
INFLUENCIADOR DIGITAL E UMA NOVA PERSPECTIVA DA IDEIA DE PESSOA DIGITAL INFLUENCER AND A NEW PERSPECTIVE OF AN IDEA OF THE PERSON

Jéferson Alves¹

Recebido em 01/09/2021; revisado e aceito em 06/01/2022

Resumo: A internet, como um meio de interação contemporâneo, já tem seus efeitos consolidados. Ela permitiu, a partir das redes sociais (mas não apenas), novos modos de subjetivação e, com isso, novas perspectivas da ideia de pessoa. Analisando um perfil do *Instagram*, @victordimarco, e a partir de entrevista semi-estruturada com Victor Di Marco, reflito aqui sobre uma nova perspectiva de pessoa.

Palavras-chave: Internet; Pessoa; Modos de subjetivação.

Abstract: The internet, as a means of contemporary interaction, already has its effects consolidated. It allowed, through social networks (but not only), new subjectivation modes and, with that, new perspectives on the idea of the person. Analyzing an Instagram profile, @victordimarco, and based on a semi-structured interview with Victor Di Marco, I reflect here on a new perspective of an idea of person.

Key words: Internet; People; Subjectivation modes.

Influenciadores digitais

Na contemporaneidade, os meios de comunicação se expandiram largamente – ou podemos dizer que se modificaram de formas jamais vistas em períodos anteriores da história. A chegada da internet² e a sua disponibilização ao grande público na década de 1990, os modos de trocar informações, dados, traduzidos em imagens, textos, vídeos, acompanhou as mudanças nas comunicações. Agora, depois de mais de 30 anos, as opiniões, as produções imagéticas, as trocas, as experiências, enfim, as relações

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) - Núcleo de Pesquisa em Antropologia do Corpo e da Saúde (NUPACS) Endereço institucional: Av. Paulo Gama, 110 - Bairro Farroupilha - Porto Alegre - Rio Grande do Sul. CEP: 90040-060 - Fone: [+55 51 33086000](tel:+555133086000) Email: alves.jef@hotmail.com Titulação: Mestre e Doutorando em Antropologia Social (UFRGS)

² Durante o texto, utilizarei “a internet” como forma de englobar todas as “coisas” que lá estão, que dela fazem parte e que permitem que ela exista, tanto quanto a compõem, isto é, computadores, redes, cabos, pessoas, dados, informações, páginas, redes sociais, etc. Sei que essa é uma generalização ousada, mas para fins deste texto é necessária, como forma de localizar e contextualizar o que sejam as redes sociais para uma análise destas a partir da teoria ator-rede.

estão, de uma maneira ou de outra, imersas nisso que chamamos internet. Mesmo aqueles que a ela não têm acesso direto, por meio de *smartphones*, de computadores, tablets, sentem os efeitos dela nas conversas diárias, no cotidiano, na relacionalidade com outras pessoas. A internet e seus efeitos estão consolidados.

Acompanhando essa mudança, surgiram as redes sociais: elas permitem que as pessoas interajam independentemente de distâncias e, além disso, produzem modos de subjetivação que são bastante contemporâneos. Por modos de subjetivação, compreendo o que diz Foucault:

Eu gostaria de dizer, antes de mais nada, qual foi o objetivo do meu trabalho nos últimos vinte anos. Não foi analisar o fenômeno do poder nem elaborar os fundamentos de tal análise. Meu objetivo, ao contrário, foi criar uma história dos diferentes modos pelos quais, em nossa cultura, os seres humanos tornam-se sujeitos. (FOUCAULT apud RABINOW & DREYFUS, 1995, p. 231).

Ou seja, são “modos pelos quais, em nossa cultura, os seres humanos tornam-se sujeitos”. Como apontado anteriormente, a internet produz efeitos, diretos ou indiretos, em todos aqueles que fazem parte do mundo globalizado. E mesmo aqueles povos mais distantes, poderíamos argumentar, ou pessoas indígenas isoladas, de uma maneira ou de outra, estão sendo “vigiados” por drones, tendo vídeos e imagens disponibilizados em sites de pesquisa científica, em blogs ou em redes sociais.

