriana, devidamente representada pelo gentílico manezinho da ilha⁹. Uma narrativa validada constantemente por atores políticos, empresariais e intelectuais, e se fazendo presente nas diferentes formas de comunicação que tratavam do tema, assim como no conteúdo jornalístico por meio de pautas que abordavam cultura, qualidade de vida e história do local.

Esta análise busca atentar para essa representação cultural identitária da cidade de forma atualizada, considerando as novas ferramentas de mídia observando a manutenção, ou não, dessa prática comunicacional. Do meio impresso dirigiu-se agora às plataformas digitais, os *smartphones*. E, no fluxo dessa atualização está a tecnologia conhecida por *chatbots*, um dos muitos sistemas de inteligência artificial (IA) disponíveis na atualidade.

⁷ Informação disponível no link <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, em 01/06/2024.

⁸ Resultado obtido em pesquisa realizada na tese de doutoramento *Media e construção identitária: a representação da identidade florianopolitana nos jornais regionais*.

⁹ Manezinho da ilha é o gentílico usualmente direcionado ao florianopolitano de nascimento. Há informações de que Manezinho é derivação linguística do nome (tradicionalmente português) Manoel, que se tornou Manoelzinho, passando para Manezinho.

O *Bot Cultural* de Floripa, objeto desta investigação, é disponibilizado por meio do *WhatsApp*¹⁰, gratuitamente, onde se poderá ter acesso a mais de quatrocentos verbetes “sobre a cultura, tradições, lugares históricos, memórias” etc., da cidade de Florianópolis. Metodologicamente, esta investigação utilizou de pesquisa bibliográfica e documental, além da observação e do uso do *chatbot* Estimada. A revisão teórica desta investigação parte dos Estudos Culturais e sua relação com a mídia, em seu uso da tecnologia aliada ao recurso da inteligência artificial no processo de comunicação. O texto se organiza com a exposição do aporte teórico, seguido da descrição metodológica do estudo, partindo para a descrição e a análise do *Bot Cultural*, demonstrando que a manutenção de práticas e políticas tradicionalmente dominantes (hegemônicas) podem ser mantidas mesmo havendo avanços tecnológicos.

Cultura e Comunicação Tecnológica

A base de reflexão desta análise está nos estudos de cultura, a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, que a define (cultura) como um processo em transformação, decorrente de constantes movimentações sociais, econômicas, tecnológicas, entre muitas outras que a afetam. Uma compreensão que segue o que Williams (1958, p. 4) definiu por cultura quando afirmou que esta se trata de “significados comuns, o produto de todo um povo, e os significados individuais disponibilizados, o produto de uma experiência pessoal e social empenhada de um indivíduo.”

Ao compreender as vivências passadas e as vivências em curso, se reconhece que a cultura está em constante transformação (HALL, 2006). A relevância dessa dimensão como significação do mundo tem como propósito reconhecer e valorizar uma sociedade ou comunidade, exigindo grande atenção às diferentes formas com que a cultura se manifesta, se transforma e se modifica. Por isso, essa noção de identidade cultural proposta por Hall

¹⁰ O acesso da *Bot* via *WhatsApp* permite grande potencial de acesso e alcance de público. Isso porque, em 2023, o Brasil foi identificado como o segundo maior mercado da plataforma no mundo, atrás apenas da Índia. Ano em que, de acordo com a *WhatsApp* no Brasil, eram quase 200 milhões de usuários no país. Informações disponíveis em <https://www.terra.com.br/economia/meu-negocio/o-que-faz-o-brasil-ser-o-segundo-maior-mercado-do-whatsapp-no-mundo,0ff7d15bd2cbf726428779eed3807b504p1rj8qu.html>. Acessado em 01/06/2024.

(2006) permite compreendê-la como relacional, como construções que resultam de processos sociais que criam e desafiam formas de subordinação.

Canclini (2008) nos auxilia a compreender a dinâmica da multiplicidade de referências na constituição de uma identidade acrescida de novas influências decorrentes de fontes externas ou globais. Sob essa perspectiva, o autor desenvolve o conceito de hibridismo como elemento chave da construção identitária. Essa interpretação, de uma identidade híbrida, não representa uma ruptura de hábitos já existentes, mas sim um diálogo entre o antigo e o novo, indo ao encontro dessa permanente (re)construção.

Entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas. (CANCLINI, 2008, p. XIX)

No entanto, de encontro a essa definição está a escolha de elementos representativos de uma identidade cultural única, que segue uma diretriz em que a definição de características que validarão esse perfil - excluindo os demais que não atendam aos critérios preestabelecidos - determinam o que é e o que pode ser reconhecido como identitário. O que, como resultado, produz uma ideia, um sentido de homogeneidade dentro da multiplicidade existente nas sociedades.

Essas escolhas arbitrárias abrangem inúmeros aspectos, inclusive a determinação cultural e identitária de uma cidade e de uma população. Sobre essa abordagem, Pesavento (2007) reflete a construção da cidade para além de sua concretude, incluindo a construção idealizada do território e de sua cultura. Um território com sentido ampliado de espaço, que abarca memórias e intensões de uma “*polis* imaginada”, que, potencialmente elaborada por uma lógica hegemônica, resulta na prática de um “consumo de lugar” (SILVA, 2016).

Nessa perspectiva, a mídia tem atuado, muitas vezes como articuladora importante do poder hegemônico vigente, no processo de construção identitária e cultural, demonstrando modelos e padrões de perfil e de consumo. Reiterando o que Williams (1958) afirmou de que “quem controla o sentido de cultura arbitra sobre valores”, se referindo a manutenção de práticas hegemônicas por meio de diferentes esferas ao longo dos tempos.

Este estudo considera, também, a perspectiva que analisa a relação da mídia para além dos meios unicamente como ferramentas, mas sim como mediações no processo

comunicativo. Essa abordagem considera as mediações levando em conta suas implicações no contexto social e cultural afetando e sendo afetado pela sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2015).

Em Martín-Barbero (2018, p. 15), “o meio não se limita a veicular ou a traduzir as representações existentes”, ele produz e reforça representações. Nessa perspectiva, o recurso da representação permite descrever algo, alguém ou alguma coisa que temos em nosso repertório de sentidos - por esse já ser reconhecido - corroborando na geração do consenso de códigos de linguagem e seus sentidos em sociedade. A representação tem por função mediar os indivíduos e o seu uso da linguagem, pois é por meio dela (da linguagem) que é produzido o sentido de uma representação (HALL, 2016). Um sentido arbitrário na relação entre o signo e seu significado, não possuindo uma relação natural nessa determinação, do que, consensualmente, é adotado. Ou seja, esse sentido não depende exclusivamente do signo, e sim da função simbólica de sua representação.

O uso das tecnologias pela comunicação é processo *continuum*, e esta análise leva em conta o recurso de maior destaque tecnológico atual: a inteligência artificial (IA), em especial a ferramenta de *chatbot*. O *bot* (e aqui um *bot* cultural) é uma assistente virtual que integra um significativo *portfólio* de ferramentas de inteligência virtual disponíveis na atualidade, proporcionando a interação por meio da troca de mensagens automatizadas entre o usuário e o sistema.

Magnolo e Whitaker (2024) definem os *chatbots* como um *software* de conversação automatizado que “seguem comandos preestabelecidos e análise de dados de comportamentos e interações” (p. 61). Se trata da reprodução de uma aprendizagem de dados que, segundo os autores, é supervisionada e limitada ao que foi treinado para sua interação.

Uma dinâmica de interação característica da inteligência artificial, a qual Webb (2020, p. 13) define como um sistema que tem por tarefa “simular a inteligência humana como reconhecer sons e objetos, resolver problemas, compreender a linguagem e usar a estratégia para atingir objetivos.” Há, com isso, o propósito da relação de aproximação público e *bot*, que mesmo seguindo um *script* preestabelecido, busca assumir o papel do outro que tem o conhecimento. Gunkel provoca essa reflexão ao dizer que

nosso mundo já é povoado por artefatos semi-inteligentes, robôs sociais, algoritmos capazes de aprender e sistemas de tomada de decisão autônomos que exponencialmente ocupam lugar do Outro nas relações sociais e na interação comunicativa (GUNKEL, 2017, p.13)

