

1

O Estudo da Internet e dos Ecrãs na Sociedade em Rede

GUSTAVO CARDOSO e TIAGO LAPA

AS TRANSFORMAÇÕES DA MEDIAÇÃO E DOS ECRÃS NA SOCIEDADE EM REDE

Os estudos sobre a Internet e os comportamentos dos indivíduos *online* constituem um campo profícuo de pesquisa, que tem adotado uma perspetiva multidisciplinar sobre os impactos da Internet na vida social e humana. Em vez de estarmos perante fechamentos disciplinares, muitas vezes estanques, fruto da diferenciação e especialização dos campos científicos, estamos face a um objeto de pesquisa sobre o qual se tem sabido estabelecer pontes entre diferentes disciplinas, como é o caso da psicologia e da sociologia. Uma vez que a Internet trouxe mudanças em, virtualmente, todas as áreas da vida social e humana — política, cultura, economia, educação, relações familiares e interpessoais —, pesquisadores de diferentes disciplinas, das ciências sociais e comportamentais e outros campos do saber, foram atraídos para o campo dos estudos da Internet. Esta situação estimula a inovação na análise dos impactos da Internet, embora aumente a complexidade na implementação de um novo campo científico, devido à diferença de correntes teóricas e metodológicas que nem sempre são harmonizáveis porque, muitas vezes, se referem a enfoques diferenciados de investigar o mesmo objeto empírico.

As redes internacionais de investigadores que se debruçam sobre os comportamentos *online* são um exemplo da utilização de perspetivas disciplinares diferenciadas que, através do diálogo científico, tentam de-

senhar uma estratégia teórico-metodológica articulada. Esta nem sempre é coesa ou homogênea, uma vez que a extensão dos estudos da Internet é potencialmente vasta e conceptualizada de uma forma genérica (Cardoso, Liang e Lapa, 2013). O próprio conceito de Internet, cunhado pelos especialistas, é intencionalmente amplo, referindo-se a uma “rede de redes”, abarcando assim fenómenos da ecologia mediática como a interligação num *modelo comunicacional em rede* (Cardoso, 2006) dos vários meios de comunicação ditos “tradicionais” com as novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC), de modo a dar conta dos seus aspetos em mutação, a par dos seus impactos imprevistos e não intencionados, quer no âmbito das sociedades como um todo, quer no plano institucional e individual.

Em prol da contextualização, será porventura útil nesta fase apontar que as sociedades também se caracterizam em termos institucionais por modelos comunicacionais (Castells, 2006; Colombo, 1993; Himanen, 2006; Wolton, 1999), que podem ser cronologicamente ordenados em termos dos seus ciclos de afirmação social (Ortoleva, 2004). Neste âmbito, o aparecimento da escrita veio trazer um salto qualitativo ao modelo comunicacional baseado essencialmente na comunicação interpessoal das sociedades menos complexas (no sentido duma menor diferenciação dos subsistemas sociais), caracterizado pela troca bidirecional entre duas ou mais pessoas dentro de um grupo. Transvasou as lógicas localizadas da oralidade e permitiu a comunicação de um-para-muitos, que conduziu a uma notável expansão, no tempo e no espaço, da comunicação, assim como possibilitou novas modalidades de exercício do poder.

A modernidade, como nos lembram Thompson (1995) e Silverstone (2006), trouxe consigo a crescente centralidade dos *media*, com o crescimento do modelo comunicacional baseado na *comunicação de massa*, tanto na condução do poder como na estruturação do nosso quotidiano, que depreende a constituição de rotinas e comportamentos. Tal perceção colocou o estudo da mediação como uma das preocupações centrais das ciências sociais e humanas que têm vindo a estudar os *media* não só como *locus* de poder e como geradores de mensagens, mas igualmente como produtores de efeitos sobre os recetores e os próprios arranjos institucionais da sociedade. Com a utilização de tecnologias específicas de mediação, como o cinema, a rádio ou a televisão, a modernidade assistiu ao advento histórico da comunicação de massa, no qual as mensagens são dirigidas a uma massa de pessoas, ou seja, são enviadas a uma audiência de dimensão desconhecida e, conseqüentemente, não delimitada previamente¹. Contudo, os estudos pioneiros dos processos de comuni-