Meu foco aqui é, no entanto, nas redes sociais³ e naquilo que se convencionou chamar de influenciadores digitais. O termo é uma tradução literal do inglês, *digital influencer*. Este é compreendido como “a pessoa que detém o poder de influência em um determinado grupo de pessoas. Esses profissionais das redes sociais impactam centenas e até milhares de seguidores, todos os dias, como o seu estilo de vida, opiniões e hábitos”⁴.

Vale destacar dois pontos importantes dessa definição. O influenciador digital (1) é um “profissional das redes sociais”, isto é, o “digital” no nome identifica a ligação que esta profissão tem com a internet e o espaço “*online*”⁵, sendo sua influência dada nesse âmbito; e

³ Por “redes sociais” poderemos compreender uma série de plataformas e sites de interação pessoal. Neste texto, quando me referir a ela, estarei principalmente refletindo sobre o *Instagram*, com o qual trabalharei nesse ensaio.

⁴ Ver: “Digital influencers...”.

⁵ Ao utilizar os termos *online* e *offline* no texto, estarei me referindo apenas a diferenciação de como se está se relacionando, e não me referindo a um “espaço *online*” e ao um “espaço *offline*”. Conforme apontei sobre a internet provocar efeitos até mesmo em quem não dela faz parte diretamente, assim compreendo os termos supracitados: não são “espaços”, mas modos relacionais que estão, mais ou menos, imbricados e tem suas fronteiras não mais bem definidas, conforme lembra Christine Hine: “As mídias sociais proporcionam desafios e oportunidades para as convenções estabelecidas, transformando nossas experiências de identidade, interação e fronteiras sociais. O aumento massivo das formas de sociabilidade que são refletidas

(2) são seus hábitos, estilo de vida e opiniões que “impactam” nos “seguidores”. Isso faz com que o termo não abarque, por exemplo, redes de grandes comunicadoras, como a Folha de São Paulo (@folhadespaulo), a Rede Globo (@redeglobo), ou grandes grupos, como o McDonald’s Brasil (@mcdonalds_br) e a Coca Cola Brasil (@cocacola_br). O termo é para se referir a uma ideia de “pessoa” que influencia grupos.

Gostaria de me ater um pouco nessa ideia de pessoa colocada pela rede social. Ela não é mais apenas um “indivíduo” isolado, que se configura em si mesmo a partir das relações em que se coloca (uma perspectiva neoliberal). É, antes, alguém que produz efeitos em grupos de pessoas e tem efeitos produtivos sentidos por esses grupos. Há uma simbiose, ou aquilo que se chama de ciborgue (HARAWAY, 2009) ou híbrido (STRATHERN, 1996). E esse hibridismo é dado não apenas pelas pessoas envolvidas na ação de influenciar, mas pela técnica, pelos objetos, pelos itens tecnológicos, pela internet. O conceito de pessoa, portanto, passa a ser algo muito maior do que o “indivíduo”. Não há “a pessoa influenciadora” sem que haja “o grupo a ser impactado/influenciado”, e vice-versa. O influenciador digital nos permite, portanto, perceber o ator-rede, e a ação pode ser percebida nesse complexo formado por internet, redes sociais, técnicas, tecnologias e pessoas.

Arturo Escobar (2016 [1994]), a partir de uma reflexão sobre texto de Sherry Turkle (1984), retoma o conceito de *self* para pensar as subjetividades que acompanham tecnologias:

A cibercultura está criando um conjunto de verdadeiras “tecnologias do *self*” que vão para mais além da visão do ser como uma máquina; e a produtividade cultural dessas noções somente pode ser avaliada etnograficamente. Mundos virtuais constituídos pela participação de indivíduos em jogos de representação online (N.T. jogos de RPG: *role-playing games*) podem ser vistos como uma forma de mover-se para fora do *self* individualizado e de entrar no mundo das interações sociais. (ESCOBAR, 2016, p. 41).