Santaella (2014) ao tratar sobre a hibridiz¹¹ dos gêneros discursivos na hipermídia, faz referência ao dialogismo bahktiniano quando associa o processo comunicacional na relação do sujeito (usuário) com a tecnologia digital (*bot*) “[n]o ato do diálogo, modo como os sujeitos se relacionam, movimento entre o eu e o outro” (2014, p. 207). Esse gênero híbrido, a que a autora se refere quando aborda as redes sociais, é observado, também, no uso da inteligência artificial nas redes (aqui no *WhatsApp*), pois

nas redes, a discursividade estritamente verbal vaza as fronteiras não só da linearidade típica do verbo, no hipertexto, quanto também da exclusividade do discurso verbal nas misturas que este estabelece com todas as formas das imagens fixas e em movimento. (SANTAELLA, 2014, p. 206)

“Uma estrutura de caráter não sequencial e multidimensional do hipertexto” (SANTAELLA, 2014, p. 211), que permite desde o recurso múltiplo de linguagens (textual, sonora ou multimídia), quanto a recursos como índices ou enciclopédias, que permitem associações e interações múltiplas do sujeito usuário.

Em um estudo mais amplo, porém, a autora alerta para o impacto que a inteligência artificial tem provocado culturalmente quando considera para as diferentes sociedades – com especial atenção para países da América Latina e Caribe – o “desafio diante da hegemonia exercida pelas grandes empresas de dados ou *big techs* sobre o funcionamento da cultura em escala global” (SANTAELLA, 2021, p. 6).

Percurso Metodológico

A metodologia empregada iniciou com a revisão teórica de eixos centrais para a análise que são os Estudos Culturais e a representação identitária-cultural pela mídia. Mídia esta considerando o avanço tecnológico de seus meios, em especial da inteligência artificial como recurso interativo, informativo e comunicacional.

¹¹ Santaella emprega o conceito de híbrido no estudo de gênero discursivo na hipermídia, a partir de Machado (2005), quando esta desenvolve os estudos de gênero discursivos e aborda acerca da “pluralidade de sistemas de signos da cultura” (MACHADO, 2005 apud SANTAELLA, 2014, p. 208).

Foi realizado um estudo de caso do *chatbot* Estimada, um *bot* cultural sobre Florianópolis. De partida foi realizada a coleta e análise documental composta por *clipping* da cobertura da mídia local¹² no período de lançamento do projeto. Além disso, uma entrevista (realizada em um *podcast*¹³) com Rafael Bittencourt e Alexandre Gonçalves, respectivamente, o idealizador e o produtor de conteúdo do *bot* Estimada. Para além dessas ferramentas, ainda foi realizada uma pesquisa-ação no uso do *chatbot*, *software* cultural interativo, definido pelos criadores como “um robô que bate papo cultural sobre Florianópolis”.

Como metodologia de análise nesta investigação é usada a análise crítica do discurso (ACD), de Fairclough e Melo (2012), buscando compreender o gênero discursivo presente nesse processo comunicacional – usuário e *chatbot* – a fim de analisar sua atuação na manutenção de práticas discursivas dominantes no uso de novas tecnologias pela mídia. Caracterizando esta investigação como um estudo de abordagem predominantemente qualitativa.

O contexto digital

O *chatbot* a Estimada foi lançado em 23 de março de 2021, dia do aniversário de 348 anos de Florianópolis, e teve como propósito oferecer informações da cidade e sua história, “ajudando a manter vivas e acessíveis inúmeras informações relevantes sobre a cultura da cidade”, segundo o criador do projeto, Rafael Bittencourt em entrevista à portais de notícia local¹⁴. Ainda segundo descrito em coberturas da mídia local, a Estimada se trata de uma ferramenta que oferece indicações e recomendações para moradores e turistas que queiram conhecer, de maneira prática e interativa, “conteúdos difíceis de encontrar” sobre cultura da/na capital catarinense.

Para acessar o *bot*, o usuário deve digitar o endereço do link bot.floripa.com em qualquer navegador de internet para que ele seja direcionado automaticamente para o *WhatsApp* do *chatbot*, começando a partir daí a interagir com a Estimada. A interação ocorre

¹² Conteúdo disponibilizado em canais de mídia como tv, rádio e internet (portais de notícia e *podcast*), entre os meses de fevereiro e março de 2021.

