

RACHEL SEVERO ALVES NEUBERGER

COMUNIDADE VIRTUAL: a experiência do portal “Comunique-se”

MARÍLIA

2005

RACHEL SEVERO ALVES NEUBERGER

COMUNIDADE VIRTUAL: a experiência do portal “Comunique-se”

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-graduação em Comunicação
da Universidade de Marília, para obtenção
do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Linda Bulik

MARÍLIA

2005

UNIVERSIDADE DE MARÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E TURISMO

REITOR
MÁRCIO MESQUITA SERVA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
COORDENADORA PROF.^a DR.^a SUELY FADUL VILLIBOR FLORY

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO
MÍDIA E CULTURA

LINHA DE PESQUISA
PRODUÇÃO E RECEPÇÃO DE MÍDIA

ORIENTADORA
PROF.^a DR.^a LINDA BULIK

RACHEL SEVERO ALVES NEUBERGER

COMUNIDADE VIRTUAL: a experiência do portal “Comunique-se”

APROVADO PELA COMISSÃO EXAMINADORA:
Nota 10

Prof^ª Dr^ª Linda Bulik
ORIENTADORA

Prof^ª Dr^ª Carly Batista de Aguiar

Prof^ª Dr^ª Anamaria Fadul

Marília, 6 de maio de 2005.

DEDICATÓRIA

Ao Jordon, meu marido, pelo amor e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço

à minha orientadora Prof^ª Dr^ª Linda Bulik, que se mostrou uma grande e paciente amiga;

à minha mãe Prof^ª Leange Severo Alves, que discutiu comigo todos os textos;

à minha família, que me estimulou e apoiou e;

a meus amigos de todas as horas.

EPÍGRAFE

As conseqüências a longo prazo do sucesso fulminante dos instrumentos de comunicação audiovisuais (a partir do fim da Segunda Guerra Mundial) e dos computadores (a partir do fim dos anos setenta) ainda não foram suficientemente analisadas. Uma coisa é certa: vivemos hoje em uma destas épocas limítrofes na qual toda a antiga ordem das representações e dos saberes oscila para dar lugar a imaginários, modos de conhecimentos e estilos de regulação social ainda pouco estabilizados. Vivemos um destes raros momentos em que, a partir de uma nova configuração técnica, quer dizer, de uma nova relação com o cosmos, um novo etilo de humanidade é inventado. (LÉVY, 1993, p.16).

RESUMO

As comunidades virtuais, possíveis por meio do ciberespaço, podem chegar a ser ágoras propícias ao desenvolvimento de inteligências coletivas, que são a base da cibercultura, tida como a contemporânea cultura de redes. Este tipo de comunidade, tão diferente da local, mas com características tão surpreendentemente próximas, é mais um terreno onde a humanidade está se encontrando e se desenvolvendo. O presente estudo apóia-se em pesquisa descritiva e tem como objetivo analisar as ferramentas e conceitos necessários para a formação de uma comunidade virtual de comunicação, criada pelo portal “Comunique-se”, disponível na Internet pelo endereço eletrônico www.comunique-se.com.br. Conclui-se, com base em sondagem realizada com os usuários, que apesar de considerarem modesto seu grau de participação, existe um forte sentimento de pertencimento ao grupo. Embora as relações sejam travadas em um ambiente anárquico, observa-se no ciberespaço a existência de grupos, que se organizam como “tribos”, em ambientes de rede, cujos vínculos ou laços sociais se estabelecem ao cruzar a linha imaginária entre o mundo analógico e o digital.

PALAVRAS-CHAVE: Portal “Comunique-se” – comunidade virtual de comunicação - comunicação jornalística virtual – interatividade – pertencimento - troca simbólica.

ABSTRACT

Virtual communities created by the cyberspace could be really propitious to the development of collective intelligences, that are the base of cyberculture, that is the contemporary culture of nets. This kind of community, so different of the local communities, but with characteristics so surprising next, is one more land where the humanity is developing. The present study is based on descriptive research and it has as objective to analyze the necessary tools and concepts for the formation of a virtual community of communication, created for the "Comunique-se" *site* available in the Internet by the electronic address www.comunique-se.com.br. Questions applied to the users show that they consider modest their degree of participation, but that exists a strong feeling of belonging to the group. Although the relations happens in an anarchical environment, is observed in cyberspace the existence of groups, that are organized as "tribes", in net environments, in net environments, whose social bonds are established when crossing the imaginary line between the analogical world and the digital one.

KEY WORDS: "Comunique-se" *site* - virtual community of communication - virtual journalistic communication - interactivity - belonging - symbolic exchange.

