SPMob2021

Comunicação Móvel, Mobilidade Urbana e Práticas Criativas

Uma abordagem interdisciplinar de métodos mistos

Adriana de Souza e Silva, Professora Titular de Comunicação, NC State University, USA

SPMob2021

Comunicação Móvel, Mobilidade Urbana e Práticas Criativas

Uma abordagem interdisciplinar de métodos mistos

Adriana de Souza e Silva, Professora Titular de Comunicação, NC State University, USA

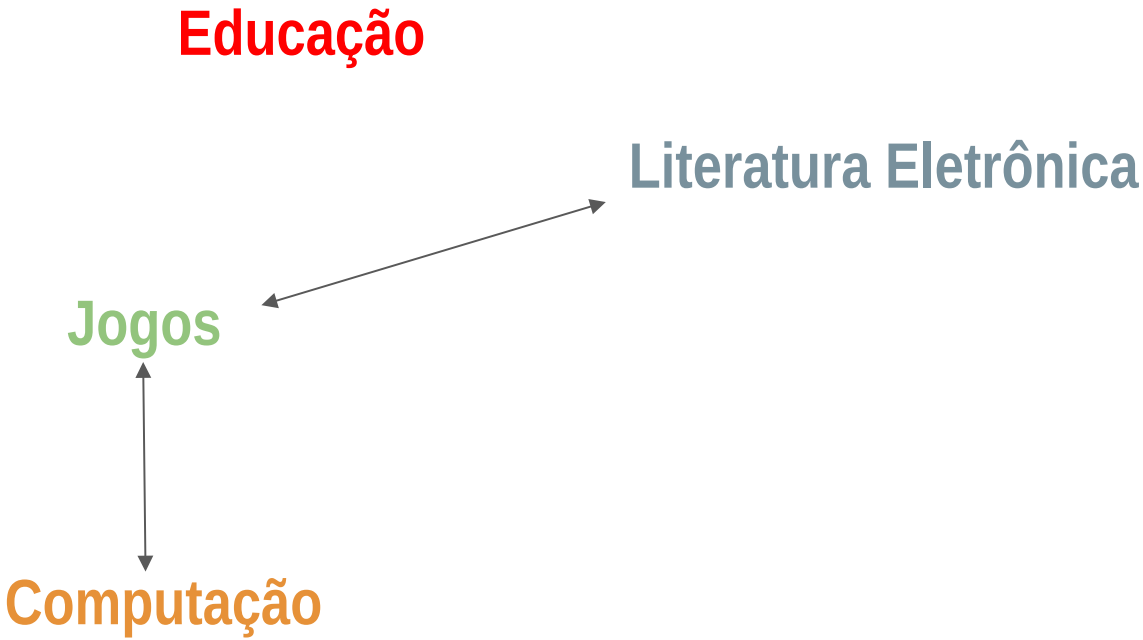
Doutora em **Comunicação** e Cultura
UFRJ

Mestre em **Comunicação** e Tecnologia da Imagem
UFRJ

Diploma em **Comunicação** Social (Jornalismo)
UFRJ



Design | Arte Midiática



Mídias Móveis

Geografia

Urbanismo

Mobilidade

Mobilities

Mobile Communication

Locative Media

Mobilities (sociologia, urbanismo, turismo)

Mobile Communication (comunicação, sociologia)

Locative Media (Arte e Design)

Mobilities

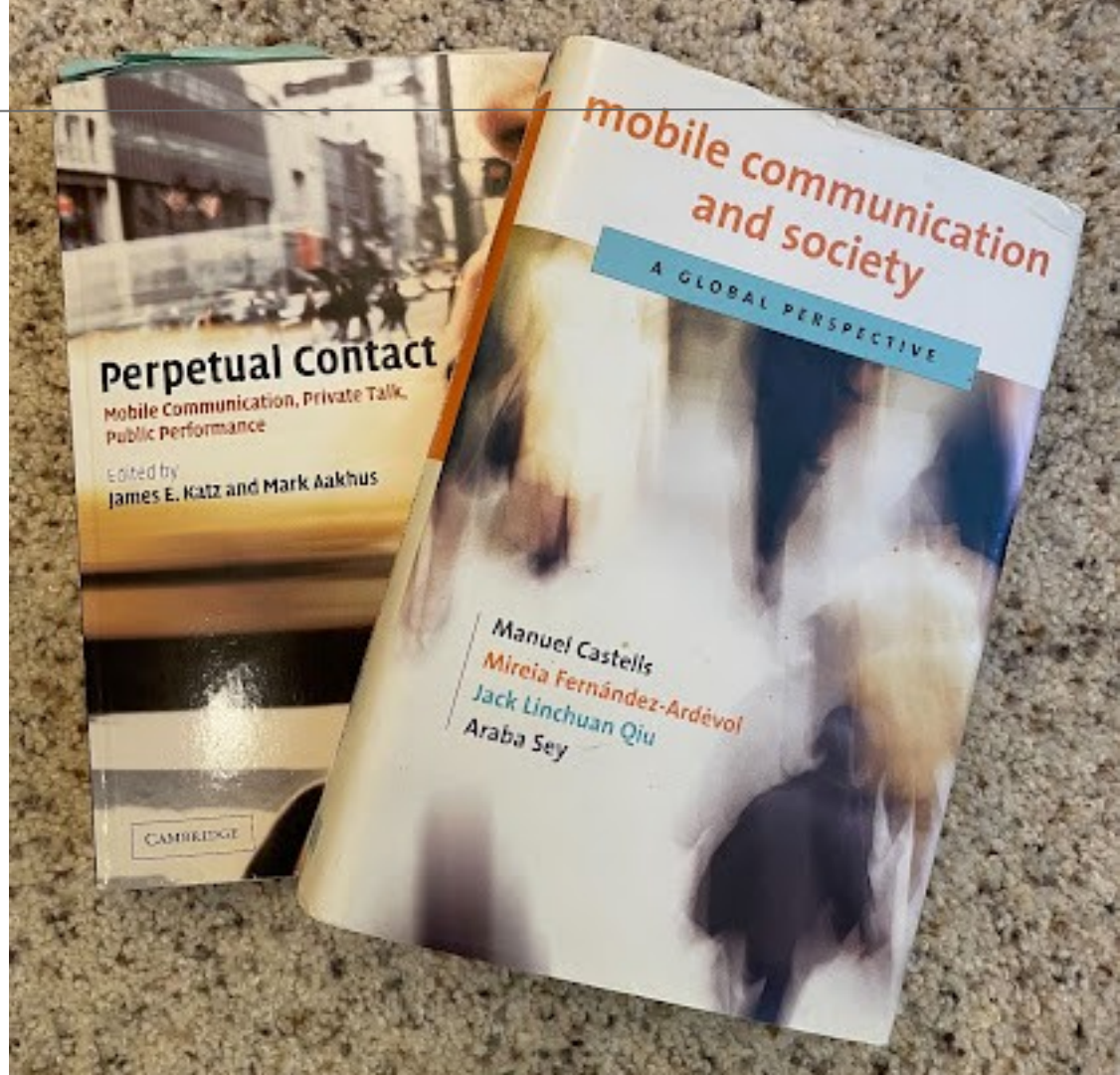
Mobile Communication

Locative Media

HISTÓRIA

2000s

Surge a comunicação móvel



1980s/1990s/2000s

Falando no telefone



(Wall Street, 1987)



(Denise is Calling, 1995)



2003

Olhando para o telefone



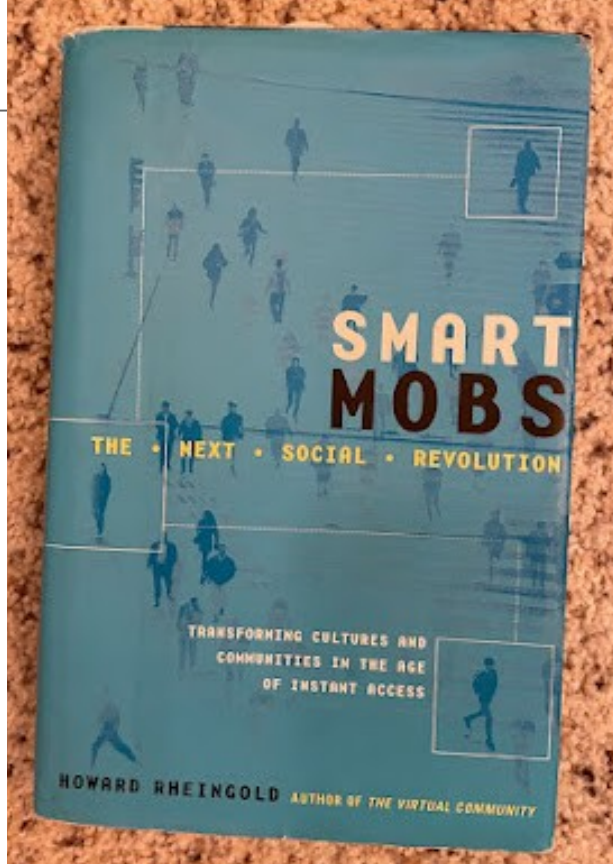








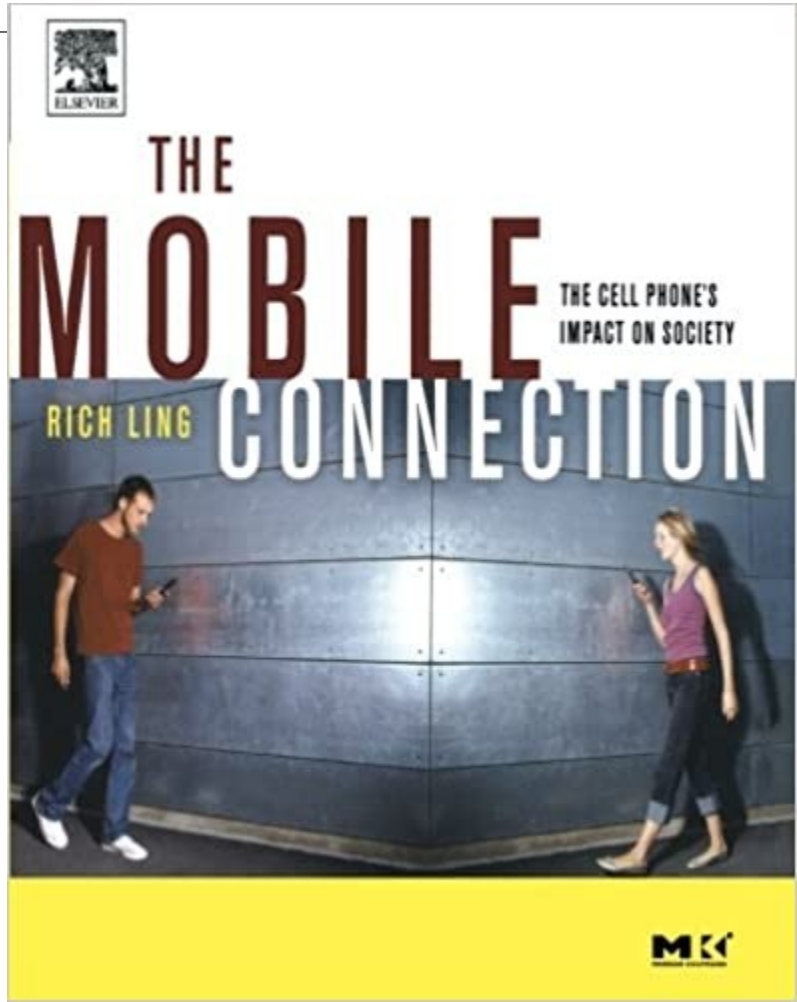




2004

Comunicação Móvel

- Comunicação, sociologia
- Interação 1-1
- Desconexão do espaço ao redor
- Foco na tecnologia / canal de comunicação
- Métodos: entrevistas / grupos de foco / pesquisas quantitativas