¹³ Entrevista concedida ao programa Toque de Mídia, em 07/04/2021, e disponível pelo link https://open.spotify.com/episode/2L9nldC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg.

¹⁴ Informação disponível no link <https://scinova.com.br/ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/>, em 01/06/2024.

por meio de alternativas disponibilizadas pelo *bot*, registradas numericamente, que vão permitindo a navegação por seus verbetes, cerca de quatrocentos, organizados inicialmente por informações sobre cultura, tradições, lugares, passeios, gastronomia, fatos e personagens históricos da cidade.

O Bot Cultural foi criado por uma *startup* de Florianópolis, a *Shiftlab*¹⁵, e viabilizado a partir da aprovação em edital público, para a captação de recursos junto à iniciativa privada a projetos de incentivo à cultura no município, ao longo do ano de 2020. “A ideia da Estimada surgiu em 2018, dentro do *LinkLab* da ACATE (Associação Catarinense de Tecnologia), como resultado do cruzamento entre o estudo da tecnologia dos *chatbots* e o interesse pelas coisas de Florianópolis.”¹⁶

Na interação com o *bot*, a primeira mensagem disponível realiza uma breve apresentação do que é a Estimada e inicia o processo de interação com o/a usuário, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 – mensagem de apresentação do *bot* Estimada



Fonte: Bot Estimada

¹⁵ A *Shiftlab* se denomina como “uma empresa especializada em assessoria e gestão de imagem e comunicação, identidade, linguagem, marcas e reputações.” Informação disponível no link <https://shiftlab.com.br/>, acessada em 01/06/2024.

¹⁶ Informação disponível no link <https://acontecendoaqui.com.br/tech/bot-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/>, acesso em 01/06/2024.

A interface apresentada é clara e objetiva, tendo em sua descrição e diálogo inicial a explicação do que significa seu nome na linguagem local, que ela denomina de “manezês”. A partir desse contato informal, que já delimita um recorte identitário importante – de ser “manezês” – é possível identificar que as opções que são desenhadas nos verbetes seguem um roteiro identitário familiar aos padrões percebidos em veículos da grande mídia, observados há algum tempo na cidade de Florianópolis: a identidade cultural açoriana (RODRIGUES, 2024).

A Capital de Santa Catarina tem sido evidenciada como a “Capital Turística do Mercosul” (FANTIN, 2000) e reconhecida por sua origem açoriana, em que as marcas da presença portuguesa são visíveis em diferentes espaços, sendo explorados em vários tipos de instrumentos de divulgação e promoção da cidade. Mas que seriam também visíveis nas práticas cotidianas (materializações herdadas) do ilhéu ou manezinho da ilha, como na pesca, em sua alimentação, no artesanato, na religiosidade e em suas lendas (LEAL, 2007).

Essas características são identificáveis, também, na Estimada quando se observa a escolha dos verbetes, suas definições e descrições. Embora a primeira etapa de elementos descritos (Cultura, Tradições, Lugares históricos, ...) exponham possibilidades de informações sobre a cidade e sua população, à medida que o percurso desenvolvido pelo usuário vai aprofundando suas buscas se observa a escolha pela determinação do recorte identitário predominante: o açoriano.

O desdobramento dos verbetes, especialmente os que tratam de temas como Tradições (Figura 2) e Memórias, evidenciam o predomínio de práticas reconhecidamente herdadas dessa migração, como a Renda de bilro e rendadeiras, as Lendas de Floripa, as Tradições religiosas, e a personagem característica do Manezinho da ilha (também reconduzível a essa herança açoriana). Em entrevista realizada no lançamento da Estimada, Alexandre Gonçalves, responsável pela pesquisa e produção do conteúdo do *bot*, relata seu entusiasmo com o projeto como jornalista e natural de Florianópolis, “um manezinho que tem amor por sua cidade”¹⁷.

¹⁷ Entrevista concedida ao programa Toque de Mídia, em 07/04/2021, e disponível pelo link https://open.spotify.com/episode/2L9nIdC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg.