A partir disso, podemos refletir acerca de como tecnologias permitem uma interação específica entre pessoas e como esse *self* (doravante subsumido na ideia de “pessoa”) pode tomar contornos que vão para além do individual. Essa perspectiva é bastante audaciosa, mas muito interessante para refletir sobre os modos de subjetivação que são constituídos nas

on-line e, por sua vez, permeadas em espaços mais amplos da vida social ofusca as fronteiras entre *on-line* e *off-line*”. (2016, p. 11). No entanto, não acredito que as “formas de sociabilidade” são “refletidas *on-line*”, conforme a autora. Antes, há uma interrelação do *on-line* com o *off-line*, uma troca simbiótica que retroalimenta ambos. Um exemplo são as fotos de comida: a foto é postada para se dizer “veja, estou comendo isso”, mas a escolha de determinado prato, de determinado lanche também se dá por conta daquilo que se imagina que a rede social espera de uma foto de comida e da pessoa que está postando a foto. A “sociabilidade”, portanto, se dá na “fronteira” entre *on* e *off*, não em um ou outro.

chamadas redes sociais e a ideia de pessoa a que se está referindo quando se fala de um influenciador digital.

Além disso, é importante destacar que a teoria do ator-rede, construída por Bruno Latour (2012), será aqui refletida para compreender as ações do influenciador digital. Conforme argumenta Jean Segata,

A Teoria Ator-Rede está justamente interessada nas traduções, nos desvios, nos “chiados” produzidos na associação. Enfim, o que está em proeminência é o eventual, performático, híbrido e não a distinção (purificação) entre “agente” e “agido”. As críticas que Bruno Latour apresenta ao longo de sua obra têm o intuito de dissolver as entidades – o social, o natural, técnico – ou quaisquer coisas que sejam acionadas de modo externo e autoexplicativo. (2016, p. 107).

Assim, pretendo atentar para um influenciador digital específico, @victordimarco⁶, e buscar compreender como a sua ação como influenciador torna possível encontrar os “rastros” do ator-rede e uma perspectiva de pessoa. A ação não está, portanto, “localizada” no @, mas é percebida pelas relações complexas e amplas entre tudo que está envolvido na rede que permite que essa ação ocorra – internet, aplicativos, celulares, computadores, seguidores, influenciador, cabos, energia elétrica, câmeras, aparelhos de iluminação para gravação, legendas nos vídeos, enfim.

Além disso, é interessante pensar que toda essa rede comunicacional, ou a internet, é também um modo de permitir o acesso de Pessoas com Deficiência (doravante PCD). Os aplicativos, programas de computador, *smartphones*, enfim, têm inúmeras possibilidades de “dar acesso” às PCD, por meio de tecnologias assistivas. No caso de Victor Di Marco, as legendas funcionam em duas frentes: na primeira, permitem que seja escrita a fala dele; na segunda, permite o acesso de pessoas surdas ao seu conteúdo.

No primeiro caso, destaco que Victor tem uma fala específica, por conta de sua deficiência. As legendas, assim, operam também como uma maneira de facilitar a compreensão do que está sendo falado. Além disso, o @victordimarco se torna, nesse contexto, também um híbrido/ciborgue (STRATHERN, 1996; HARAWAY, 2009) ou híbrido

⁶ Comumente, diz-se que “uma pessoa” tem “uma conta” no *Instagram*. Assim, a ideia de pessoa isolada e individual neoliberal é retomada. Como forma de se distanciar dessa perspectiva e se aproximar da teoria do ator-rede, utilizarei o @ de Victor Di Marco (o “proprietário” da “conta”) para identificar “onde” está a ação na rede que estou analisando, a saber, as postagens, os comentários, as repostagens por outros @ e as Dms que tenho trocado com ele. Quando utilizar seu nome, Victor ou Di Marco, estarei me referindo a pessoa “desligada” dessa rede – ou inserida em outras redes as quais não serão abordadas neste trabalho.

com a rede, com a internet, com o conjunto de itens que formam a ação de suas produções audiovisuais.

Arroba ou @: o ator-rede nas redes

Victor e/ou @victordimarco é uma Pessoa com Deficiência (doravante PCD). Ele tem distonia muscular, o que produz uma corporalidade com especificidades motoras. Suas respostas foram dadas a partir de diálogo gravado em vídeo pelo *Skype*. Só aí já se percebe o quanto uma acessibilidade é criada por meio da tecnologia: Victor pediu para responder por áudios, primeiramente, porque é mais tranquilo para ele. Depois de algumas tentativas, sugeri que realizássemos a entrevista por vídeo, o que prontamente foi aceito. Além disso, pode-se perceber que o seu celular não é apenas uma ferramenta de trabalho, mas um agente, no sentido de que compõe uma ação com acessibilidade em relação a entrevista e em relação às redes.