2006

Mobilities

Environment and Planning A 2006, volume 38, pages 207 – 226

DOI:10.1068/a37268

The new mobilities paradigm

Mimi Sheller, John Urry
Department of Sociology, Lancaster University, Lancaster LA1 4YD, England;
e-mail: m.sheller@lancaster.ac.uk, j.urry@lancaster.ac.uk
Received 10 August 2004; in revised form 18 January 2005

Abstract. It seems that a new paradigm is being formed within the social sciences, the 'new mobilities' paradigm. Some recent contributions to forming and stabilising this new paradigm include work from anthropology, cultural studies, geography, migration studies, science and technology studies, tourism and transport studies, and sociology. In this paper we draw out some characteristics, properties, and implications of this emergent paradigm, especially documenting some novel mobile theories and methods. We reflect on how far this paradigm has developed and thereby to extend and develop the 'mobility turn' within the social sciences.









2000s

Mobilities

- Sociologia
- Transporte
- Urbanismo
- Mobilidade física / virtual
- Foco no processo de mobililidade
- Métodos: observações em movimento, etnografia móvel, diários espaço-temporais, ciber-etnografia, viagem imaginária, memória, espaços “entre”.

2000s

Locative Media (Arte)

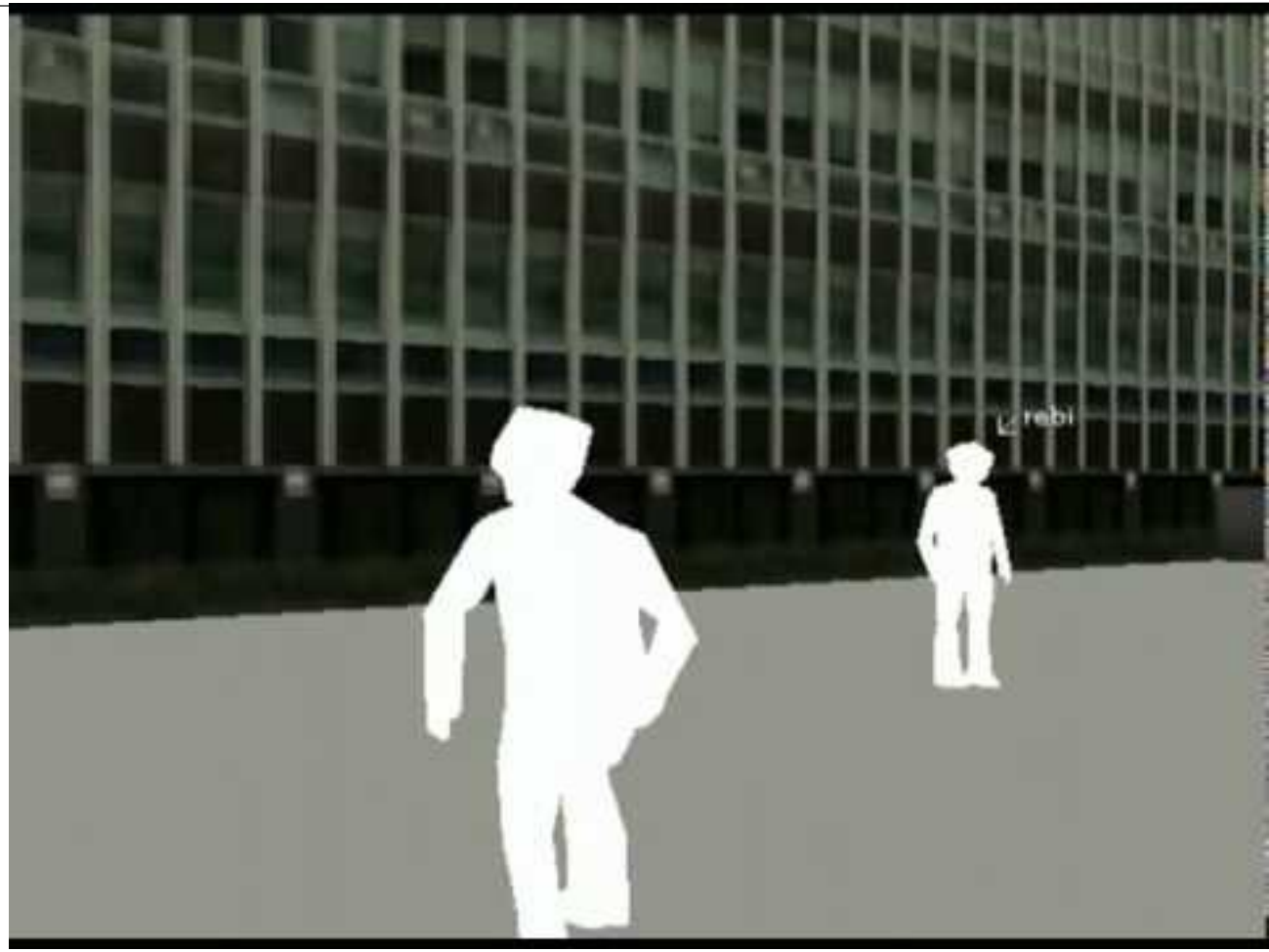
Amsterdam Real Time (Ester Polak)



2000s

Locative Media (Arte)

Can You See Me Now?
(Blast Theory)



2000s

Locative Media (Arte)

- Arte Midiática
- *Leonardo, LEA, Convergence*

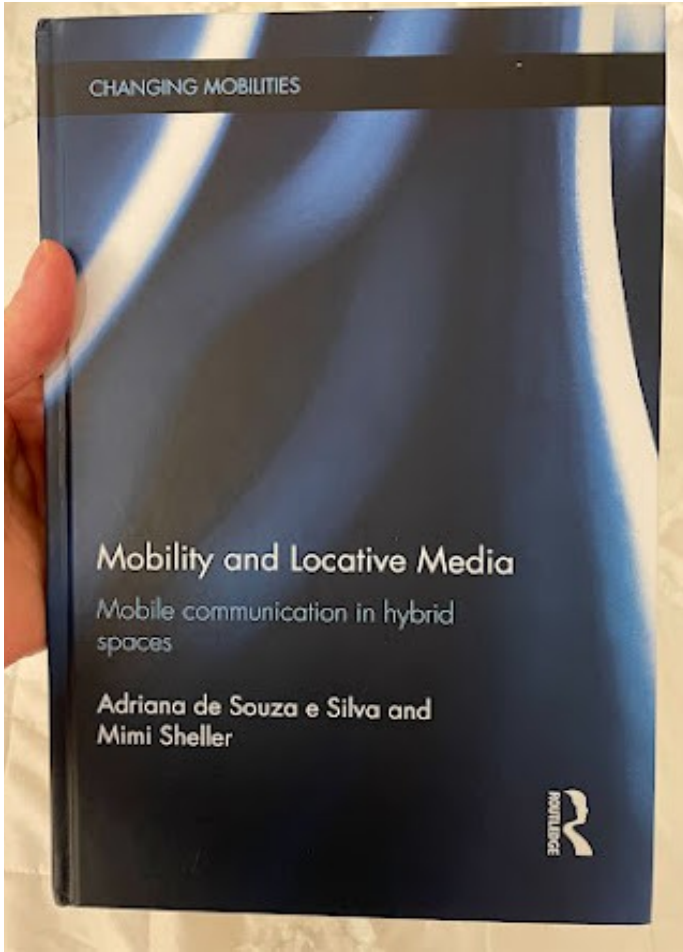
Elo perdido:

- **Conexão entre espaços físicos e digitais**
- **Conexão entre tecnologia e mobilidade**

2010s

Mobilidade | Comunicação Móvel | Mídias Locativas





Exemplos

Jogos Locativos (Game Studies)





Fig. 1. *Botfighters* - SMS version (2001-2004). © It's Alive!



Exemplos

Mobilidade em Rede (Graham, 2001)