INTRODUÇÃO	1
1 TEORIAS RELATIVAS AO CIBERESPAÇO E SUAS CONSEQUENCIAS	5
1.1 Ciberespaço: Potência Simbólica da Inteligência Coletiva da Humanidade	6
1.2 Manifestação da Cibercultura por meio das Comunidades Virtuais	9
1.2.1 A relação intrínseca entre comunidades virtuais e cibercultura	10
1.2.2 Os laços sociais criados na era da informação	13
1.2.3 A geração de rede criada na era da inteligência interconectada	16
1.2.4 A influência da cibercultura no modo de vida das pessoas	18
1.3 A Interatividade e a Crítica Invocam a Participação do Receptor	21
1.3.1 A perfeita interação depende de uma posição crítica	26
1.3.2 No espaço virtual, a obra é sempre resultado de co-criação	23
1.4 A Curta História das Internet	28
1.5 Reorganização Espaço-Temporal da Sociedade em Rede	32
1.6 Toda Realidade é Percebida de Maneira Virtual	34
1.7 Internet Favorece Modelo Hipermidiático de Comunicação	37
1.8 Abordagem de Características Hipertextuais da Multimídia e Hipermídia	39
1.8.1 Interface: base de uma perfeita navegação virtual	42
1.9 Mídiação e a Nova Leitura do Mundo	43
1.10 Planetarização Atua na Área Econômica e da Consciência	48
1.10.1 Tecnologias da informação modificam o processo laboral	50
1.10.2 Desenvolvimentos tecnológicos atuais ampliam chance de participação .	52
1.11 A Inovação Tecnológica Permite Críticas Positivas e Negativas	54
1.12 Evolução Tecnológica Permite Visualizar um Futuro Possível	59
2 PORTAL “COMUNIQUE-SE” COMO FORMADOR DE UMA COMUNIDADE	
VIRTUAL DE COMUNICAÇÃO	61
2.1 Descrição das Principais Partes Interativas do Portal “Comunique-se”	65
3 AVALIAÇÃO DE QUESTIONÁRIO REALIZADO COM USUÁRIOS DO	
PORTAL	94
4 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES NO PORTAL “COMUNIQUE-SE” Á LUZ	
DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	111
4.1 Comunidade Virtual do Portal “Comunique-se” no Contexto da Cibercultura	112
4.2 “Comunique-se” - Resultado de Co-criação Interativa entre Usuários	116
4.3 O Portal “Comunique-se” Situado na Curta História da Internet	119
4.4 Conceitos de Tempo e Espaço Aplicados ao “Comunique-se”	120
4.5 “Comunique-se” - Virtual por Essência	121
4.6 “Comunique-se” no Contexto da Mudança de Paradigma da Comunicação	121
4.7 “Comunique-se”: Interface Hipermidiática	123

4.8 Planetarização e suas Conseqüências no Universo dos Usuários do “Comunique-se”	124
4.9 Ideais de Liberdade de Expressão Encontram seu Espaço no “Comunique-se” ...	126
4.10 Universo do Portal a Partir de Visões Otimistas e Pessimistas da Tecnologia ...	127
4.11 Miniaturização e Comandos de Voz são o Futuro do Portal	128
CONCLUSÃO	129
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – parte superior da homepage do portal “Comunique-se”	66
Imagem 2 - parte inferior da homepage do portal “Comunique-se”	66
Imagem 3 – menu de login do portal “Comunique-se”	67
Imagem 4 – menu das principais páginas do portal “Comunique-se”	68
Imagem 5 - coluna de links com os assuntos tratados em cada uma das páginas do portal “Comunique-se”	69
Imagem 6 – central de links do portal “Comunique-se”	69
Imagem 7 – matéria em destaque da página “jornal da imprensa” do portal “Comunique-se”	70
Imagem 8 – espaço destinado à postagem de mensagens do portal “Comunique-se”	70
Imagem 9 – espaço destinado aos destaques da página “salas de imprensa” do portal “Comunique-se”	71
Imagem 10 – campo “leia mais” do portal “Comunique-se”	71

Imagem 11 – campo “matéria-prima” do portal “Comunique-se”	71
Imagem 12 – colunas “papo na redação”, “blog-se”, “canal aberto” e “cursos on-line” do portal “Comunique-se”	72
Imagem 13 – menu de busca do portal “Comunique-se”	73
Imagem 14 – campo da “sala de imprensa” e principais clientes do portal “Comunique- se”	75
Imagem 15 – página “prêmio” do portal “Comunique-se”	77
Imagem 16 - página “jornal da imprensa” do portal “Comunique-se”	78
Imagem 17 – espaço de realização de entrevistas no portal “Comunique-se”	79
Imagem 18 - parte superior da página “comunidade” do portal “Comunique-se”	81
Imagem 19 - parte inferior da página “comunidade” do portal “Comunique-se”	81
Imagem 20 - comunicador do portal “Comunique-se”	82
Imagem 21 – espaço para escrever para um outro usuário do portal “Comunique-se”	83
Imagem 22 – espaço do “clube do usuário” do portal “Comunique-se”	83
Imagem 23 – página para impressão de carteirinha do “clube do usuário” do portal “Comunique-se”	84
Imagem 24 – espaço destinado à manchete do dia na página “comunidade” do portal “Comunique-se”	84
Imagem 25 – porta de entrada para o chat do portal “Comunique-se”	85
Imagem 26 – porta de entrada para os blogs do portal “Comunique-se”	85
Imagem 27 – página inicial de um dos blogs de usuários do portal “Comunique-se”	86
Imagem 28 – página para construção de blogs do portal “Comunique-se”	86
Imagem 29 – página “cursos” do portal “Comunique-se”	87
Imagem 30 – página “matéria-prima” do portal “Comunique-se”	88
Imagem 31 – espaço de busca de coletivas, cursos, eventos e pautas do portal “Comunique-se”	89
Imagem 32 – espaço para avaliação das sugestões de coletivas do portal “Comunique- se”	89
Imagem 33 – página “banco de empregos” do portal “Comunique-se”	90
Imagem 34 – página “produtos” do portal “Comunique-se”	91
Imagem 35 – informativo do portal “Comunique-se” enviado aos e-mails dos usuários .	92
Imagem 36 – página da lista de discussões sobre o portal “Comunique-se”, disponível no site de relacionamentos “Orkut”	93

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Há quanto tempo os usuários navegam na Internet em anos	98
Gráfico 2 – Há quanto tempo os usuários navegam pelo portal “Comunique-se”	98
Gráfico 3 – Usuários definem suas principais atividades no portal “Comunique-se”	101
Gráfico 4 – Número de vezes por semana que os usuários entram no site	102
Gráfico 5 – Há quanto tempo os entrevistados são membros da lista no “Orkut”	103

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Cliente: Não consigo me conectar à Internet...