Figura 2 – seleção verbete Tradição do *bot* Estimada



Fonte: Bot Estimada

Essa identidade açoriana é reiterada em muitos verbetes apresentados no *bot*. Já de partida nas interações sobre as Tradições de Florianópolis, encontra-se a definição do que seria esse Manezinho da Ilha:

Apelido carinhoso dado ao cidadão nativo de Florianópolis desde a vinda dos colonizadores portugueses por volta de 1700. O termo “Manezinho da Ilha”, que valoriza a imagem dos antigos moradores, inicialmente caracterizava um estado da alma dos nativos das regiões interioranas e vila pesqueira da Ilha de Santa Catarina

Diz-se que o apelido surgiu do diminutivo do nome comum português, Manoel. Com o tempo transformando-se em Manoelzinho e derivando para o famoso Manezinho. O nativo fala e vive o estado de ser “manezês” e conjuga as palavras do dia a dia no pretérito perfeito como: “Tu visse?” “Não sou soubesse?”, por exemplo.

[...]

A explicação do verbete, como observado, leva em conta o processo de povoamento da região Sul do Brasil (uma das últimas a ser ocupada pelos colonizadores), planejado pela coroa portuguesa buscando demarcar mais fortemente sua presença na região¹⁸. No entanto, a Estimada não considera a presença e relevância de outras etnias presentes na

¹⁸ O fim da União Ibérica, em 1640, e o já descontentamento com a antiga demarcação do Tratado de Tordesilhas levam Portugal a buscar demarcar mais fortemente sua presença na região.

região, como a indígena e a negra¹⁹, que também integraram no desenvolvimento e na cultura da cidade.

Ainda na sumarização de verbetes que tratam das Tradições é possível identificar um encadeamento de vocábulos (vinte e oito) com Expressões típicas desse nativo de Florianópolis, denominadas no *bot* por “manezês”.

Costuma dizer que quem é natural de Floripa tem um jeito muito peculiar de falar. Mas além do sotaque tão característico do manezinho da Ilha, existem expressões típicas ainda muito utilizadas em diferentes situações. Dúvidas, mô quirido? Escolhe o número no menu, não se perca na tradução do manezês e divirta-se!

As expressões apresentadas – Istepô, Ó-lho-lho, Mô quirido etc. – buscam demonstrar um sujeito característico do local, com uma identidade que representaria a cultura desse município. Uma validação de cultura única determinante que invisibiliza todas as demais expressões culturais presentes.

Análise do gênero discursivo

No reconhecimento do gênero discursivo predominante no objeto de análise, parte-se de pressupostos de que esses operam como indicadores dessa classificação, como a “estrutura linguística, funcionalidade, posições de produção e recepção, de modo peculiar no conjunto das atividades desempenhadas pelos indivíduos” (BATISTA JR, 2018, p.133). Contudo, é necessário retomar uma afirmação de Fairclough (2001), quando este lembra de que as novas tecnologias de comunicação são responsáveis pelo desenvolvimento de novos gêneros discursivos. Esses novos gêneros se somam ao já grande número de interpretações e classificações, e esta análise faz uso dessa organização denominada de “cadeia de gênero”. Denominação que considera as transformações de “gênero em gênero²⁰”, que “demonstram o hibridismo recorrente em diversos gêneros dentro das práticas sociais” (BATISTA JR, 2018, p. 137).

¹⁹ Cardoso (2007) considera o apagamento da presença negra, assim como dos povos originários ou qualquer outra presença cultural e identitária na região, assim como “a ‘escolha’ pela memória de identidade açoriana, como um investimento político” (CARDOSO, 2007, p. 12).

²⁰ A categorização proposta por Fairclough (2001), e apresentada por Batista Jr. (2018), organiza “gênero em gênero” em três níveis: o pré-gênero, o subgênero e o gênero situado.

De acordo com a compreensão de pré-gênero, mais abstrato e amplo, se reconhece o *bot* cultural como de conversação, que estabelece uma exigência de interação, uma ação e reação do/a usuário/a para com o *chatbot* a fim de que se possa dar continuidade no compartilhamento das informações. O uso de *bots* por organizações não é algo incomum nos dias atuais. Não são raras as experiências de buscarmos informações de produtos e serviços e sermos atendidos por esses dispositivos, que mantêm um diálogo com o/a usuário/a a partir de um padrão de solicitações, dúvidas etc.