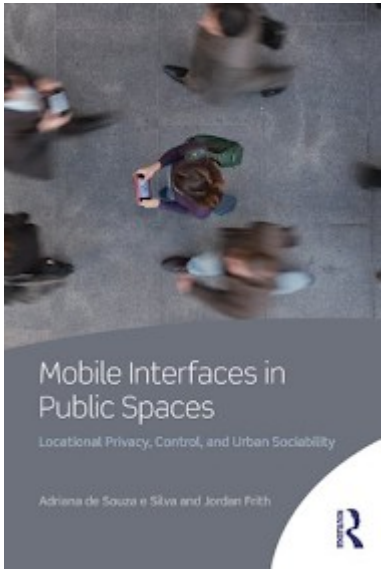
Sistemas de Transporte Inteligentes

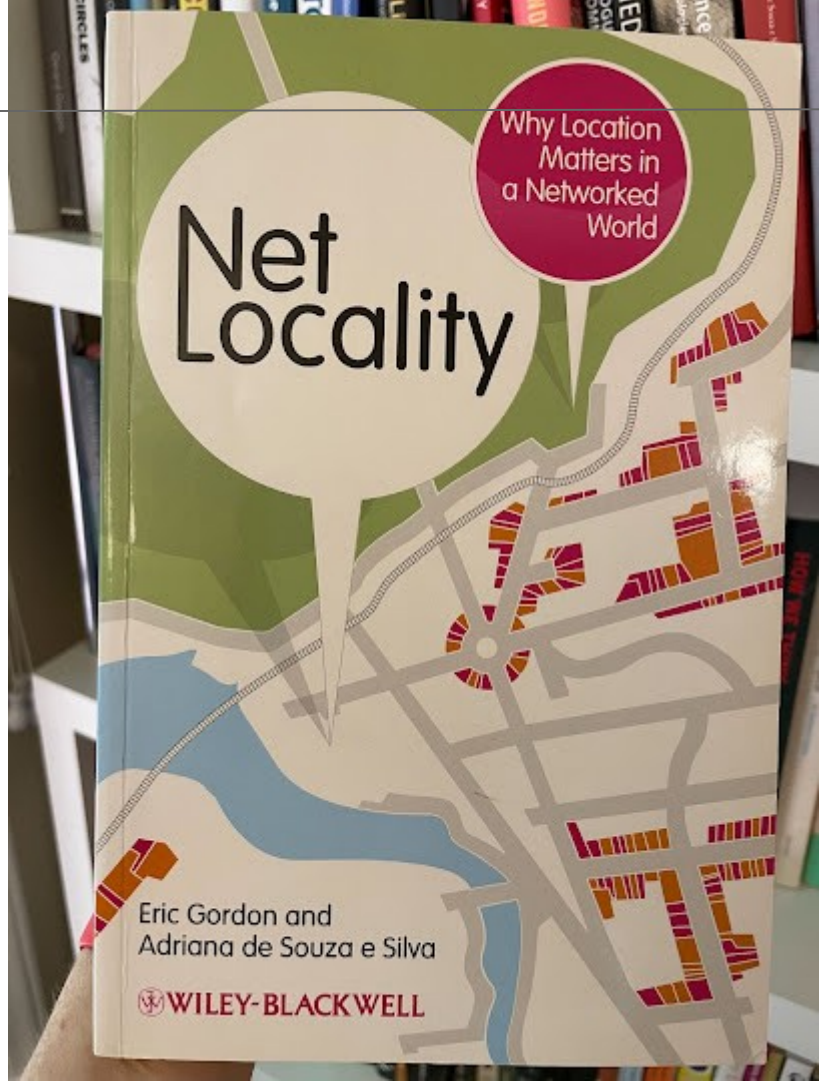


Cidades Inteligentes / Internet das Coisas

Contribuição Teórica

- Hybrid Spaces (espaços híbridos)
- Network Locality (localidade em rede)





E como estudamos esses contextos de intercessão entre espaços físicos e digitais em mobilidade?

Três metodologias

- Análise de discurso
- Entrevistas
- Crítico e interpretativa

Qualitativa: constant comparison

Três metodologias

- Análise de discurso
- Entrevistas
- Crítico e interpretativa

Qualitativa: constant comparison

Apenas alguns exemplos; não excludentes

Três artigos

- Locational Privacy in Public Spaces *(Communication, Culture & Critique)*
- Playful Mobilities in the Global South *(New Media & Society)*
- Mobile Networked Creativity *(Communication Theory)*

Foco: metodologia | técnicas de construção de um artigo acadêmico.

Communication, Culture & Critique ISSN 1753-9129

ORIGINAL ARTICLE

Locational Privacy in Public Spaces: Media Discourses on Location-Aware Mobile Technologies

Adriana de Souza e Silva[1,2] & Jordan Frith[2]

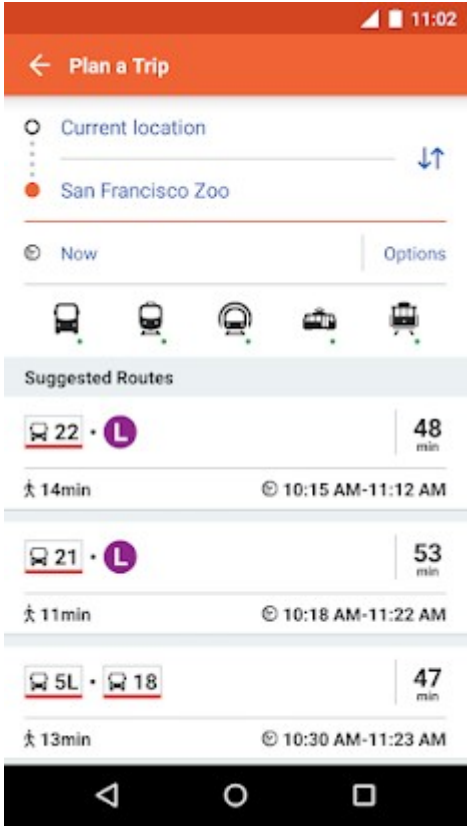
1 Digital Media and Mobile Communication Research Group, IT University of Copenhagen, Copenhagen S, 2300 Denmark
2 Department of Communication, North Carolina State University, Raleigh, NC 27695, USA

This article analyzes 4 months of popular press articles from major publications about location-aware mobile phones. Our results identify 2 main areas: the control these devices offer over public spaces and the lack of control users have over their location information. This lack of control is often framed as a lack of privacy. We argue that the ability to control and personalize public spaces is not new because previous types of portable media already allowed users to manage interactions with public spaces. However, issues of privacy and

2008 | iPhone 3G

LBS | serviços de localização



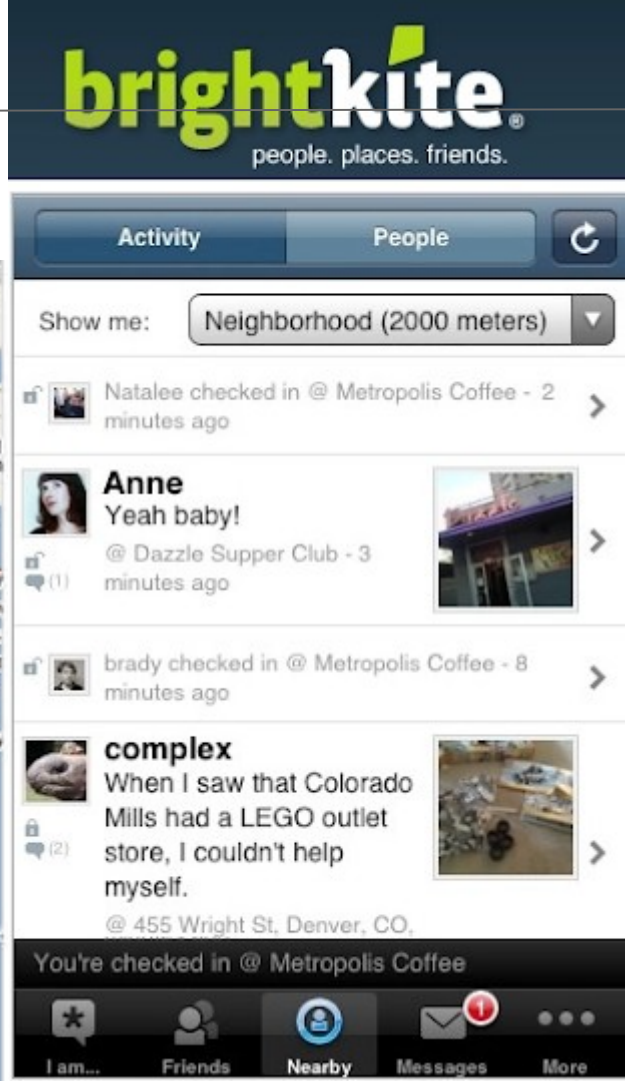




2008 | Brightkite | Loopt

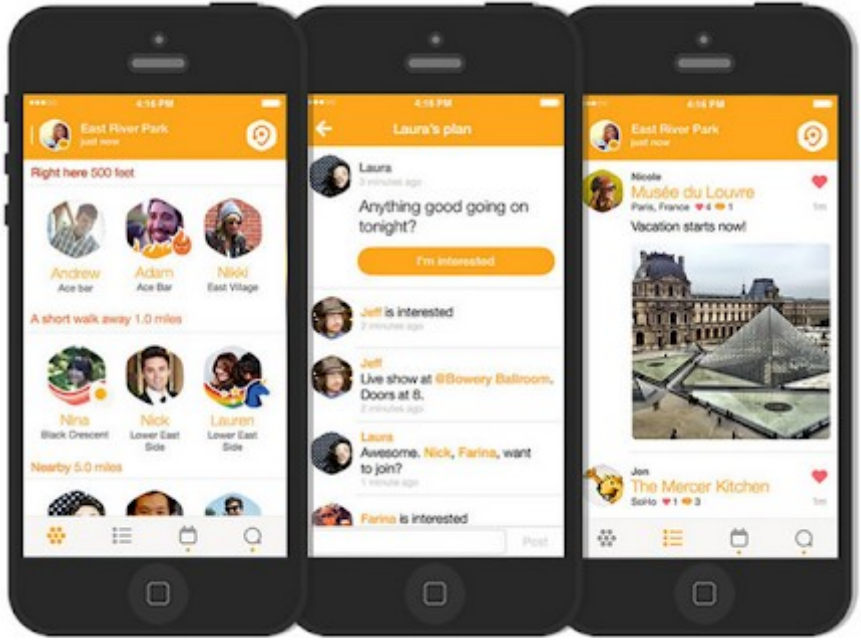
Redes Sociais Locativas (LBSN)





2008 | Foursquare

Redes Sociais Locativas (LBSN)







Problemas / Contexto

Contexto norte-americano



- **Preocupações com invasão de privacidade (locational privacy)**
- **Habilidade de “controlar” o ambiente (+ informação geolocalizada)**
- **Interações sociais em espaços híbridos (dependendo da localização)**

Literatura

- Muitas narrativas sobre modos de interação com essas tecnologias.
- Pouca evidência empírica.

Gap

→ influência dos discursos midiáticos no modo como interagimos com tecnologias digitais.

Perguntas de Pesquisa

- Como a preocupação com a privacidade pessoal com uso de mídias locativas se manifesta diferente de outras mídias móveis?

- Como a personalização do espaço promovida pelo uso de mídias locativas é percebida diferente de outras mídias móveis?

Metodologia

Análise de discurso midiático sobre o uso de mídias locativas.