cação mediada centraram-se essencialmente nas possíveis formas em que os sistemas sociais, as culturas e os comportamentos individuais são moldados por esses processos. Negligenciaram ou não incluíram de modo consistente nos modelos analíticos a forma como a mediação e a domesticação dos *media* por parte dos recetores moldam os meios comunicacionais e o próprio sistema dos *media*, entendido como o conjunto de interligações entre tecnologias, organizações e arranjos institucionais (palpáveis na institucionalização de empresas, entidades reguladoras e molduras legais) que guiam e regulam as diversas formas de comunicação (Ortoleva, 2004).

Falar em domesticação dos *media* (Haddon, 2006) significa imprimir um enfoque analítico centrado nas pessoas e nas suas práticas e nas modalidades de apropriação dos novos dispositivos e ecrãs e não tanto na tecnologia em si. Perceber os impactos da mediação significa compreender como os processos comunicacionais mudam os ambientes sociais e culturais que os sustentam, assim como as relações que os agentes, tanto individuais como institucionais, têm para com esse ambiente, e estabelecem entre si (Silverstone, 2006). Neste sentido, afastamo-nos das ideias de que o meio é a mensagem² (McLuhan, 1967) ou de que a mensagem é o meio (Castells, 2000), visto que tanto o meio como a mensagem são produtos sociais e humanos que advêm dos processos de receção e consumo, a partir dos quais os sujeitos exercem a sua autonomia face à tecnologia. Com o crescimento dos *media* sociais tornou-se evidente que, no fundo, a mensagem são as pessoas (Cardoso e Quintanilha, 2013) ou, por outras palavras, podemos dizer que os *media* somos todos nós, que “eu”, enquanto sujeito portador de motivações e disposições, crenças e atitudes, sou os *media*, no contexto de convergência e partilha permitido pelo modelo de comunicação em rede. Esta vertente de olhar as questões da relação com o mundo digital é um dos elementos que permite a distinção operada por Levinson (2012), quanto à ecologia mediática da segunda década do século XXI, entre os “velhos” novos *media* e os “novos” novos *media*, e argumentar a favor da crescente afirmação social e cultural destes últimos e dos seus potenciais impactos nas instituições e atitudes. A par de outras análises sobre a comunicação em rede (Cardoso, 2006), Levinson sugere que as características da atual ecologia mediática, composta por blogues e *media* sociais, são compreensíveis à luz das características de outras modalidades comunicacionais assentes na oralidade e na comunicação interpessoal, ou na comunicação de massa, e do impacto que as diferentes fases de desenvolvimento da comunicação tiveram sobre os costumes sociais e movimentos culturais e políticos.

O que distingue os “novos” meios de comunicação de modalidades de comunicação anteriores (incluindo os “velhos” meios de comunicação) é a relativa facilidade com que não-profissionais produzem conteúdos e a menor presença de “porteiros” (*gatekeepers*), o que se relaciona com as noções de *prosumer* (Toffler, 1980) e de personalização de massa ou de autocomunicação de massa (Castells, 2011).