A pessoa que deseja saber sobre Florianópolis terá a seu alcance um dispositivo que concentrará um número significativo de informações sobre a cultura, tradições, lugares históricos, passeios da cidade. A dinâmica de interação desses *chatbots* são variadas, sendo que a Estimada exige uma ação simplificada para seu uso. Ao acessar o canal, via *WhatsApp*, são disponibilizadas alternativas – como um sumário -, que são selecionadas pelos/as usuários/as por meio de numerais indicados pela *bot*. O percurso segue um *script* predeterminado, contudo, o caminho é realizado de acordo com as escolhas realizadas pelo/a usuário/a.

Interessante destacar que nessa dinâmica de conversação, caso o/a usuário/a não fique plenamente satisfeito com a informação disponibilizada, ele poderá comunicá-la:

Bot Estimada : Respondi tua curiosidade? Sim ou não?

1 – SIM / 2 - NÃO

Usuário/a: 2

Bot Estimada: Fica tranquilo. Já anotei tua sugestão e vamos melhorar o resultado.

Não esqueça que sobre esse assunto eu ainda sei responder pra ti:

[e repete o sumário de verbetes já indicado]

Para além desta opção, o *bot* ainda permite sugestões e contribuições dos/as usuários/as, a fim de incrementar sua base de informações:

Bot Estimada: Quer sugerir novos verbetes, tirar dúvidas sobre o bot cultural de Floripa ou compartilhar com a Estimada fotos e lembranças sobre a cidade?

1 - Faça contato

2 - Estimada na Mídia

3 - Voltar

Usuário: 1

Bot Estimada: Siga o perfil @estimada.floripa no Instagram e mande seu recado: www.instagram.com/estimada.floripa.

Use a hashtag #BotFloripa

Na continuidade da análise, o que remeteria ao subgênero seria o perfil de um dispositivo que descreve, narra e instrui o/a usuário/a a cada verbete selecionado. Quando se considera a característica descritiva, que instrui o/a usuário/a em busca de uma informação, é reconhecido um conhecimento autorizado à Estimada como fonte. Um reconhecimento que se assemelha ao concedido às enciclopédias, e concedido por instituições que oportunizam visibilidade nos meios de comunicação e mesmo na seleção e concessão de um edital público – o que viabilizou a execução do projeto, segundo seus criadores.

Os verbetes que se referem as Tradições da cidade informam apenas características e práticas que remetem à cultura açoriana, evidenciados em muitos vocábulos, como Renda de bilro e rendadeiras, Tradições religiosas, Expressões típicas e tantos outros, que excluem a presença de outras manifestações culturais e identitárias, que também fizeram e ainda fazem parte da constituição da cidade (RODRIGUES, 2024).

No encadeamento classificatório, como numa mescla de gêneros, se reconhece o gênero situado como um *bot* dialógico. Esse enquadramento considera a interação dialógica do/a usuário/a de forma não linear e multidimensional. Um diálogo, em certa medida, flexível na construção do percurso pelo/a usuário/a, mesmo o *bot* sendo estruturado a partir de um *script* preestabelecido. Esse formato evidencia sua característica hipertextual facilitada e acionada por meio de numerais, que orientam para um percurso híbrido de verbetes e linguagens - textuais, visuais e sonoras, estas últimas disponíveis por meio de hiperlinks.

No hipertexto, descrito na análise de gêneros de Santaella (2014), é possível reconhecer o *chatbot* cultural como um modelo das ferramentas interacionais e instrucionais abordadas em sua análise, já que em suas descrições acerca do hibridismo discursivo se refere a meios clássicos (como atlas e dicionários) a hipertextos ampliados pelo suporte digital (como sumários e enciclopédias).

Como finalização desse percurso analítico, e não menos importante, cabe destacar um recorte da entrevista concedida pelos criadores do projeto a um *podcast* quando do lançamento da Estimada. Ambos sinalizaram que, embora o projeto tenha surgido a partir da concepção de profissionais de comunicação - um publicitário e um jornalista - naturais “manezinhos” de Florianópolis, que buscavam “propagar a cultura de Floripa” a partir de

seus “aspectos culturais constituintes”, eles também tinham sua “atenção para a viabilidade comercial da Estimada” com o auxílio de “parceiros que queiram apoiar e dar continuidade no projeto”²¹.