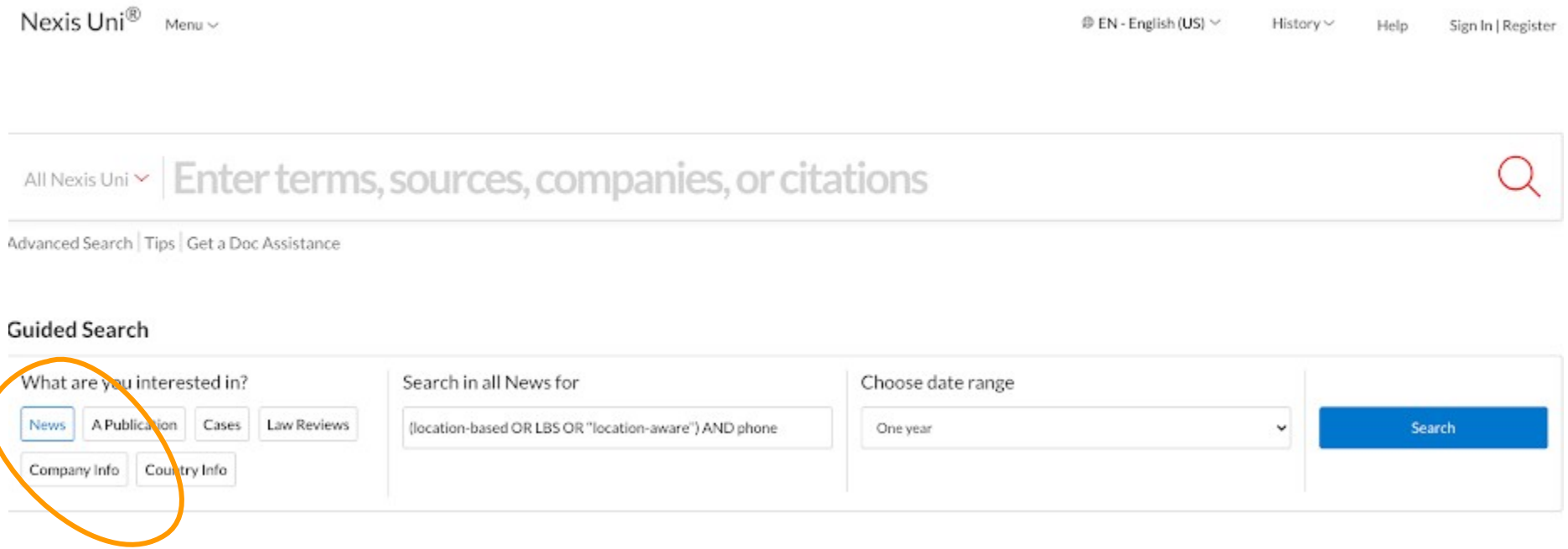
PAUSA!

Construção do argumento (introdução):

1. Contexto / mudança
2. Literatura
3. Gap
4. Perguntas de pesquisa

Métodos

4 meses (Fevereiro a Junho 2009)



Publicações

Jornais impressos:

- The Globe and Mail,
- The New York Times,
- The Guardian

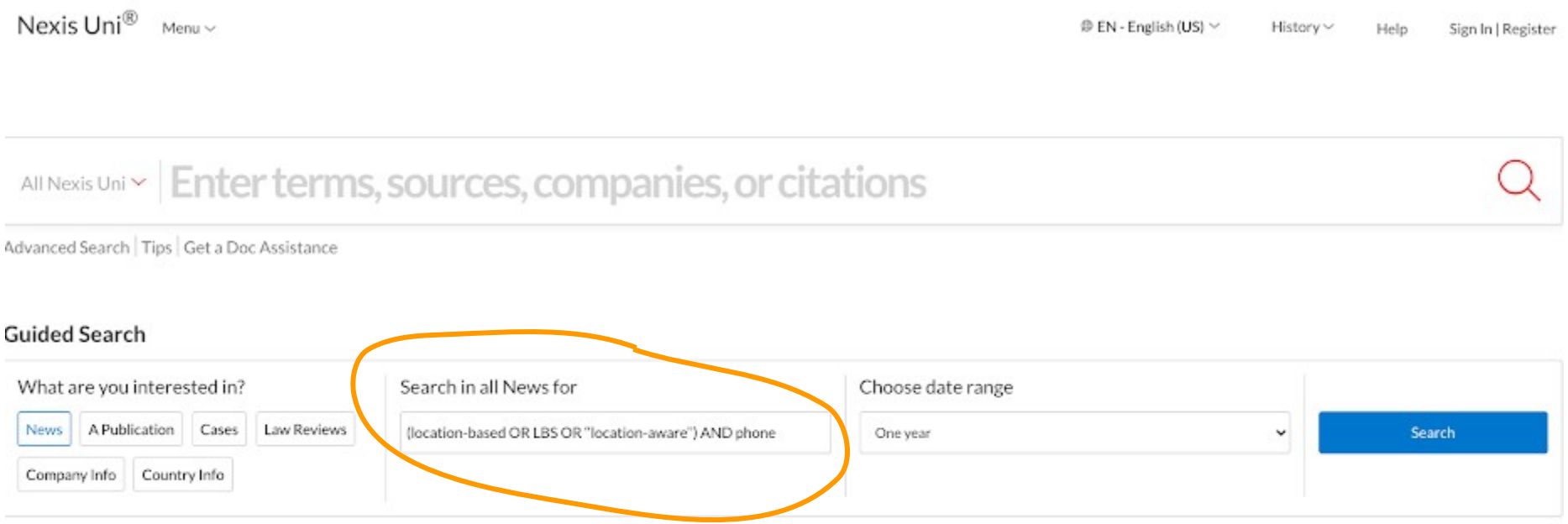
Jornais digitais:

- eWeek
- CNN.com
- Business Week Online

Revistas de Tecnologia:

- Revolution
- Progressive Grocer
- PC Week

Palavras-Chave



Propositalmente vagas porque não queríamos influenciar os resultados com termos como “privacidade” e “controle”.

Resultados

- Total: 331 artigos
- 46 duplicados: 331 - 46 = 285
- 202 com conteúdo irrelevante (“lbs.” = libras; anúcios; press releases): = 285 - 202 = **83**

Análise

Metodologia de Análise Comparativa (Glaser & Strauss, 1967)

1. Unidade verbal de análise = qualquer frase, sentença, ou parágrafo significativo que respondia a pelo menos uma das RQ.
2. Codificamos individualmente.
3. Discussão das categorias.
4. Refinamento das categorias (agrupamento).

1 of 330 DOCUMENTS

Space Daily

February 19, 2009 Thursday

Skyhook Wireless And Texas Instruments Enhance GPS And Wi-Fi

BYLINE: Staff Writers

LENGTH: 313 words

DATELINE: Barcelona, Spain (SPX) Feb 20, 2009

Skyhook Wireless has announced that Texas Instruments Incorporated (TI) will integrate Skyhook's XPS - the world's first hybrid positioning system - into TI's mobile connectivity solutions.

Skyhook's XPS software solution will enable hybrid location positioning capabilities on TI's NaviLink 6.0 and WiLink 6.0 solutions and on select future platforms.

Skyhook's XPS produces accurate location information by detecting Wi-Fi access points, raw GPS readings and cellular IDs, and comparing this information against a known database of geo-located points.

By taking advantage of a range of signal capabilities within the device, the XPS technology accurately determines a location in less than a second, minimizing power consumption to meet consumers' expectations for an accurate location read wherever they live, work and play.

"TI's connectivity technology already enables tens of millions of **location-aware** mobile devices in the market today," said Ram MacInness, system and software marketing manager, wireless connectivity solutions, TI.

"Combining Skyhook's technology with TI's NaviLink and WiLink offerings will further enhance these marketing-leading technologies, driving a more ubiquitous **location based** services **(LBS)** experience."

Mobile **phones** with GPS and Wi-Fi are driving an explosion in the number and type of **location-based** applications and services. Now TI's NaviLink and WiLink products, enhanced with Skyhook XPS, provide customers with more superior location coverage and performance.

"The combination of Wi-Fi and GPS-based location technologies is perfect for mobile devices such as Smartphones, media players and Netbook computers," said Michael Shean, senior vice president of business develop-

Selecionando Artigos Relevantes

1.
not relevant

2.
04.01
Revolution

- Advertising / personalization:
  - "So if you aimed your iPointer-equipped **phone** at two restaurants, it would return basic information for the one that had not paid to advertise, and much richer information for the one that had."
  - 'The mobile channel offers a highly **personal** form of communication with the audience, while delivering the message at an appropriate time and in a relevant tone
- Advertising / control:
  - "the appeal of **LBS** lies in its ability to deliver the right ad at the right time, in the right place, in an age when media fragmentation is making it more of a challenge for brands to get across their messages"

3.
04.24
Space Daily
Not relevant *more like press release / just descriptive

4.
05.26
Space Daily
Not relevant *more like press release / just descriptive

Criando Categorias

			Advertising	market	Personalization	Control	Security	Privacy	Tracking/Stalking	Dating / Social Networks	Navigation	Games	Reminders	Health / Eco
2	Revolution	5	1		1	1								
9	Advertising Age	2	1					1						
12	Techweb	11	1	1										
17	Techweb			1										
31	Techweb			1										
43	SpaceDaily	7	1		1									
47	New Straits Time	2	1	1										
50	Globe and Mail	3	1		1									1
51	Techweb			1	1						1			
64	Daily Telegraph	3		1	1					1				
66	Total Telecom	4			1	1								
68	Globe and Mail							1		1				
74	Progressive Groc	3							1	1				
84	NYT	5		1										
87	NYT			1	1	1		1		1	1			
88	SpaceDaily					1								
94	Total Telecom				1	1					1			
107	Total Telecom		1	1						1				
114	TendersInfo	2		1						1	1			
115	Eweek	6	1	1	1			1		1				
117	The Weekender	1			1									
134	Guardian	6					1							
137	Guardian		1	1				1						
147	TendersInfo							1						
161	CNN.com	2					1	1						
166	Revolution		1	1										
167	CBC News	1						1		1				
171	Sydney Morning	1	1	1				1		1				
172	SpaceDaily				1	1								
173	Techweb				1	1								
175	Eweek							1						
182	Guardian							1						
184	Guardian							1		1				
191	Straits Times								1					
192	SpaceDaily					1	1	1		1				
194	Vnunet	1			1									
195	Marketing	1	1											
198	Techweb			1										
199	Korean Times	2						1						
202	Irish Times	2			1							1		

Refinando Categorias

Personalization / privacy

192.
03.30.
Space Daily

- Social networking:
  - "YellowPin is transforming online socializing into in-person interactions for people who want to expand and connect their online network to real life activities"
  - "With the launch of YellowPin, we are offering everyone a way to expand their social networks beyond their computer so that they can share their activities and interact with their friends - it's social networking with fresh air," said Sayles Braga, CEO of ABD3.
- Privacy / control: "YellowPin service uses the same privacy settings as the popular social network, ensuring all information and updates are controlled by you, the subscriber - YellowPin will never publicize any personal information and does not use GPS or satellite technology to track your movements"
- So here goes the argument: **GPS tracking is bad. But it's good when used to track loved ones (children and elderly).
- **mobile social networks are good, because they allow people to meet in public spaces.
- **but they can also be creepy, if a stranger knows where you are, especially the government.
- Control: "Provides a very secure and controlled environment for people to share their location and activities"

265
03.28.
The Times
Stuck in the web;
PRIVACY ADVERTISING SOCIAL NETWORKING-- But have we debated sufficiently how we want such information to be used, and what is being done to ensure that it does not fall into the wrong hands? Google - did I mention? - has a rather cool mobile-**phone** tracking program called Latitude, which lets you know where your friends are according to signals emitted from their **phones.** Again, all perfectly fun, and Google makes both parties opt in to being tracked. But let's just imagine that a jealous partner gains access to your unattended **phone** and enables Latitude without your knowledge. Or government bureaucrats, never satisfied with the extent of their power to track the populace.

Agrupando Categorias

Três categorias principais:

- Marketing / propaganda
- Redes sociais
- Segurança

Privacidade e controle permeavam todas as categorias.