Os dados foram coletados das suas postagens, nas DMs (*direct messages*) que trocamos⁷, nas repostagens por outros @, nos comentários e interações com ele, além do questionário enviado por *Whatsapp*. Seus vídeos são seu principal material, mas há também fotos e pequenas “histórias” educativas sobre capacitismo, onde @victordimarco aparece com um pequeno cartaz com frases e a sequência de fotos constrói a narrativa. Além disso, há os *stories* (estes duram apenas 24h), onde as postagens são também frequentes, variando entre perguntas/respostas, até postagens de seu companheiro, de sua mãe e de seu coelho.

Na entrevista, elaborei perguntas diretas a @victordimarco. Essas perguntas foram realizadas via questionário, em diálogo pelo *Skype*. São questões que permitem vislumbrar os rastros da ação do influenciador digital na rede, mas, principalmente, compreender a ideia de pessoa que surge através disso.

A primeira definição dada por @victordimarco foi a de que não se considera um influenciador digital, mas sim um “criador de conteúdo digital”. Essa é uma potente definição, porque desloca a perspectiva para uma criatividade da @, não a sua influência. Esta,

⁷ Destaco que enquanto no *Instagram*, durante a coleta de dados, também sou um @, isto é, inserido em uma rede.

conforme @victordimarco, é “consequência de seu conteúdo”. Victor me conta que não teve a intenção de se tornar esse criador de conteúdo com muitos seguidores. Isso acontece em diversos casos, aparentemente, no “mundo das redes”, já que o que faz acontecer o ganho exponencial de seguidores não é tão definível.

Seu “boom” (palavra dele) se deu desde um vídeo com a temática da deficiência, a partir do qual começou a ganhar cerca de 5 mil seguidores por dia – até um certo limite: hoje @victordimarco tem 63,4 mil⁸ seguidores, e seu crescimento/descrescimento se estabilizou. Com isso, seu conteúdo começou a se intensificar em produção, chegando a cerca de 2 ou 3 publicações por semana, mais um momento, todos os dias, em que @victordimarco para, a fim de responder às interações com ele.

Por exemplo, quando eu posto alguma foto ou algum vídeo, eu vou, enfim, espero dar 24 horas, aí eu vou lá e respondo todos os comentários, mas depois eu não volto mais para aquilo. Tipo, né, então eu respondo uma vez todo mundo, porque senão é uma coisa que não acaba.

Esse é um ponto onde podemos perceber a ação colocada na rede. Uma postagem se configura como ação na Teoria Ator-Rede quando entendemos que ela é produzida na, e apenas pela, interação entre @victordimarco, a rede social *Instagram*, e os outros @ e pessoas que interagem nessa rede. Uma postagem, portanto, não é uma ação de um “agente” isolado, Victor, mas um complexo produzido pelas relações nas redes sociais, onde “o que está em proeminência é o eventual, performático, híbrido e não a distinção (purificação) entre ‘agente’ e ‘agido’” (SEGATA, 2016, p. 107).

Nessas interações, o que seja pessoa também se altera – ou, ao menos, se amplia. Duas das falas de Victor colocam duas perspectivas diferentes de pessoa.

Mas, então, eu acredito que eu me relaciono mais com meus seguidores por DM. E DM, o céu é o limite, né? Tipo, as pessoas, às vezes, a gente corta, porque as pessoas começam a engatar uma coisa na outra e quando vê, tu perdeu, sei lá, 15 minutos falando sobre a vida da pessoa. Porque isso tem muito a ver com a pandemia, né?, porque as pessoas estão muito carentes de atenção, estão muito carentes de afeto, né? Porque tem muita gente, imagina, tem gente que mora sozinha e que tá passando pela pandemia. Então, tipo, se a pessoa tá há um ano sozinha em casa... Então, enfim, é um momento complicado, assim.