Suporte: Tem certeza que utilizou a senha certa?

Cliente: Sim, tenho certeza. Vi um colega fazendo.

Suporte: Pode me dizer qual foi a senha?

Cliente: Cinco estrelinhas.

Suporte: ????????

A intenção de iniciar este estudo com a anedota citada acima (NAVEGUE MELHOR, 21 jan 2004) é mostrar que é preciso, no momento atual, estar consciente das mudanças e possibilidades criadas pela Internet, utilizando, com propriedade, sua linguagem específica, já que, de maneiras diversas, acaba por afetar a vida das pessoas.

Afinal, o domínio da tecnologia de redes está se tornando uma competência tão básica quanto a capacidade de escrever, ler ou calcular. A “alfabetização digital” é necessária para evitar, entre outras coisas, a exclusão do futuro trabalhador do mercado de trabalho.

Na verdade, palavras e expressões, como ambientes virtuais de aprendizagem cooperativa, ciberespaço, comunidades virtuais de aprendizagem, correio eletrônico, *link*, *on-line*, etc., já passaram a fazer parte do universo de significação de grande parte das pessoas, com o acesso mais disseminado à Internet.

Entre as vantagens das redes digitais, destacam-se a flexibilidade de tempo e espaço, a aproximação entre pessoas com interesses e objetivos comuns, apesar de separadas geograficamente, alto nível de interação e constituição de comunidades de aprendizagem cooperativa, que são a base da cibercultura.

As novas tecnologias, portanto, colocam o desafio de utilizá-las e colocá-las a serviço dos relacionamentos pessoais. Assim, é preciso usar a tecnologia como ferramenta que facilite a criação de laços sociais e desencadeie processos de aprendizagem.

O tema comunidades virtuais foi escolhido por representar uma situação real, crescente e, sem dúvida, cheia de possibilidades de avanços, no que diz respeito aos laços sociais que cria.

Grande parte dos autores citados neste estudo acredita que os processos de concepção, produção e comercialização, além das atividades de pesquisa, de aprendizagem e de lazer serão integralmente condicionados por sua imersão no espaço virtual. Sendo assim, o ciberespaço seria o principal meio de comunicação e da vida social. Vale a pena, portanto, pensar criticamente sobre as principais implicações de tal situação.

Esses avanços tecnológicos com base digital também acabam por transformar a capacidade intelectual dos indivíduos, já que as redes de computadores suportam quantidades de tecnologias intelectuais que aumentam e modificam algumas capacidades cognitivas como memórias, raciocínio, capacidade de representação mental e percepção. Desta forma, pessoas ou grupos que dominam o uso dessas tecnologias intelectuais podem ter vantagens sobre os demais.

Enfim, não se trata de dizer que os indivíduos só pensariam se estivessem conectados com a Internet, mas há uma crescente participação em comunidades virtuais, que podem formar a tão almejada quanto controversa inteligência coletiva.

Por meio do ciberespaço, as pessoas têm a possibilidade de trocar diferentes tipos de mensagens, participar de conferências eletrônicas sobre milhares de temas distintos, mesmo estando totalmente distante dos outros participantes, ter acesso a informações públicas dispostas em rede, ou seja, podem construir uma imensidade de mundos virtuais.

Mas com tanta mudança ocorrendo a cada momento, como seria possível estabelecer um verdadeiro panorama atual? O mais provável é que não se defina um cenário mundial fixo, mas sim uma paisagem híbrida e cheia de possibilidades de mudanças.

Depois de exposta uma visão bastante geral da abordagem deste estudo, torna-se necessário explicar o desenvolvimento deste trabalho. Em princípio, foi feito um levantamento bibliográfico sobre os assuntos relacionados ao computador e mais especificamente sobre a Internet e seus efeitos na vida das pessoas. A leitura e organização deste material deram origem ao quadro teórico, que serve de base para a análise do objeto de estudo.

O portal “Comunique-se”, disponível em www.comunique-se.com.br, foi escolhido como objeto desta pesquisa por tratar de assuntos diversos sobre a área de comunicação e proporcionar um ambiente bastante interativo entre usuários e entre responsáveis pelo portal e usuários. Esta segunda parte, portanto, consiste na descrição das principais partes interativas do portal e sua página destinada a uma comunidade virtual de comunicação.

A terceira parte do trabalho, por sua vez, é relativa à apuração quantitativa e qualitativa de entrevistas realizadas com usuários do portal e do *site* de relacionamentos, “Orkut”, disponível em www.orkut.com, que fazem parte de uma lista de discussão sobre o “Comunique-se”. O *site* foi um instrumento imprescindível para a realização da pesquisa, pois foi o espaço onde foram averiguados: o grau de participação dos membros da comunidade, o sentimento de pertencimento que existe com relação grupo e os laços sociais que se formam no ciberespaço. Assim foi possível verificar que a “socialidade”, de que fala Maffesoli, se dá em forma de “tribos” nas comunidades virtuais e que são típicas da pós-modernidade.

Foi necessário, também, no último capítulo, fazer uma análise da parte teórica em função das aplicações práticas dos conceitos encontrados no portal, levando em consideração, igualmente, as respostas dos usuários ao questionário aplicado.

Nesta dissertação, buscou-se focar os assuntos aqui tratados à luz das teorias da comunicação, da história e da popularização dos computadores e, em especial, da Internet, buscando-se compreender as características do ciberespaço, que transformam as indústrias de mídia (rádio, TV, jornais, revistas). São expostos, ainda, conceitos de multimídia, hipermídia, hipertexto, interface, interatividade e suas principais conseqüências para a sociedade. Além disso, fala-se em realidade virtual, mudanças na estrutura espaço-temporal, formação da cibercultura e comenta-se sobre as visões otimistas e pessimistas a respeito do futuro tecno-social.