+ positive / negative

Agrupando Categorias

Table 1 Number of Articles that Addressed Issues of Privacy and Control Correlated to Advertisement, Social Networking, and Safety and Security

	Advertising/ Marketing	Social networking	Security	Positive	Negative	Neutral
1. Privacy	10	16	5	13	8	5
2. Control	16	12	4	25	3	3

Estrutura do Artigo

- Introdução
- Revisão de literatura
- Métodos
- Resultados
  - A perda de privacidade
    - Privacidade e marketing
    - Privacidade e redes sociais
    - Privacidade e segurança
  - Personalização e controle em espaços urbanos
    - Controle e marketing
    - Controle e redes sociais
- Discussão e conclusão

Conclusão / Limitações

- Conteúdo em inglês (inclui publicações fora dos EUA em inglês, como KoreaTimes)

- Por causa disso, dados não são representativos de como questões culturais sobre privacidade são construídas.

Receita de Bolo

Introdução (contexto)

- Qual é o tópico (What?);
- Por que o tópico é importante (“shift”) (Why?);
- O que se falou sobre o tópico (mini revisão de literatura) (Who?);
- O que esta faltando (“gap”);
- RQ (perguntas de pesquisa)
- Contribuição

Revisão de Literatura (desenvolver a mini revisão de literatura / terminar com RQ)

Receita de Bolo

Métodos

- Como vai desenvolver a pesquisa;
- Como a metodologia vai ajudar a responder suas RQ

Resultados (análise de dados)

Discussão

- Conexão dos resultados com a literatura discutida acima.

Conclusão

- Resumo do argumento principal (ênfase na contribuição)
- Limitações da pesquisa
- Direções para pesquisa futura



Article

new media & society
1–17
© The Author(s) 2021
Article reuse guidelines:
sagepub.com/journals-permissions
DOI: 10.1177/14614448211016400
journals.sagepub.com/home/nms
SAGE

Playful mobilities in the Global South: A study of Pokémon Go play in Rio de Janeiro and Nairobi

Adriana de Souza e Silva, **Ragan Glover-Rijkse**, **Anne Njathi**
North Carolina State University, USA

Daniela de Cunto Bueno
COPPEAD/UFRJ Graduate School of Business, Brazil

Abstract

Pokémon Go is the most popular location-based game worldwide. As a location-based game, Pokémon Go's gameplay is connected to networked urban mobility. However, urban mobility differs significantly around the world. Large metropoles in South America and Africa, for example, experience ingrained social, cultural, and economic inequalities. With this in mind, we interviewed Pokémon Go players in two Global South cities, Rio de Janeiro (Brazil) and Nairobi (Kenya), to understand how players navigate urban spaces not only based on gameplay but with broader concerns for safety.

Contexto







Literatura

- **Transforma sociabilidade e mobilidade dos jogadores**
  (Hjorth et al. 2020; Humphreys, 2017; Salen Tekinbas, 2017)

- **Comodifica a experiência lúdica**
  (Frith, 2017; Jin, 2017; Zuboff, 2019)

- **Se insere dentro da história dos jogos locativos**
  (Licoppe, 2017; Mäyrä, 2017; de Souza e Silva, 2016)



Gap



Centro de Copenhagen



Centro do Rio

Gap

Conexão com Mobilidade Urbana











Perguntas de Pesquisa

Como as infraestruturas urbanas nessas duas cidades transforma a mobilidade dos jogadores?



Quais as práticas que os jogadores adotam para responder à materialidade do ambiente urbano?



Métodos

- 15 entrevistas em cada cidade (entre Junho e Agosto de 2019)
- Seleção: técnica de bola de neve (Facebook, Telegram)

Métodos

Critério de seleção:

- Residentes no Rio de Janeiro ou Nairobi;
- Jogador há mais de 6 meses;
- Joga pelo menos uma vez por semana;
- Nível 25 ou superior.

Lógica:

- Jogadores experientes;
- Conhecedores de suas cidades;
- Pokémon Go era parte de suas vidas.

IRB

NC State Home | COVID-19 UPDATES | RESOURCES | search ncsu.edu

HUMAN SUBJECT PROTOCOL SYSTEM (e-IRB)

Help Line: 919.515.7515



IRB PROTOCOL - 16756

Title | Description | Populations | Consent | Procedures | Data Security | Risks and Benefits | Compensation | Routing and Status

<- Previous | Return to Main Menu | Next ->

Project Title

Pokémon Go in developing urban spaces: A cross-cultural study of playful mobilities

Source of funding (provide name of funder not account number):

NCSU Faculty point of contact for this protocol:
NB: only this person has authority to submit the protocol

de Souza e Silva, Adriana Araujo	aasilva@ncsu.edu
Communication	
Phone: 000-000-0000 Fax:	
COI Filed: 07-Jul-2021_10518_COI, filed 07/07/2021	

Additional Personnel	
If the primary contact is not also the principal investigator, list the PI here. Make sure to enter the unity ID (ex: dapaxton) appropriately. Any other investigators should be listed in the appropriate field on the Description tab.	
Name:	Njathi, Anne (awnjathi)
Email:	awnjathi@ncsu.edu
Name:	Glover, Ragan (rglove2)
Email:	rglove2@ncsu.edu

Does any investigator associated with this project have a significant financial interest in, or other conflict of interest involving, the sponsor of this project? (Answer No if this project is not sponsored)

No

View Supporting Documentation

Universidade Estadual da Carolina do Norte
Consentimento de Participação em Pesquisa (Fevereiro 2019)

Título da Pesquisa: Pokémon Go em espaços urbanos: Um estudo comparativo de mobilidade em jogos locativos.
Investigadora Principal: Dr. Adriana de Souza e Silva

Estamos convidando você a participar de um projeto de pesquisa. O objetivo desta pesquisa é entender como o espaço urbano do Rio de Janeiro influencia o modo como os jogadores de Pokémon Go se deslocam pela cidade.

Elegibilidade para a Pesquisa:
Esta pesquisa inclui aproximadamente 30 participantes (15 em Nairobi, Kenya, e 15 no Rio de Janeiro, Brasil).

Para poder participar da pesquisa, você precisa:

1. Ter pelo menos 18 anos de idade.
2. Ser residente do Rio de Janeiro por pelo menos um ano.
3. Jogar Pokémon Go pelo menos uma vez por semana.
4. Jogar Pokémon Go por pelo menos seis meses.
5. Ser pelo menos nível 25 no jogo.

Se você não tiver todos os requerimentos acima, você não poderá participar desta pesquisa.

Se você concordar em participar desta pesquisa, você precisará:

1. Ler e concordar com este consentimento de participação (5 minutos)
2. Preencher uma pesquisa demográfica anônima online (5 minutos)
3. Responder a perguntas numa entrevista individual (30 minutos) -- pessoalmente or remotamente
4. Completar um diário via Google Forms) (1 semana, em intervalos de tempo convenientes para você).

ÁUDIO E ViDEO
Se você quiser participar desta pesquisa você precisa concordar em gravar sua voz ou imagem. Se você não quiser ter sua voz ou imagem gravada, você não poderá participar desta pesquisa.

RISCOS
A entrevista conterá perguntas sobre Pokémon Go e como o jogo influencia (ou não) o modo como você se desloca pelo Rio de Janeiro. Os riscos envolvidos na participação desta pesquisa são mínimos ou inexistentes.

BENEFÍCIOS
Não há benefícios diretos para você na participação desta pesquisa. No entanto, sua participação vai nos ajudar a entender como as pessoas jogam Pokémon Go no Rio de Janeiro e suas respostas poderão ajudar a implementação de futuros jogos locativos, assim como entender a mobilidade em espaços urbanos.

COMPENSAÇÃO

Coleta de Dados

Informações Suplementares

Essa é uma pesquisa anônima. Estamos coletando informações sobre o perfil dos jogadores de Pokémon Go no Rio de Janeiro. Os resultados dessa pesquisa serão anônimos e nós não vamos conectar suas respostas abaixo ao seu nome.

aasilva@ncsu.edu (not shared) Switch account

Idade:

Your answer

Sexo:

- ◯ Masculino
- ◯ Feminino

Raça / Etnia (baseado na classificação do IBGE)

- ◯ Preta (indivíduos com origens em quaisquer dos grupos raciais originários da África)
- ◯ Branca (indivíduos com origens em quaisquer dos povos originários da Europa, África do Norte, ou Oriente Médio)
- ◯ Parda (indivíduos de raça misturada)
- ◯ Amarela (indivíduos com origens em qualquer do povos originários do Leste, Sudeste da Ásia, Subcontinente Indiano, ou Ilhas Pacíficas. Essa área inclui, por exemplo, China, Japão, Coréia, as Filipinas e Samoa)

Appendix E: Diário Pokémon

Você vai usar esse formulário para gravar o seu jogo diário de Pokémon Go. Você precisa responder um formulário novo para cada dia da semana. Essa atividade vai nos ajudar a entender as decisões que você faz enquanto está jogando, e quais os fatores que influenciam essas decisões. Quanto mais detalhes você puder nos dar, melhor. Você pode olhar no diário do próprio aplicativo para se lembrar das suas atividades no jogo. O diário pode ser achado quando você seleciona o seu avatar (no canto inferior direito da tela), e seleciona "diário", que está logo abaixo do seu nível.

aasilva@ncsu.edu Switch account

Draft restored

* Required

Email *

aasilva@ncsu.edu

Data *

Date

09/10/2021

Tempo de jogo *

Quanto tempo, aproximadamente, você jogou Pokémon Go hoje?

1-2 horas

Next

Page 1 of 6

Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

Appendix E: Diário Pokémon

aasilva@ncsu.edu Switch account

* Required

Onde você jogou Pokémon Go hoje?

Lugar: *

Your answer

Que tipo de lugar é esse? (marque todos os corretos) *

- [ ] espaço público
- [ ] espaço comercial
- [ ] parque
- [ ] trabalho
- [ ] centro da cidade
- [ ] praia
- [ ] shopping
- [ ] escola / universidade
- [ ] transporte público
- [ ] indo para o trabalho / escola
- [ ] Other:

Por que você foi nesse lugar? *

- ( ) para jogar o jogo
- ( ) Other:

Coleta de Dados

Entrevistas

- WhatsApp, Skype, FaceTime
- 30-45 min
- Tradução e transcrição

Análise de Dados

Metodologia de Análise Comparativa

4 fases:

1. “open coding” nas entrevistas transcritas (Strauss and Corbin, 1990): identificação do maior número possível de categorias / nota de ‘insights.”
2. Discussão dos insights e refinamento das categorias (Given, 2008).