Nas últimas décadas temos, portanto, vindo a assistir a mudanças nas modalidades de mediação que desembocam na afirmação de uma profusão de ecrãs interligados pelo modelo comunicacional em rede das sociedades informacionais³ (Cardoso, 2006; Cardoso e Quintanilha, 2013), suportado por três características principais: 1) os processos de globalização comunicacional; 2) a ligação em rede de *media* de massa e interpessoais; e 3) diferentes graus de interatividade possibilitados pelas tecnologias atuais (Cardoso, 2009). É um modelo caracterizado por uma nova rede interpessoal, de um para muitos e de massa, que conecta públicos, participantes, utilizadores, empresas e instituições sob uma mesma matriz mediática em rede. Num ambiente de comunicação em rede, a mediação (Silverstone, 2006), as dietas ou consumos mediáticos, as memórias e biografias moldadas pelos *media* (Aroldi e Colombo, 2003), as matrizes de *media* como *locus* de socialização e construção da identidade (Meyrowitz, 1985) e o sistema dos *media* (Ortoleva, 2004) têm sido alterados. Essas transformações nas relações em rede entre os diferentes meios de comunicação fazem da mediação uma experiência tendencialmente integrada, combinando o uso de diferentes meios — do telefone à televisão, do jornal ao jogo de vídeo, da Internet à rádio, do cinema ao telemóvel — e colocando os utilizadores, as suas práticas e as necessárias literacias, uma vez mais, no centro da análise (Cardoso e Quintanilha, 2013; Livingstone, 1999). É neste contexto que, por exemplo, o uso das redes sociais *online* se desenvolve ora como autocomunicação de massa, como no caso do Twitter, ora de comunicação mediada de um para muitos, como acontece, por exemplo, em redes sociais como o Facebook.

A multiplicação dos ecrãs trouxe consigo a perda de centralidade da cultura e espaços privados domésticos e uma tendência de *ecranização* dos processos e ferramentas de mediação rumo à digitalização dos conteúdos e das próprias relações humanas. Novos dispositivos como os *tablets*, leitores de *ebooks*, telemóveis, GPS, entre outros, remetem para uma cultura da comunicação móvel (Castells *et al.*, 2009) e baseada no predomínio do ecrã, não tanto no sentido de uma “convergência tecnológica” entre dispositivos (Silverstone, 1992), mas antes de mais para

uma «cultura de convergência» (Jenkins, 2006), onde os conteúdos, e não as tecnologias, convergem. A ubiquidade cada vez maior da Internet e dos ecrãs, através dos quais as redes digitais atingem os sentidos, significa que o mundo *online* se embrenha nas rotinas e nas fórmulas da vida quotidiana, dá-lhes forma, sustenta-as e organiza-as e toma parte em processos humanos tão básicos como a configuração no espaço e no tempo da identidade individual e da segurança ontológica, entendida como a percepção de ordem e continuidade face às experiências individuais (Giddens, 1991). É neste contexto que o estudo dos comportamentos *online* tem assumido uma importância cada vez maior no seio das ciências sociais e humanas e tem suscitado um conjunto de perspectivas de análise, ora concorrentes, ora complementares. Daí a importância de procedermos a uma discussão crítica de um conjunto de perspectivas desenvolvidas nos últimos anos.

PERSPETIVAS DE ANÁLISE EM TORNO DOS IMPACTOS DA INTERNET

O estudo da Internet engloba pesquisas que se debruçam sobre diferentes níveis de análise, incluindo: (i) os contributos para as teorias da Informação e da Sociedade em Rede (Castells, 2000), que têm impactos na teoria social como um todo, e que se caracterizam por um foco nas mudanças sociais de nível macro; (ii) as pesquisas das transformações regionais ou nas comunidades associadas ao nível meso de análise; e (iii) os estudos da comunicação interpessoal mediada e em torno dos efeitos dos *media* nos comportamentos dos sujeitos, usualmente relacionados com o nível micro de análise. Todavia, como assinala Mouzelis (1995), estes estreitamentos analíticos entre macro e micro formam uma simplificação muitas vezes imprópria, dado que as interações pessoais, por exemplo, entre chefes de Estado, frequentemente desencadeiam impactos macrosociais com ramificações no tempo e no espaço. As interações mediadas entre agentes sociais, a comunicação mediada entre membros de uma comunidade de *hackers*, a publicação de textos em blogues ou nas redes sociais de atores políticos relevantes ou a publicação de um vídeo no YouTube por um único utilizador constituem eventos que podem espoletar um conjunto de ocorrências com implicações macrosociais. Deste modo, o campo dos estudos da Internet concerne tanto a análise das *estruturas* (o que remete para a morfologia das redes, os princípios de organização dos fluxos de informação, e os fatores que constroem a