O objetivo deste estudo é, pois, analisar as ferramentas e conceitos indispensáveis na criação da comunidade virtual de comunicação do portal “Comunique-se”, verificando-se o sentimento de pertencimento que os membros têm em relação ao grupo, criado por laços sociais virtuais.

CAPÍTULO 1

TEORIAS RELATIVAS AO CIBERESPAÇO E SUAS CONSEQÜÊNCIAS

1 TEORIAS RELATIVAS AO CIBERESPAÇO E SUAS CONSEQÜÊNCIAS

A participação crescente das pessoas em comunidades virtuais e o questionamento sobre as possíveis alterações e contribuições para o estabelecimento de relacionamentos sociais diversos foram pontos de partida para este trabalho. O que são comunidades virtuais? Como as pessoas agem dentro dessas comunidades? Quais são as suas principais características? Quais as diferenças e semelhanças que apresenta em relação às comunidades locais?

Para que essas perguntas pudessem ser respondidas, foi necessária a construção de um quadro teórico, que abordasse questões como a história da Internet, características e potencialidades do ciberespaço, cibercultura, conceitos relativos à inteligência coletiva, comunidades virtuais, espaço e tempo na era digital, interatividade, realidade virtual, teorias da comunicação e muitas das suas implicações na constituição de laços sociais na atualidade.

O quadro teórico é baseado, principalmente, nos seguintes autores: Pierre Lévy, Wilson Dizard, Nicholas Negroponte, Paul Virílio, John B. Thompson, Manuel Castells, André Lemos, Lúcia Santaella, Armand Mattelart, Marshall McLuhan, Décio Pignatari, Muniz Sodré, Umberto Eco e Roland Barthes, cuja contribuição alavanca a reflexão no campo da comunicação virtual, sobretudo no que tange a conceitos fundamentais necessários no desenvolvimento deste trabalho. Tomando as pesquisas destes autores como ponto de partida, foi possível estabelecer os aspectos que estão em jogo em uma comunidade virtual, como ela se organiza e os vínculos ou laços sociais que a mobilizam.

1.1 Ciberespaço: Potência Simbólica da Inteligência Coletiva da Humanidade

Desde a criação da Internet, há mudanças que se aceleram a cada dia, transformando a realidade de todos aqueles que têm acesso às novas tecnologias ou mesmo daqueles que sofrem os seus efeitos. Essas mudanças ocorrem no ciberespaço, espaço criado

pela união de todas as bases de dados, das telecomunicações e das redes computadorizadas, envolvendo, também, o conceito de realidade virtual, a partir da cibernética (ciência do controle e da comunicação entre seres vivos e máquinas), desenvolvida pelo físico Norbert Wiener, nos anos 40.

Para compreender melhor o espaço onde estão sendo criadas as comunidades virtuais, é preciso levar em conta conceitos de alguns autores como, por exemplo, Lévy (1999, p.17), que define o ciberespaço como o novo meio de comunicação que surge pela interconexão mundial de computadores. “O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”.

Caracterizado por infovias formadas por redes nacionais e internacionais de trocas de informações entre pessoas por meio de computadores, o ciberespaço é uma superestrada da informação, que, segundo Negroponte (2002, p.19), é o movimento global de bits sem peso à velocidade da luz.

Outros autores também fazem referências às possíveis definições de ciberespaço. Lemos (2002, p.136), diz que o ciberespaço é um organismo complexo, interativo e auto-organizante. É um espaço sem dimensões, um não-lugar, um espaço imaginário, mágico, caracterizado por um tempo real e um espaço não-físico. Ainda segundo Lemos (2002, p.141), o ciberespaço é o espaço simbólico onde se realizam, todos os dias, ritos de passagem do espaço físico e analógico ao espaço digital sem fronteiras.

Assim, o ciberespaço constitui-se em uma estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, disseminadas de forma transversal e vertical, aleatória e associativa, caótica, multidirecional, coletiva e, ao mesmo tempo, personalizada. Esse hipertexto mundial interativo é, justamente, o espaço onde cada um pode adicionar ou retirar informações, contribuindo para a modificação de sua estrutura.

Sem dúvida, o ciberespaço é um espaço interessante para a formação de comunidades virtuais que podem formar uma inteligência coletiva. Mas será que o ser humano, de uma forma geral, está preparado para fazer parte desse novo panorama, aproveitando ao máximo o potencial da cibercultura? É possível que ainda não, mas poderá haver um comprometimento cada vez maior com as potencialidades desse novo meio de comunicação, pois quem navega pela Internet pode se surpreender com as mais variadas manifestações do espírito humano, que vão desde as mais bizarras às mais intelectualizadas.

É interessante notar que o crescimento do ciberespaço não determina a inteligência coletiva, mas propicia um ambiente específico para seu desenvolvimento e este é um dos pontos que se busca compreender melhor.

O desenvolvimento da comunicação assistida por computador e das redes digitais planetárias aparece como a realização de um projeto mais ou menos bem formulado, o da constituição deliberada de novas formas de inteligência coletiva, mais flexíveis, mais democráticas, fundadas sobre a reciprocidade e o respeito das singularidades. Neste sentido, poder-se-ia definir a inteligência coletiva como uma inteligência distribuída em toda parte, continuamente valorizada e sinergizada em tempo real.