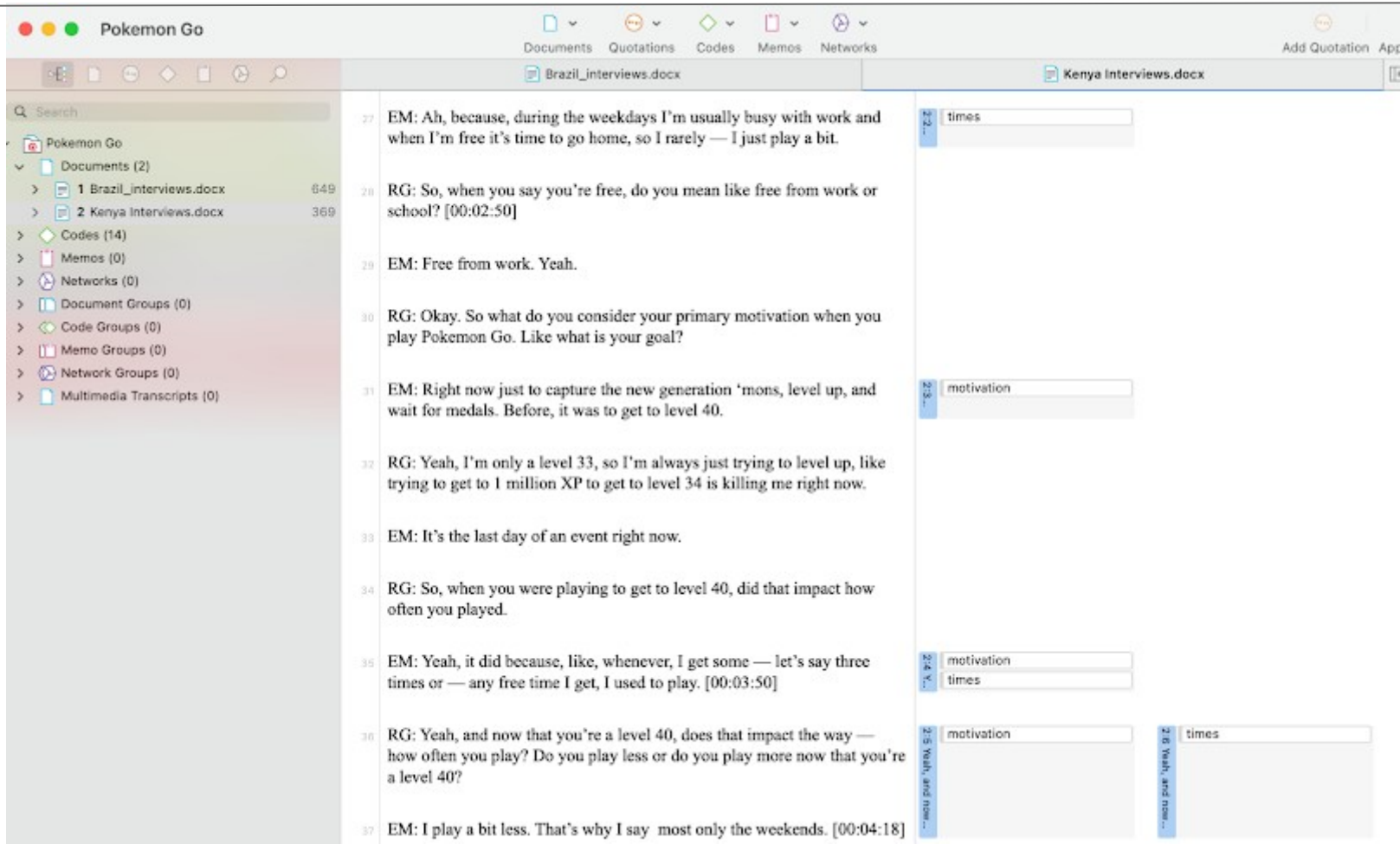
Análise de Dados

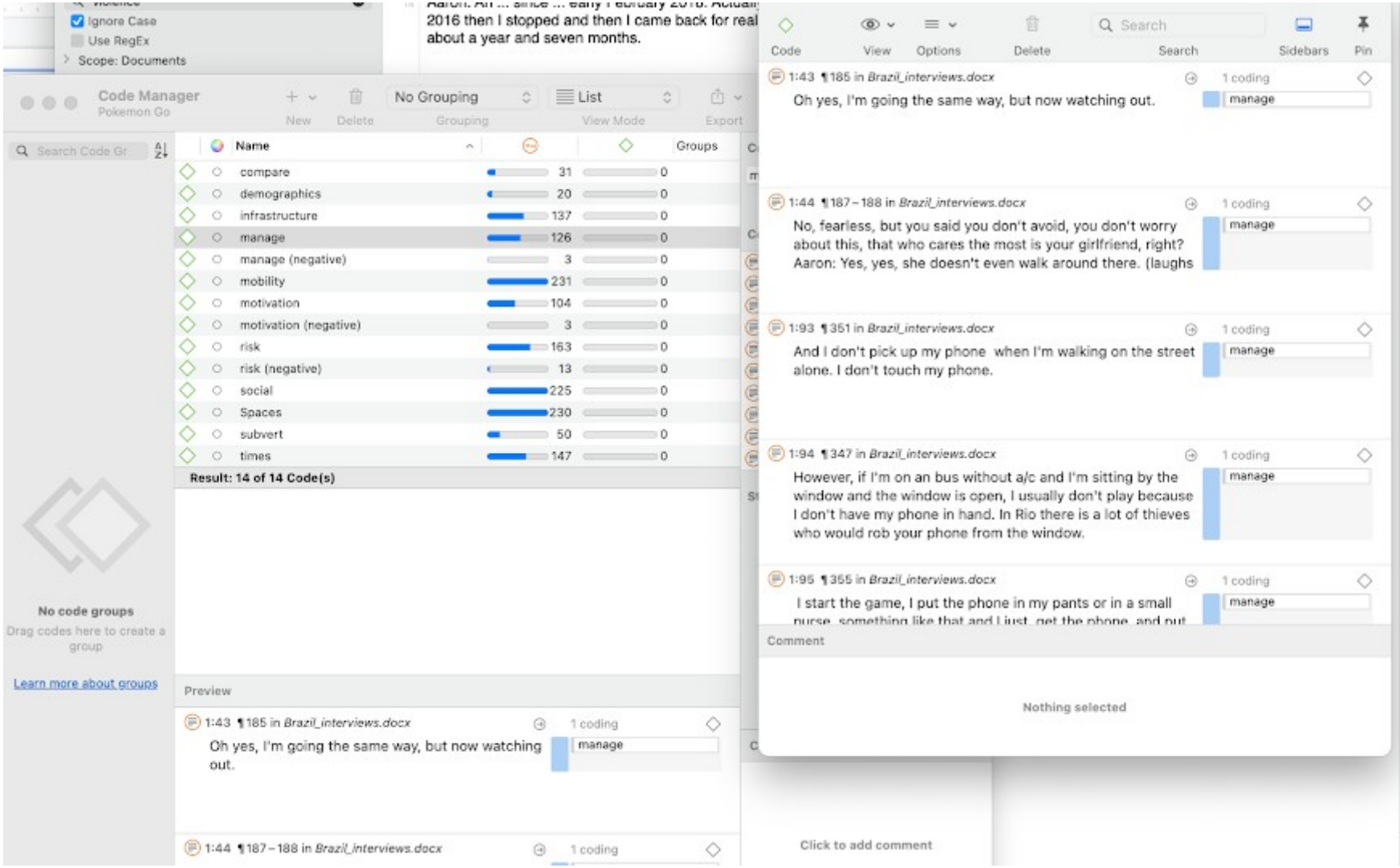
Metodologia de Análise Comparativa

4 fases:

1. Ragan codificou as entrevistas novamente até chegar a saturação teórica (Glaser, 1965).
2. Redução (Glaser and Strauss, 1967): agrupamento de categorias que emergem das rodadas de codificação.

Atlas.ti


Pokemon Go
Documents
Quotations
Codes
Memos
Networks
Add Quotation
Brazil_interviews.docx
Kenya Interviews.docx
Search
Pokemon Go
Documents (2)
1 Brazil_interviews.docx 649
2 Kenya Interviews.docx 369
Codes (14)
Memos (0)
Networks (0)
Document Groups (0)
Code Groups (0)
Memo Groups (0)
Network Groups (0)
Multimedia Transcripts (0)
EM: Ah, because, during the weekdays I'm usually busy with work and when I'm free it's time to go home, so I rarely — I just play a bit.
RG: So, when you say you're free, do you mean like free from work or school? [00:02:50]
EM: Free from work. Yeah.
RG: Okay. So what do you consider your primary motivation when you play Pokemon Go. Like what is your goal?
EM: Right now just to capture the new generation 'mons, level up, and wait for medals. Before, it was to get to level 40.
RG: Yeah, I'm only a level 33, so I'm always just trying to level up, like trying to get to 1 million XP to get to level 34 is killing me right now.
EM: It's the last day of an event right now.
RG: So, when you were playing to get to level 40, did that impact how often you played.
EM: Yeah, it did because, like, whenever, I get some — let's say three times or — any free time I get, I used to play. [00:03:50]
RG: Yeah, and now that you're a level 40, does that impact the way — how often you play? Do you play less or do you play more now that you're a level 40?
EM: I play a bit less. That's why I say most only the weekends. [00:04:18]
times
motivation
motivation
times
motivation
times


Ignore Case
Use RegEx
Scope: Documents
2016 then I stopped and then I came back for real
about a year and seven months.
Code Manager
Pokemon Go
New
Delete
No Grouping
Grouping
List
View Mode
Export
Search Code Gr
Name
Groups
compare 31 0
demographics 20 0
infrastructure 137 0
manage 126 0
manage (negative) 3 0
mobility 231 0
motivation 104 0
motivation (negative) 3 0
risk 163 0
risk (negative) 13 0
social 225 0
Spaces 230 0
subvert 50 0
times 147 0
Result: 14 of 14 Code(s)
No code groups
Drag codes here to create a group
Learn more about groups
Preview
1:43 ¶185 in Brazil_interviews.docx
1 coding
Oh yes, I'm going the same way, but now watching out.
manage
1:44 ¶187 – 188 in Brazil_interviews.docx
1 coding
Code
View
Options
Delete
Search
Sidebars
Pin
1:43 ¶185 in Brazil_interviews.docx
1 coding
Oh yes, I'm going the same way, but now watching out.
manage
1:44 ¶187 – 188 in Brazil_interviews.docx
1 coding
No, fearless, but you said you don't avoid, you don't worry about this, that who cares the most is your girlfriend, right? Aaron: Yes, yes, she doesn't even walk around there. (laughs
manage
1:93 ¶351 in Brazil_interviews.docx
1 coding
And I don't pick up my phone when I'm walking on the street alone. I don't touch my phone.
manage
1:94 ¶347 in Brazil_interviews.docx
1 coding
However, if I'm on an bus without a/c and I'm sitting by the window and the window is open, I usually don't play because I don't have my phone in hand. In Rio there is a lot of thieves who would rob your phone from the window.
manage
1:95 ¶355 in Brazil_interviews.docx
1 coding
I start the game, I put the phone in my pants or in a small purse, something like that and I just, get the phone, and put
manage
Comment
Nothing selected
Click to add comment