Florianópolis, como já foi mencionado, é uma cidade de grande atrativo turístico no Sul do Brasil, e com importante ação pública e empresarial no desenvolvimento desse ativo econômico para a cidade (RODRIGUES, 2024). A cultura é um atributo relevante no desenvolvimento do turismo local, e o destaque de – algumas – suas características, agrega valor em seu reconhecimento como cidade atrativa turística e comercialmente. Um produto, segundo Silva (2016), que é elaborado, preparado e ofertado para consumo, resultando no que a pesquisadora denomina de “cidade mercadoria”. A produção e geração de conteúdos informativos é construída de forma entusiasta e muito efusiva a ponto de atrair perfis qualificados de turistas para o consumo de lazer e/ou investimentos.

Considerações finais

Esta investigação buscou compreender o uso das novas tecnologias de informação e comunicação na formação e manutenção de uma identidade cultural, e para isso escolheu-se o *chatbot* Estimada, o *Bot* Cultural de Floripa, que foi criado para “ajudar a propagar a cultura da cidade”. Trata-se de um estudo que buscou atualizar uma investigação mais aprofundada acerca da identidade cultural de cidadãos de Florianópolis, que se concentrou em dois importantes jornais locais (*O Estado* e o *Diário Catarinense*) em um longo período de tempo (1985 a 2020).

Foi possível reconhecer a evolução no desenvolvimento tecnológico e sua influência na mídia, e o quanto esse avanço por meio do uso da inteligência artificial potencializa o alcance a um grupo maior de pessoas. Contudo, esses recursos podem não alterar um sistema tradicionalmente já estabelecido e vigente de poderes econômicos e políticos - hegemônicos - locais. A escolha (arbitrária) pela história e tradições que irão efetivamente representar a população, assim como a seleção de verbetes para compor o *bot* cultural são indícios da manutenção de estruturas há muito instauradas, validando características de uma

²¹Entrevista concedida ao programa Toque de Mídia, em 07/04/2021, e disponível pelo link https://open.spotify.com/episode/2L9nIdC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg.

“sociedade homogeneizadora, que determina uma ‘identidade normal’ em detrimento à invisibilidade de todas as outras.” (SILVA, 2004, p. 43).

A produção de *chatbot* que atuou na seleção e desenvolvimento de verbetes do que é ou não cultura e tradições de Florianópolis, viabilizado por uma lei pública de incentivo à cultura e construído por um equipe plural de profissionais, deveria dispor de uma variedade de informações do que, efetivamente, constitui e compõe a cidade. No entanto, o que foi possível observar na interação com a Estimada, *bot* cultural, desenvolvido a partir do uso de inteligência artificial, é a indicação de informações muito semelhantes ao que foi observado em veículos tradicionais de comunicação em meados da década de 1980 (RODRIGUES, 2024).

Referências

BATISTA JR, J. R. L. **Análise de discurso crítica para linguistas e não linguistas**. Batista Jr., J.R.L. Sato, D.T.B, Melo, I.F. (Orgs.). São Paulo: Parábola. 2018.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Ed.USP, 2008.

CARDOSO, P. J. F. Em busca de um fantasma: as populações de origem africana em Desterro, Florianópolis, de 1860 a 1888. In: **PADÊ: estudos em filosofia, raça, gênero e discursos humanos**. 2 (1/07), 11-30, 2007. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/pade/article/view/143> . Acesso em 01/06/2024.

GUNKEL, D. J. Comunicação e Inteligência Artificial: novos desafios e oportunidades para a pesquisa em comunicação. In: **Galáxia** (on-line). n. 34, já-abr., 2017, p. 05-19. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554201730816> . Acesso em 01/06/2024.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed. UnB. 2001.

FAIRCLOUGH, N.; MELO, I. F. de. Análise Crítica do Discurso como método em pesquisa social científica. In: **Linha D'Água**, 25(2), 2012. 307-329. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2236-4242.v25i2p307-329>. Acesso em 01/06/2024.

FANTIN, M. **Cidade dividida**. Florianópolis: Ed Cidade Futura. 2000.