(LÉVY, 1996, p.96)

Na visão de Lévy (1996, p.97), a inteligência é o “conjunto canônico das aptidões cognitivas, a saber, as capacidades de perceber, de lembrar, de aprender, de imaginar e de raciocinar”. Segundo ele, a partir do momento em que os indivíduos possuem essas aptidões, são todos inteligentes. Mas não se pode deixar de lado o fato de que o exercício de suas capacidades cognitivas implica uma parte coletiva ou social.

É possível dizer, portanto, que jamais um indivíduo pensa sozinho, ou seja, as faculdades mentais são sempre exercidas em função de uma implicação em comunidades que possuem heranças, conflitos, projetos. Portanto, a cultura do grupo sempre é passada ao indivíduo, de forma que ele pense e aja dentro de certos padrões.

Segundo Lévy (1996, p.98), toda vez que ferramentas e artefatos são utilizados, recorre-se à inteligência coletiva, pois “as casas, os carros, as televisões e os computadores resumem linhas seculares de pesquisa, de invenções e de descobertas. Cristalizam igualmente os tesouros de organização e de cooperação empregados para produzi-los efetivamente”.

No momento, portanto, o ideal da informática não é mais a inteligência artificial, ou seja, tornar as máquinas tão ou mais inteligentes que o homem, mas a inteligência coletiva, que representa a valorização, a utilização otimizada e a criação de sinergia entre as competências, as imaginações e as energias intelectuais, qualquer que seja a sua diversidade qualitativa e onde quer que esta se situe.

Estou profundamente convencido de que permitir que os seres humanos conjuguem suas imaginações e inteligências a serviço do desenvolvimento e da emancipação das pessoas é o melhor uso possível das tecnologias digitais. Essa abordagem tem diversas implicações, dentre as quais: econômicas (para o advento de uma economia dos conhecimentos e de um desenvolvimento concebido como valorização e otimização das qualidade humanas), políticas (democracia mais

direta e mais participativa, abordagem planetária e comunitária dos problemas) e culturais (criação coletiva, não-separação entre produção, difusão e interpretação das obras).

(LÉVY, 1999, p.208).

Tendo em vista todas essas observações, tem-se que a inteligência coletiva é um dos principais fins da cibercultura, pois o ciberespaço, tido como dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresenta-se como um dos instrumentos dessa inteligência. Existe, portanto, uma relação mútua entre inteligência coletiva e cibercultura, pois uma depende da outra para existir e se fortalecer.

As novas tecnologias podem, portanto, responder por novas formas de construção do conhecimento, firmada no pressuposto de que a inteligência humana é fruto da coletividade, por meio da relação homem/técnica, que co-evolui e provoca transformações na sociedade. Porém, é necessário ter em mente que a inteligência coletiva está se formando por meio de comunidades virtuais criadas no ciberespaço, o que não quer dizer que faça parte do todo virtual.

Vale dizer, no entanto, que um dos grandes trunfos do ciberespaço é ter gerado um espaço sem controle centralizado, o que o torna mais acessível e dificilmente destrutível. Esse espaço virtual multiplica-se de forma anárquica e extensa, por meio de conexões múltiplas, onde predominam a simultaneidade e a interatividade. É, pois, neste espaço sem dimensão, que pode se desenvolver a cibercultura, como uma manifestação do homem em um mundo que interage com a tecnologia, criando uma nova cultura, um outro relacionamento social e, acima de tudo, uma inteligência coletiva.

1.2 Manifestação da Cibercultura por meio das Comunidades Virtuais

A década de 50 marcou o início da cibercultura. A informática e a cibernética foram responsáveis pelo seu aparecimento. Hoje, o seu crescimento está provocando grandes e significativas mudanças na forma de relacionamento entre as pessoas.

Vale lembrar que toda sociedade é formada por indivíduos isolados e em comunidade. No espaço cibernético não é diferente, pois cada pessoa busca socializar-se por

meio da Internet, estabelecendo novos contatos sociais, que podem formar comunidades virtuais. Por isso, o perfil da cultura contemporânea apresenta uma estreita relação entre o tecnológico e o social.

A cibercultura valoriza, pois, a participação em comunidades de debate e argumentação, incentivando uma reciprocidade essencial nos relacionamentos humanos, a partir de uma prática constante de intercâmbios de informações e conhecimentos. De forma geral, a cibercultura tende a formar uma enorme comunidade mundial, mesmo que ela seja desigual e conflituosa.

Lemos (in PRADO, 2002, p.111) considera que a cibercultura não é apenas resultado das redes telemáticas sobre a cultura, mas afirma que é a cultura contemporânea que se estabelece como cultura de redes. O autor acredita que a cibercultura é fruto, na verdade, da sinergia entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias de base micro-eletrônica.

A cibercultura, de acordo com Lévy (1999, p.17) é o conjunto de técnicas, sejam elas materiais ou intelectuais, de práticas, atitudes, modos de pensamento ou de valores que se desenvolvem juntamente com o ciberespaço. É, também, responsável pelo desenvolvimento do universal sem totalidade. Isso quer dizer que o ciberespaço não gera uma cultura universal só porque está em toda parte, mas principalmente porque implica o conjunto dos seres humanos.

Com relação ao universal e à totalidade, Lévy (1999, p.248), estabelece três grandes etapas da história: a das pequenas sociedades fechadas, de cultura essencialmente oral, que vivem uma totalidade sem universal, a das sociedades “civilizadas”, usuárias da escrita, que fizeram surgir um universal totalizante e, por último, a da cibercultura, que corresponde à globalização concreta das sociedades, que inventa um universal sem totalidade.

1.2.1 A relação intrínseca entre comunidades virtuais e cibercultura

Tanto as comunidades locais quanto as virtuais, de uma maneira geral, englobam o sentimento de pertencimento, territorialidade, que no caso do ciberespaço acontece em sentido simbólico, permanência, emergência de um interesse comum e existência de linguagens próprias.