Agrupando Categorias / Códigos

Level 1	Level 2	
MOBILITY		
	Infrastructures	How urban mobility is defined by infrastructures?
	Spaces	How people choose play spaces and times depending on urban infrastructure?
	Times	
RISK	Manage	urban mobility and game play is also shaped by risks.
	Subvert	how do people experience and manage risk during game play and in their everyday lives.
SOCIAL	Community	How game play helps social interaction and the creation of community
	Demographics	How gender, race and age influence how people interact with the game
	Motivation	Why do people play?
Urban Infrastructures	4G / WiFi	
	cell phone/batteries	
Socio-Economic issues	Risk & Risk Management	
	Subvert	
	Demographics	
Game design	Mobility play	space
		time
	Motivation	
	Social	

Level 1	Level 2 (actual code in parenthesis)		
Risks / manage	Theft / Violence (risk)		
	Play spaces / times (spaces / times)		
	Mobility play (mobility)		
	Collaborative play (social)		
Urban infrastructures	Phone (infrastructures)		
	WiFi / 4G (infrastructures)		
	Mobility play / passive	traffic jams	
		detours (Times)	
		spoofing	
	Mobility play / active	new vs. known places (Spaces)	
		community / social (Social)	partner
			events
			bystanders
Cheating (Subvert)	Spoofing (subvert)		

Level 1	Level 2 (actual code in parenthesis)		
Risks / manage	Theft / Violence (risk)		
	Play spaces / times (spaces / times)		
	Mobility play (mobility)		
	Collaborative play (social)		
Urban infrastructures	Phone (infrastructures)		
	WiFi / 4G (infrastructures)		
	Mobility play / passive	traffic jams	
		detours (Times)	
		spoofing	
	Mobility play / active	new vs. known places (Spaces)	
		community / social (Social)	partner
			events
			bystanders
Cheating (Subvert)	Spoofing (subvert)		

Level 1	Level 2 (actual code in parenthesis)	Original Codes
Risks / manage	Theft / Violence (risk)	spaces
(choosing play spaces)		times
		risk
		manage
Urban infrastructures	Phone (infrastructures)	infrastructure
(Planning Urban Mobility)	WiFi / 4G (infrastructures)	mobility
	Mobility play / passive	motivation
	Mobility play / active	
Cheating (Subvert)	Spoofing (subvert)	
(collaborative play)	Collaborative play (social)	

Estrutura do Artigo

1. Introdução
2. Revisão de literatura
3. Métodos
4. Resultados e Discussão
    a. Planning urban mobility
    b. Wisely choosing play times and play spaces
    c. Dealing with racial and gender inequalities
    d. Developing collaborative play and cheating mechanisms
5. Conclusão

Communication Theory ISSN 1050–3293

ORIGINAL ARTICLE

Mobile Networked Creativity: Developing a Theoretical Framework for Understanding Creativity as Survival

Adriana de Souza e Silva [1] & Mai Nou Xiong-Gum[2]

[1]North Carolina State University, Department of Communication, Raleigh, NC 27695-8104, USA
[2]Furman University, Communication Studies Department, Greenville, SC 29613, USA

Mobile networked creativity is an emergent practice that arises from the ongoing relationships among people and people with technologies—or networked resources. In this article, we propose a concept of creativity as emerging from networked connections, (im)mobility, and situations of hardship. We, thus, make a connection between mobility and space as networked elements of creativity as opposed to individual agent models. We focus on how unplanned or emergent uses of digital technologies reveal how creative practices emerge, particularly in the context of mobile technology use where people are physically mobile and yet connected via the Internet. We define the concept of creativity as a constant process of becoming, a "recursive organization" that can be seen in groups such as migrants, or people living in disenfranchised communities that survive in makeshift locations such refugee camps or slums. Contrary to the affluent and capitalistic-embedded traditional ideas of creativity, mobile networked creativity is a practice that is found mostly in situations of economic hardship, power imbalances, and (im)mobilities.

Mobile Networked Creativity

Criatividade Móvel em Rede

Uma prática que surge das relações cíclicas e em rede que envolvem tecnologias móveis e comunidades deslocadas / colocadas (desterritorializadas / territorializadas), que se encontram em situações de dificuldade.



Estrutura do Artigo

1. Criatividade por três perspectivas diferentes (estudos da criatividade):
   a. Prática artística
   b. Processo individual
   c. Inovação

1. Adoção e apropriação como arcabouços teóricos dentro da área da comunicação para se estudar práticas criativas que envolvem tecnologias.

1. Definição do conceito de criatividade móvel em rede a partir de três características (espacialidade, mobilidade, conexão).

Criatividade como Prática Criativa

Originalmente usada para definir o trabalho de Shakespeare (1875)









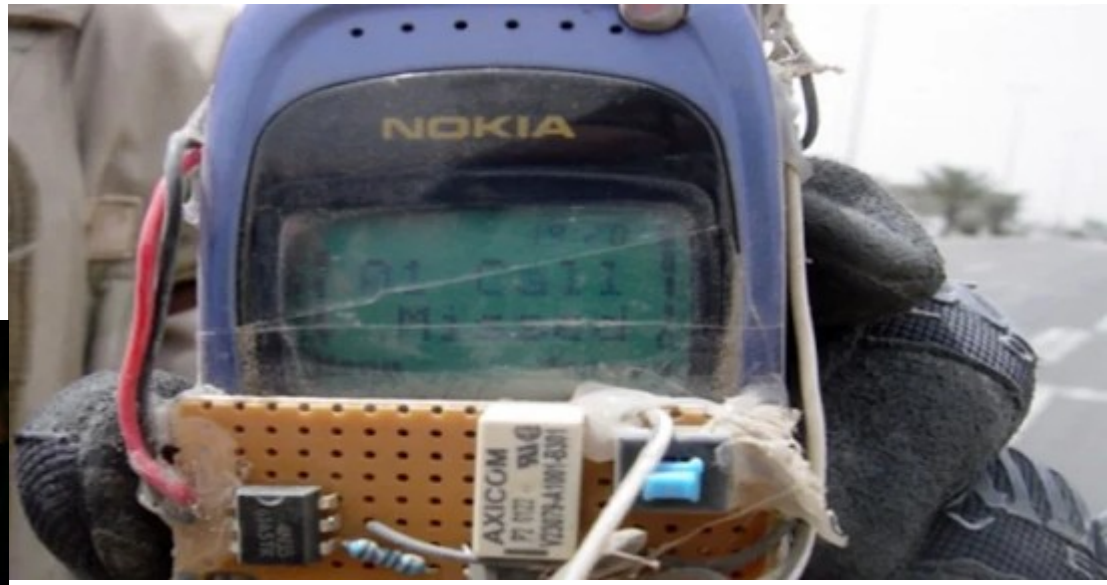
(Weiner, 2000; Gahan, Minahan, & Glow, 2007)

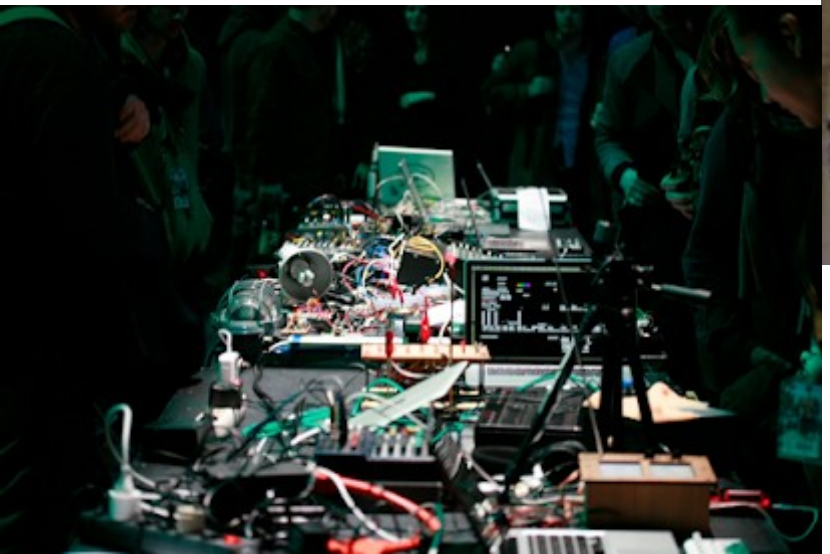
Criatividade como Prática Criativa

E práticas que não são artísticas?

Dinâmicas de poder?

Criatividade é sempre positiva?





(Glăveanu et al., 2019; Runco, 2007; Sternberg, 2018)

Criatividade como um Processo Individual







(Isaacson, 2014; Bilton, 2006)

Criatividade como Inovação

Indivíduos sem talentos inatos podem ser coagidos a serem criativos.



Desenvolvimento de idéias sobre produtos, práticas, serviços e procedimentos que são novos e potencialmente lucrativos para a empresa.

(Steiber & Alänge, 2013; Anderson, Potočnik, & Zhou, 2014; Amabile, 1996; Mumford & Gustafson, 1988; Shalley et al., 2004)

Criatividade como Inovação

Criatividade associada com o que é “novo” e “único”.

E o que acontece quando coisas são adaptadas, transformada, reparadas?

Criatividade Móvel em Rede

- Ação coletiva
- Processo cíclico e contínuo
- Em rede (conecta tecnologias, indivíduos e espaços)
- Inclui questões políticas e assimetrias de poder.



… Análise da **mobilidade, espacialidade e conectividade** de populações vulneráveis que vivem em situações precárias.