⁸ Esse número se refere ao acesso em 05 abr. 2021.

Nesse sentido, a pessoa aparenta ser aquele “agente isolado”, o indivíduo neoliberal. As pessoas a que se refere Victor, tem “contas” no *Instagram* e as utilizam como “meio” para interagir. A ação estaria localizada, portanto, num “agente”. Outra fala sua vai ampliar essa perspectiva, senão mudá-la.

Eu acho que isso tem dois casos, assim. Eu tenho um número de seguidores muito fiéis, que falam comigo via direct. E essas pessoas comentam tudo que eu posto, todos os stories que eu posto. Então, essas pessoas eu acho que elas sentem que elas são, tipo, muito íntimas de mim. Então, eu acho que essas pessoas têm uma visão enquanto Victor, humano, tipo, que erra, que tá cansado, que, sabe, enfim. Mas, também tem um outro grupo, que é também um grupo que veio por mensagem direta, que não me vê enquanto um ser humano. Assim, eu recebo muita mensagem de pessoa, tipo assim, que nunca me viu, e que me manda um textão, assim, falando que “a vida tá uma merda, que não sei o quê”. Assim, eu recebo mensagem até de pessoa falando em suicídio, sabe? Então, são assuntos muito delicados, tipo, né?, que realmente eu acredito que as pessoas esquecem. E eu tive, a maior prova que eu tive, de que as pessoas esquecem de que há uma pessoa ali atrás, foi que, assim, eu já recebi várias vezes, sei lá, as pessoas vêm, isso acontece muito quando vem algum menino gay e me chama assim “ai, Victor, tu é um gato”, ou assim, ah, sei lá, “ai, nossa, me beija”. E aí, eu vou lá, vejo a mensagem, eu curto e respondo. A pessoa fica “ai, que vergonha, achei que tu nunca fosse responder”. Aí eu falo, “como assim tu achou que eu não fosse responder? Tu mandou uma mensagem por que, então?”. E é porque, justamente, a pessoa esquece que há alguém do outro lado, sabe?

É no sentido de as pessoas “esquecerem” que há “uma pessoa do outro lado” que a ideia de pessoa se amplia. E isso tanto pela @ que interage com @victordimarco, quanto na sua resposta deste àquela. Pessoa, nessa acepção, não mais pode ser entendida apenas como um “agente isolado”, como “indivíduo”. Antes, é um híbrido com as redes sociais, com as @s, com os *smartphones*, com a internet. O esquecimento parece figurar como importante nessa definição, uma vez que é por meio dele que se pode esquecer a “ideia anterior” (indivíduo) de pessoa e se construir, mesmo que sem intencionalidade, a ideia nova (pessoa híbrida).

Como este é um trabalho que considero ensaístico, não adentrarei nas outras questões levantadas pela sua fala (como pessoas carentes de afeto, as redes sociais como um trabalho, enfim), mas destaco que Victor traz a ideia de pessoa nos termos de um indivíduo, quanto se refere a “quem” interage com ele.

Os modos de subjetivação, portanto, dados pelas relações nas redes sociais, ultrapassam as perspectivas de um indivíduo, isolado, pleno em si mesmo, para ganhar outros contornos, outras definições. Isso amplia, como já mencionado, a ideia de pessoa. Esta toma forma em sentidos que nem mesmo @victordimarco consegue definir.

Jéferson: Tu acha que a tua visão, então, de ti mesmo, enquanto Victor, mudou, depois desse Victor criador de conteúdo, ou tu acha que...

Victor: ah, com certeza. Mudou muito. É, eu ainda não sei o quê, hahaha, eu ainda estou nesse processo, mudou, com certeza mudou.

A percepção dessa mudança de si é mais um indicativo do quanto as considerações de si mesmo, do outro e das próprias redes estão em constante modificação. Como ele mesmo me conta em outro momento, as redes se modificam e modificam quem com elas interage. A pessoa, assim, se insere tanto quanto é inserida pela rede. E aqui, esta pode ser tanto compreendida no sentido das “redes sociais” quanto no sentido de Latour, na Teoria Ator-Rede.