Há quem pense que as comunidades locais e as virtuais podem ser consideradas opostas, mas, na verdade, são regidas praticamente pelos mesmos princípios. De fato, uma comunidade local depende muito mais de um espaço físico onde se estabeleçam as relações entre seus membros, mas, no caso das comunidades virtuais, esse espaço também existe, só que se dá em um ambiente diferente e muito mais simbólico, que é o ciberespaço.

Na visão de Sá (in PRADO, 2002, p.153), as comunidades virtuais possuem dois lados: um que serve como abrigo para o indivíduo que se refugia entre iguais e onde ele vai encontrar conforto, apoio emocional e afeto e outro, cujos agrupamentos são os novos espaços para o convívio com a diversidade e complexidade da vida social contemporânea.

Lévy (1999, p.127) expõe que existem três princípios que orientaram o crescimento inicial do ciberespaço: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. Segundo ele, na cibercultura, a conexão é sempre mais interessante que o isolamento, pois a criação de comunidades virtuais se desenvolve por meio das interconexões. “Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais”.

Castells (2002, p.442), por sua vez, acredita que comunidade virtual “é uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta”.

Vale dizer que comunidades virtuais representam uma multiplicação das possibilidades de fazer amizades, baseadas na convivência de pessoas que compartilham interesses e afinidades e ainda possibilita o ingresso indeterminado e indiscriminado de participantes, o que facilita o contato com a diversidade da vida social.

É importante salientar, também, que as comunidades virtuais se caracterizam pela não-presença e pela livre circulação do conhecimento que favorece a inteligência coletiva, já que em todo momento, em inúmeros lugares pelo mundo, as pessoas estão conectadas à Internet: lendo, observando, ouvindo ou produzindo informações verbais ou visuais.

No que tange à força que rege as relações estabelecidas por meio de contatos via Internet, pode-se dizer que são de laços fracos ou fortes. Castells (2002, p 445) explica que a rede é apropriada para a geração de laços fracos múltiplos, que são úteis no fornecimento de informações e abertura de novas oportunidades a baixo custo.

Existe muito temor a respeito do empobrecimento da vida social em função das relações efêmeras que se dão por meio do espaço digital, mas, na verdade, muitos pesquisadores afirmam que o uso mais regular da Internet leva a mais vínculos sociais.

(...) as pesquisas atuais indicam que os norte-americanos costumam ter mais de mil laços interpessoais. Só meia dúzia deles são íntimos e não mais que cinquenta são significativamente fortes. Contudo, reunidos, os outros mais de 950 laços são fontes importantes de informações, apoio, companheirismo e sensação de aconchego. A Internet favorece a expansão e a intensidade dessas centenas de laços fracos que geram uma camada fundamental de interação social para as pessoas que vivem num mundo tecnologicamente desenvolvido.

(CASTELLS, 2002, p.445).

É preciso que fique claro que as comunidades virtuais não são comunidades físicas e não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação destas comunidades. As comunidades virtuais são redes sociais interpessoais, baseadas, normalmente, em laços fracos, muito diversificadas e especializadas, capazes de gerar reciprocidade e apoio em função da interação que cria entre participantes.

Mas como afirmam Sá (in PRADO, 2002, p.156) e Castells (2002, p.442), existem vertentes críticas que acreditam que as relações sociais virtualizadas e desterritorializadas privam as pessoas de sua humanidade, já que os contatos virtuais jamais podem substituir as legítimas formas de relação presencial e emocional e que a vida *on-line* parece ser uma maneira fácil de fugir da vida real.

No entanto, deve-se levar em conta que a comunidade virtual não é irreal, ou seja, imaginária, é simplesmente “um coletivo mais ou menos permanente que se organiza por meio do novo correio eletrônico mundial”. (LÉVY, 1999, p.130).

Podemos, portanto, sustentar que as assim chamadas “comunidades virtuais” realizam de fato uma verdadeira atualização (no sentido da criação de um contato efetivo) de grupos humanos que eram apenas potenciais antes do surgimento do ciberespaço. A expressão “comunidade atual” seria, no fundo, muito mais adequada para descrever os fenômenos de comunicação coletiva no ciberespaço do que “comunidade virtual”.

(LÉVY, 1999, p.130)

Vale lembrar que por meio das comunidades virtuais pode-se manifestar a cibercultura e são, justamente, as comunidades virtuais as principais propiciadoras da criação de inteligências coletivas. Ainda há muitos obstáculos a serem superados, mas esse é um

panorama que pode vir a ser real, tendo em vista que não se trata de englobar a todos e na mesma medida.

Não se pretende, neste estudo, defender a supremacia de um ou outro modo de relacionamento entre as pessoas. Não se quer provar que o ciberespaço é o melhor ambiente de interação humana ou vice-versa. Na verdade, quer-se mostrar que esse é um novo modo de vida social e que gera muitas mudanças que não podem ser ignoradas. O panorama é recente e ainda se sabe pouco a respeito das potencialidades concretas das comunidades virtuais. Cabe a cada um fazer um exercício crítico e ponderar sobre a melhor forma de agir nesse ambiente digital ainda tão cheio de mistério.

1.2.2 Os laços sociais da era da informação

É de fundamental importância, nesta pesquisa, compreender como se dão os laços sociais, a fim de se entender melhor os vínculos que se criam nas comunidades virtuais. Para Lévy (1993, p.14), as novas técnicas de comunicação virtuais põem em novas bases os problemas do laço social. Na sua visão, as relações entre os homens, o trabalho e a própria inteligência dependem dessa “metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos” .