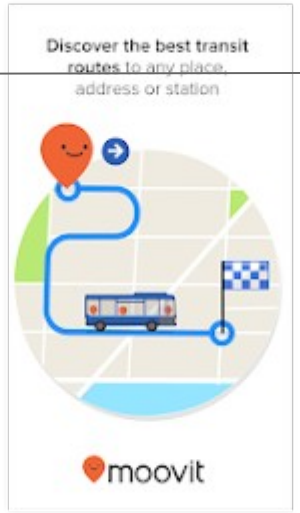
Criatividade Móvel em Rede

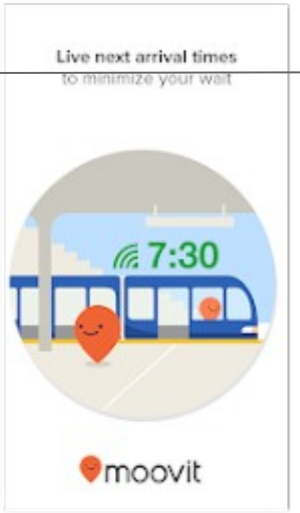
Espacialidade

Grupo de WhatsApp da Linha 581










Linha 581
Primo Rodrigo, +55 21 96439-2451, +55 21 96463-8533, +55 21 96482-4270, +55 2...
1/9/2020
+55 21 98143-6609 [redacted]
Bom dia! Alguém tem notícia do 581? 07:47
+55 21 99669-5009
Sim 15:00 chegar 08:02
+55 21 97226-4920 left
+55 21 98143-6609 [redacted]
+55 21 99669-5009
Sim 15:00 chegar
Não entendi. Está começando a rodar às 15h? 08:12
Ou chega em 15 min em algum lugar...? 08:13
Acabou de passar na Praça Santos Dumont, na Gávea 12:27
+55 21 99830-7953 ~você
passando no são Vicente 14:43
1/14/2020
+55 21 99744-1416 [redacted]
Bom dia 10:12
Alguém sabe do 581? 10:12
Entrando no Rebouças 10:17
+55 21 98143-6609 [redacted]
Fica o aviso de que o ônibus tem passado por volta das 10h/10h15 no alto do Cosme Velho. 10:20
Diariamente 10:20


Linha 581
Primo Rodrigo, +55 21 96439-2451, +55 21 96463-8533, +55 21 96482-4270, +55 21 965...
581 saindo da Urca 11:54
2/18/2020
+55 21 98829-9920 [redacted]
This message was deleted 17:50
2/19/2020
+55 21 98766-3131 ~Camila
Bom dia. Alguém sabe onde está o ônibus? 08:02
+55 21 98870-3230 [redacted]
+55 21 98002-9442 ~Bia
Oiii, vim divulgar aqui a purpurina que comecei a vender para esse carnaval! Se quiserem me ajudar é só divulgar também rs
O grupo é apenas para assuntos relacionados ao ônibus. 10:07
+55 21 98100-9118 [redacted]
10:42
+55 21 99869-9658 ~Danilo Garcia
Alguem sabe do onibus? 13:06
+55 21 98006-0914 added +55 21 98350-4316
2/20/2020
+55 21 99620-2079 [redacted]
Gente nem acredito que consegui pegar o ônibus hoje kkkk acabou de entrar no túnel kkkk 09:01
+55 21 97011-0183 [redacted]
09:11
Milagres acontecem. 09:12

Criatividade Móvel em Rede

Em rede

Mercado Paralelo



Criminosos negociam produto com facilidade pelas redes sociais — Foto: Reprodução/Victor Toledo



(de Souza e Silva et al., 2011; Ilahiane & Sherry, 2008)

Criatividade Móvel em Rede

(Im)Mobilidade

Campo de Refugiados Sírios no Jordão:

A “cadeira de rodas” elétrica de Safwan Harb



(Copestake, 2016)

Conclusão

Resumo:

- Conexões que se desenvolvem gradativamente como uma resposta a situações não planejadas e emergentes.
- Sistemas assincrônicos de poder e fricção contra forças normativas.







Estrutura do Artigo

1. Introdução
2. As muitas faces da criatividade
    a. Criatividade como prática artística
    b. Criatividade como processo cognitivo
    c. Criatividade como inovação
3. A criatividade no contexto da comunicação
4. Definindo criatividade móvel em rede
    a. Espacialidade
    b. Conexão
    c. Mobilidade
5. Conclusão

Resumo

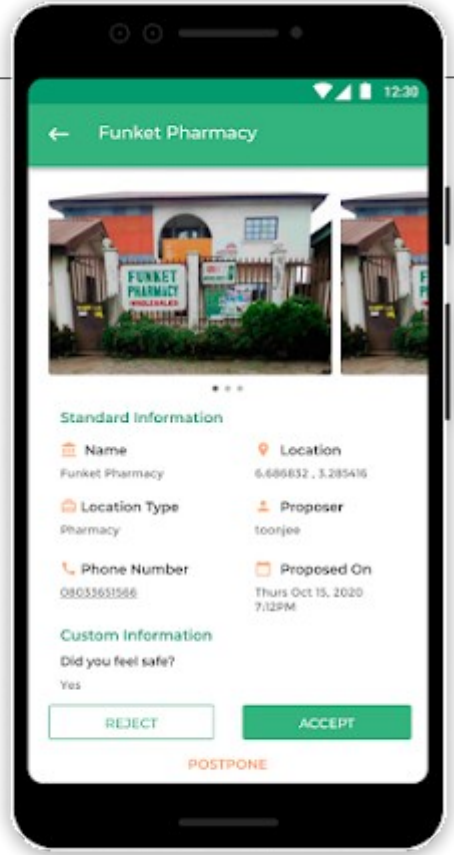
3 metodologias que podem ser empregadas em pesquisas na intersecção de comunicação móvel e mobilidades:

- Qualitativa / Análise de Discurso
- Qualitativa / Entrevistas
- Crítica e Interpretativa (Teórica)

Há muitas outras

Modos de coletar dados / análise:

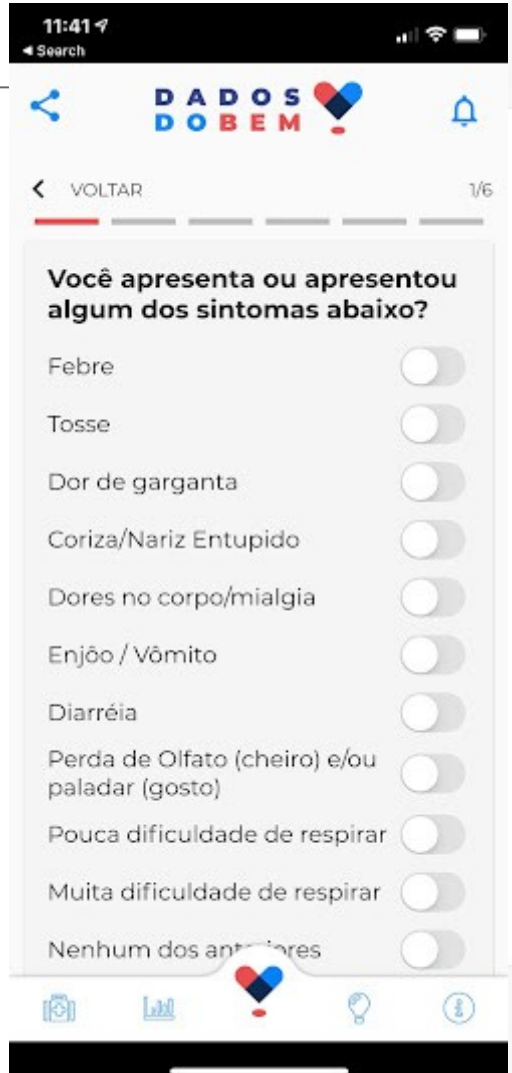
- Usar celulares / aplicativos para coletar dados (diários, dados biométricos, etc.)

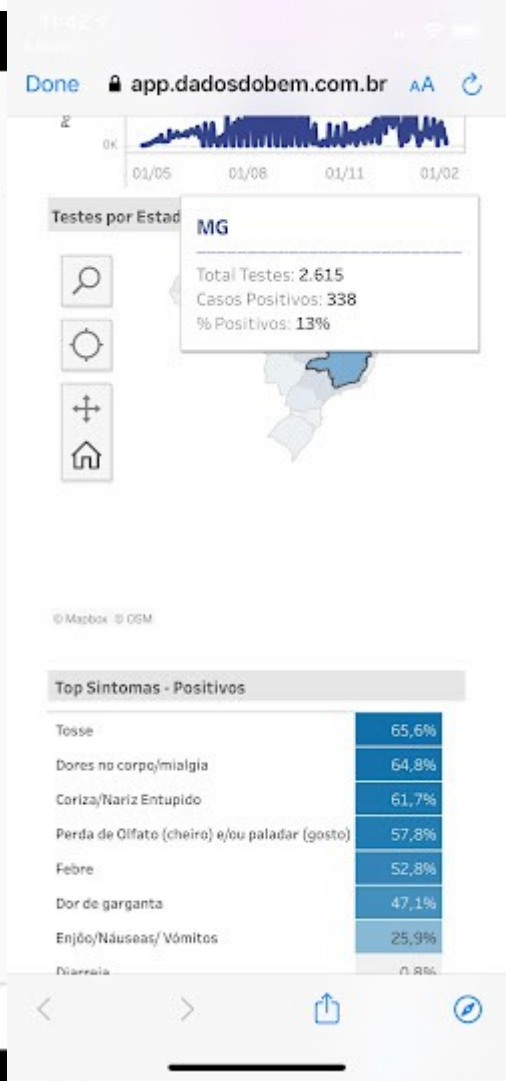


Há muitas outras

Modos de coletar dados / análise:

- Usar celulares / aplicativos para coletar dados (diários, dados biométricos, etc.)





Há muitas outras

Modos de coletar dados / análise:

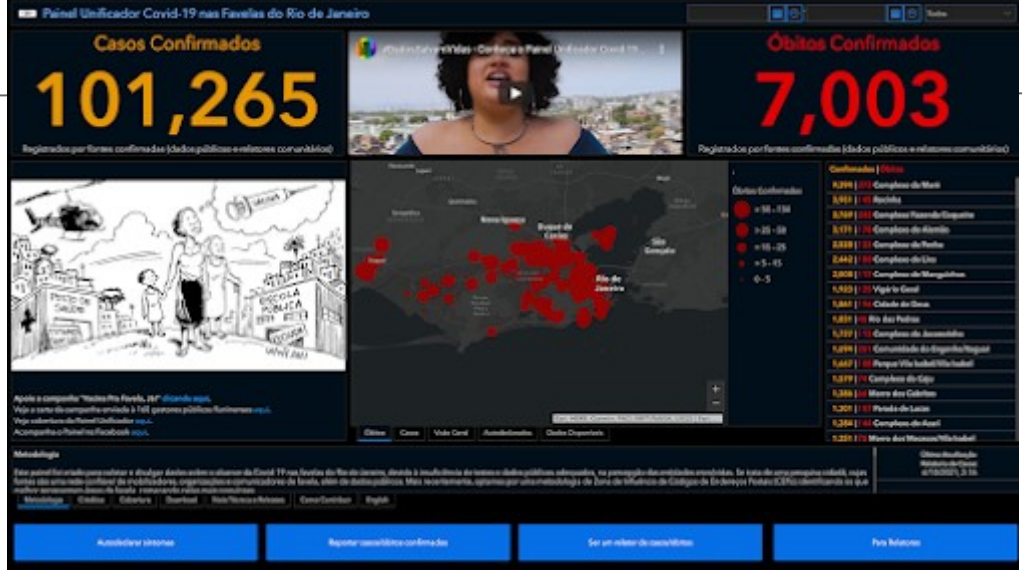
- Etnografia em movimento (GoPro cameras)
- Observação de coisas em movimento (Von Pape)
- Análise espacial (mapas / GPS)



Há muitas outras

Modos de coletar dados / análise:

- Análise espacial (mapas / GPS)





Perguntas?

aasilva@ncsu.edu
http://www.souzaesilva.com