LEAL, J. **Açores, EUA, Brasil: Imigração e Etnicidade**. Direção Regional das Comunidades. 2007

MAGNOLO, T. S., WHITAKER, A. M. C. As relações de poder com a IA: perspectivas corporativas no campo da comunicação. In: **Organicom**. v.1. n.1 (2024). São Paulo: ECA/USP/Gestcorp, 2024. pp.55-70.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.

PESAVENTO, S. J. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**. 27(53), 11-23. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-01882007000100002>. Acesso em 01/06/2024.

RODRIGUES, C. M. S. **Media e construção identitária: a representação da identidade florianopolitana nos jornais regionais**. 2024. 273 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2024. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10316/114507> . Acesso em: 29 mar. 2024.

SANTAELLA, L. Inteligência artificial e cultura: oportunidades e desafios para o Sul Global. **Foro Abierto de Ciencias Latinoamerica y Caribe - CILAC 2020**, Montevideo, p. 3-21, abr. 2021. Disponível em: <https://forocilac.org/wp-content/uploads/2021/04/PolicyPapers-CILAC-IAcultura-PT-1.pdf> . Acesso em: 15 out. 2024.

SANTAELLA, L. Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. In: **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, v. 9, n. 2, p. 206–216, jul. 2014. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S2176-45732014000200013> . Acesso em 01/06/2024.

SILVA, M. A. S. da. Cultura açoriana no contexto da cidade-mercadoria: da invisibilidade à mercantilização em Florianópolis - SC. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 17, n. 59, p. 144–161, 2016. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/32006> . Acesso em: 01/06/2024.

SILVA, T. T. da. Identidade e diferença: Uma introdução teórica e conceitual. In: **A produção social da identidade e da diferença**. (pp. 38-52). Petrópolis, RJ: Vozes. 2004.

WEBB, Amy. **Os nove titãs da IA**. Como as gigantes da tecnologia e suas máquinas pensantes podem subverter a humanidade. RJ: Alta Books, 2020.

WILLIAMS, R. **A Cultura é de Todos**. Trad. Maria Elisa Cevasco. USP, 1958. Disponível no link <https://pt.scribd.com/document/198812883/A-Cultura-e-de-todos-Raymond-Williams>, em 01/06/2024.

Clipping de lançamento do bot Estimada:

Portal ACATE. **No aniversário de 348 anos, a “Ilha do Silício” ganha bot cultural**. Disponível em <https://www.acate.com.br/noticias/no-aniversario-de-348-anos-a-ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/>. Acesso em 01/06/2024.

Portal Acontecendo Aqui. **Bot reúne informações culturais de Florianópolis noWhatsApp**. Disponível em <https://acontecendoaqui.com.br/tech/bot-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/>. Acesso em 01/06/2024.

Portal FloripaAmanhã. **Robô reúne informações culturais de Florianópolis no WhatsApp**. Disponível em <https://floripamanha.org/2021/03/robo-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/> . Acesso em 01/06/2024.

Portal Primeiro Digital. **Bot no WhatsApp reúne informações e curiosidades culturais de Florianópolis**. Disponível em <https://primeirodigital.com.br/especial/confira-a-segunda-edicao-do-especial-grandes-temas-para-discussao-sobre-jornalismo-digital/amp/> . Acesso em 01/06/2024.

Portal SC Inova. **No aniversário de 348 anos, a “Ilha do Silício” ganha bot cultural.** Disponível em <https://scinova.com.br/ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/#:~:text=Projeto%20do%20publicit%C3%A1rio%20Rafael%20Bittencourt,cultura%20e%20hist%C3%B3ria%20de%20Florian%C3%B3polis>. Acesso em 01/06/2024.

Portal SCC10. **Bot reúne informações culturais de Florianópolis no WhatsApp** Disponível em <https://scc10.com.br/cotidiano/cultura/bot-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/> . Acesso em 01/06/2024.

Portal Rede de Inovação Florianópolis. **No aniversário de 348 anos, a “Ilha do Silício” ganha bot cultural.** Disponível em <https://redeinovacao.floripa.br/no-aniversario-de-348-anos-a-ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/>. Acesso em 01/06/2024.

Podcast Toque de Mídia. **Estimada: como um chatbot ajuda a propagar a cultura de Floripa.** Disponível em https://open.spotify.com/episode/2L9nldC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg . Acesso em 01/06/2024.