Segundo o autor (1993, p.11), “o atual curso dos acontecimentos converge para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as sociedades humanas”. Por isso, nenhuma reflexão séria sobre a cultura contemporânea pode ignorar a presença das mídias eletrônicas. Lévy segue a linha do engenheiro Douglas Engelbart, que sempre foi um participante ativo do debate sobre os usos sociais da informática, para quem os diversos agenciamentos de mídias, tecnologias intelectuais, linguagens e métodos de trabalho disponíveis em uma dada época condicionam fundamentalmente a maneira de pensar e funcionar em grupo vigente em uma sociedade.

Para que se entenda melhor essa situação, torna-se necessário remontar aos conceitos durkheimianos de solidariedade mecânica e solidariedade orgânica.

Para Durkheim, a solidariedade é um elemento importante na vida das pessoas. Segundo ele, é em torno da solidariedade que se formam os vínculos sociais, que

definem uma maior ou menor influência da consciência coletiva junto aos indivíduos. Ele define dois tipos principais de solidariedade: a solidariedade mecânica e a solidariedade orgânica.

Segundo Durkheim, a solidariedade mecânica se consolida quando são os elementos da consciência coletiva que determinam a conduta das pessoas. Assim, os indivíduos não agem em prol de seus próprios interesses, mas perseguem ideais coletivos.

Nessas condições, de fato, não somente todos os membros do grupo são individualmente atraídos uns pelos outros porque se assemelham, mas são ligados também pela condição de existência deste tipo de coletivo, ou seja, a sociedade que eles formam mediante sua reunião.

(DURKHEIM in RODRIGUES e FERNANDES, 2000, p.75).

As semelhanças são fundamentais nesse tipo de sociedade, pois é, justamente, o que garante sua coesão. O problema apresentado por esse tipo de solidariedade decorre do fato de que “onde os indivíduos são mera dependência do tipo coletivo, eles tornam-se naturalmente dependentes da autoridade central que o encarna” (op. cit, 2000, p.89).

Em contrapartida, na solidariedade orgânica, cada pessoa depende da sociedade, porque depende das partes que a compõem, não se caracterizando, dessa maneira, como uma massa. A sociedade caracterizada por essa solidariedade, “é um conjunto mais ou menos organizado de crenças e sentimentos comuns a todos os membros do grupo: é o tipo coletivo” (op. cit, 2000, p.82).

A solidariedade orgânica é fruto da divisão do trabalho. Enquanto a solidariedade mecânica implica que os indivíduos se assemelhem aquela supõe que eles se diferenciem uns dos outros. A solidariedade mecânica só é possível na medida em que a personalidade individual é absorvida pela personalidade coletiva. A solidariedade orgânica, no entanto, só é possível se cada um tiver uma esfera própria de ação e, conseqüentemente, uma personalidade.

Durkheim, portanto, vê que na solidariedade orgânica, “a individualidade do todo aumenta ao mesmo tempo que as partes; a sociedade se torna mais capaz de se mover em conjunto, ao mesmo tempo que cada um de seus elementos tem mais movimentos próprios” (op. cit, 2000, p.83). Na sua visão, a solidariedade mecânica se esvai progressivamente, enquanto a orgânica se torna preponderante.

Neste contexto é que Maffesoli (1987, p.112), partindo da teoria de Durkheim, postula que o estudo da cibercultura tem que partir de um conhecimento do homem, dos laços que os unem e da sua relação com o universo. Embora Durkheim

tenha sido um protagonista da primazia do papel da razão e do indivíduo na sociedade, ele não pode impedir-se de constatar, de fato, a importância do sentimento e da comunidade. Quer-me parecer que a distinção que Durkheim faz entre solidariedade mecânica e solidariedade orgânica, e sobretudo a aplicação que dela faz, não são mais pertinentes. Porém, é importante frisar que ele realmente é obnubilado por esta realidade que é a solidariedade (...) é certo que o problema do consenso pré-racional e pré-individualista é para ele uma base sobre a qual pode e vai se construir a sociedade. Daí a importância que ele atribui à consciência coletiva ou a esses momentos específicos (festas, ações comuns, comunidades) pelas quais tal ou qual sociedade vai nutrir 'o sentimento que ela tem de si mesma'.

Maffesoli reconhece a modernidade na estrutura mecânica, que tem uma organização econômica e política e forma grupos contratuais. Para ele, a pós-modernidade tem uma estrutura complexa ou orgânica, que funciona levando em conta a conduta da massa e se caracteriza por tribos afetivas. Sendo que massa é uma mistura paradoxal, como todas as coisas vivas, que se baseia na tensão do que é contraditório. Este autor (1985, p.100) acredita que o controle social tende a substituir a solidariedade orgânica por uma tecnocultura mundial e confessa estar "forçando" a interpretação durkheimiana sobretudo ao enxergar organicidade onde o sociólogo só vê uma solidariedade mecânica.

Em face do exposto acima, pode-se deduzir, com base em Durkheim, que na Era da Inteligência Interconectada, predomina uma solidariedade mais orgânica, pois cada um desempenha um papel específico para formar a grande rede. No entanto, não deixaria de ser mecânica, já que pode vir a formar uma consciência coletiva, embora conflitual. Em contrapartida, Maffesoli poderia ver na Internet a formação de uma sociedade tribal, que também ele denomina de orgânica e articula nos conceitos de "socialidade" e "sociabilidade":

A "socialidade" dá conta de elementos referentes ao cotidiano e aos agrupamentos contemporâneos (como as tribos urbanas), excluindo as avaliações sociais rígidas, que têm uma ordem incorporada mas não imposta, que exige controle externo, enquanto a "sociabilidade" é mais institucionalizada e formal.