O sujeito que constrói seu modo de subjetivação no *Instagram*, portanto, está construindo também essa rede. E as ações construídas nesse “espaço”, ou deveríamos argumentar nesse “nó”, nesse “complexo interacional”, e por ele, indicam que há um forte componente de uma ação que não é, e nem poderia ser, “localizada” no indivíduo. As redes sociais, como parte das relações entre as pessoas, é, hoje, um importante composto produtor de pessoas, relações, ideias e ideologias.

Considerações finais

As redes sociais, partindo da ideia de influenciador digital, ou o criador de conteúdo, trazem, assim, novas perspectivas do que seja pessoa. Esta é complexa, porque não está circunscrita apenas “em si mesma”. É, antes, uma relação, uma interação, que pode ser vista “como uma forma de mover-se para fora do *self* individualizado e de entrar no mundo das interações sociais.” (ESCOBAR, 2016, p. 41).

A pessoa se torna um composto. A noção neoliberal individualista de pessoa, assim, se implode, para não dizer que se mostra insuficiente, para compreendermos os modos de interação e de subjetivação contemporâneos. É nesse complexo das redes, dos cabos, da internet, como a entendo aqui, que a pessoa vai se compondo e compondo a própria rede.

As ações não estão mais colocadas no Victor. Elas estão na @, no “perfil”. E ali, as interações extrapolam o face a face, criando novos cotidianos, novas possibilidades, tanto de

interação quanto à compreensão do que seja o social. É importante, e interessante, portanto, refletirmos a partir da Teoria Ator-Rede nesse caso. Entendo, também, que essa é uma teoria, Isto é, como tal, serve ao propósito de apoiar nas reflexões acerca dos dados adquiridos no trabalho de campo, nas etnografias, no trabalho antropológico.

O trabalho que apresento aqui, retomo, é um ensaio. Enquanto tal, se pretende apenas iniciar uma reflexão acerca dos assuntos abordados. Não pretendi dar conclusões, adentrar densamente nas falas de meu interlocutor ou explorar de forma mais ampla as ideias apresentadas. Pelo contrário, busquei tencionar pontos pela exposição simples dos mesmos, para, com isso, produzir reflexões acerca do que eles representam ou poderiam representar, significar.

Concluo o ensaio, dessa forma, deixando-o em aberto, para que seja um ponto de partida para exercícios reflexivos futuros. Estes que poderão, ou não, se mostrar frutíferos em seus desenvolvimentos.

Referências

CANALTECH. Natan Vieira. **Digital influencers**: afinal, o que é ser um influenciador nas redes?. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/digital-influencers-afinal-o-que-e-ser-um-influenciador-nas-redes-162554/>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

ESCOBAR, Arturo. Bem vindos à Cyberia: notas para uma Antropologia da cibercultura. [original de 1994] SEGATA, J; DASSI, T; RIFIOTIS, T (trads.) In: SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos. **Políticas etnográficas no campo da cibercultura**. Brasília: ABA Publicações; Joinville: Editora Letradágua, 2016. p. 21-57.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: RABINOW, Paul; DREYFUS, Hubert L. **Michel Foucault**: uma trajetória filosófica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: **Antropologia do ciborgue** : as vertigens do pós-humano / organização e tradução Tomaz Tadeu – 2. ed. Belo Horizonte : Autêntica Editora, 2009. – (Mimo). p. 33-118.

HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. **Etnografia e consumo midiático**: novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-papers, 2016, p. 11-27.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à Teoria Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012; Bauru: Edusc, 2012.

MANSANO, Sonia Regina Vargas. Sujeito, subjetividade e modos de subjetivação na contemporaneidade. **Revista de Psicologia da UNESP**, v 8, no. 2, p. 110-117, 2009.

SEGATA, Jean. Dos cibernautas às redes. In: SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos. **Políticas etnográficas no campo da cibercultura**. Brasília: ABA Publicações; Joinville: Editora Letradágua, 2016, p. 91-114.

STRATHERN, Marilyn. Cutting the network. **The Journal of the Royal Anthropological Institute**, vol. 2, n. 3 (Sep., 1996), pp. 517-535.

TURKLE, Sherry. **The second self**: computers and the human spirit. 20th anniversary edition. Cambridge: MIT Press, 2005.