Maffesoli afirma que a sociedade fundamenta-se em uma relação contratual racional, enquanto a comunidade baseia-se no afeto, na paixão partilhada, na subjetividade. Desta forma, fica evidente que é na comunidade que se manifesta a socialidade. O grupo, para Maffesoli, é mais do que reunião de indivíduos. É formado por uma comunidade de idéias,

com preocupações impessoais e estabilidade da estrutura, formando as comunidades orgânicas, como a família, os amigos, a religião.

Socialidade, na visão de Maffesoli (1987, p.108) “é uma experiência coletiva, refere-se à apreensão do processo e expressa a solidariedade de base tangível e cotidiana (...), levando-se em conta o elemento simbólico necessário à mediação entre o real e a sua representação”.

A socialidade, portanto, leva em conta a experiência do “estar junto” que é um elemento efêmero que rege as tribos contemporâneas, pois ao contrário do tribalismo clássico, que tinha estabilidade, o neotribalismo é caracterizado pela “fluidez, pelos ajustamentos pontuais e pela dispersão”. Este “estar junto” consiste na espontaneidade vital que assegura a uma cultura sua força e sua solidez específicas.

Maffesoli também faz a distinção da socialidade com o social. Na socialidade, a pessoa (persona) representa papéis tanto na atividade profissional quanto nas diferentes tribos de que participa. Já no social, o indivíduo pode ter uma função na sociedade e funcionar no âmbito de um partido, de um grupo estável.

A socialidade é, pois, um indício do novo espírito do tempo. A base é a situação face a face, pelo contato, pela percepção, pelo olhar, ultrapassando a categoria do individualismo.

Em vista disso, as comunidades virtuais se caracterizam por relações informais, pela subjetividade, manifestando-se nela a socialidade, cuja representação atual são as tribos contemporâneas, que têm laços efêmeros mas nem por isso menos importantes.

1.2.3 A geração de rede criada na era da inteligência interconectada

O termo “geração de rede” está cada vez mais em voga no meio científico e social e, segundo Cebrián (1999, p.27), compreende as pessoas que chegam à maioridade na Era Digital e participam ativamente da Internet. O autor ainda comenta que muitos desses jovens ainda nem têm acesso à rede, mas apresentam grande desenvoltura com os meios digitais, que podem se dar por meio de jogos. “Essa geração é excepcionalmente curiosa,

independente, desafiadora, inteligente, motivada, capaz de adaptar-se, dotada de grande amor-próprio e possuidora de uma orientação global”.

A chamada “geração de rede” pode apresentar todas as qualidades citadas por Cebrián, mas é interessante refletir, no entanto, se todos os que fazem parte dessa geração têm tal espírito de independência e criticidade. Além disso, é preciso lembrar que as gerações anteriores também apresentam muitas dessas qualidades e foram responsáveis por grandes mudanças políticas, culturais, sociais, entre outras.

Também é preciso defender o espírito crítico criado pelo conhecimento teórico e científico, que nem sempre se dá pela Internet. Assim mesmo, é inegável que o ciberespaço permite uma liberdade de expressões do pensamento mais ampla, ou seja, acessível para mais pessoas. A “geração de rede” tem mais chances de expor suas idéias, mas qual será o conteúdo dessa manifestação?

A idéia da problematização feita acima não é negar as potencialidades da nova “geração de rede”, porém quer fazer refletir sobre seu enaltecimento. É certo que o uso cada vez mais comum da Internet poderá permitir uma maior liberdade de expressão, mas isso não significa que a nova geração terá mais consciência e preocupação com o restante do mundo.

Negroponte (2002, p.219) afirma que se deve estar atento às mudanças, pois não se está esperando por qualquer invenção. Segundo o autor, ela está aí, agora e é quase genética em sua natureza, já que cada nova geração é mais digital que a precedente.

Cebrián (1999, p.17) acredita que esta é a Era da Inteligência Interconectada. Ele afirma que não se trata simplesmente da interconexão de tecnologias, mas da interface de seres humanos pela tecnologia. Não é, segundo o autor, uma era de máquinas inteligentes, mas de seres humanos que pelas redes combinam sua inteligência, conhecimento e criatividade para se desenvolver.

É preciso concordar com o autor citado acima, já que a Internet permite uma ampliação significativa de conexões entre seres humanos, interligando, assim, sua inteligência. O termo “Era da Inteligência Interconectada” é uma denominação da fase atual, porém não significa que toda forma de conhecimento de dê assim ou que todos se utilizam da Internet para crescer em comunhão com os outros.

O ideal da cibercultura, na Era da Inteligência Interconectada, é fazer desaparecer as hierarquias culturais e sociais e criar uma cultura, uma linguagem e uma consciência coletiva comum entre as pessoas, que, muitas vezes, estão distantes fisicamente e que possuem experiências, históricos e preocupações também diferentes. Mas será que isso

realmente irá acontecer? Acredita-se que sim. No entanto, deve-se ter em mente que não irá abranger a todos. Comunidades virtuais poderão se desenvolver com tal propósito, porém, outras, serão bastante superficiais e banais. A Internet pode oferecer ferramentas para o desenvolvimento de tais ideais, mas não tem como mudar a natureza humana.

1.2.4 A influência da cibercultura no modo de vida das pessoas

A vida das pessoas pode sofrer grandes mudanças com as novas tecnologias. São muitas as atividades desenvolvidas utilizando-se da rede de computadores. Um exemplo disso é que as escolas primárias, secundárias e as universidades estão oferecendo, cada vez mais, a possibilidade de se navegar pela Internet, por meio de programas educativos que podem ser seguidos à distância na *Web*, como dispositivos de aprendizagem cooperativa.

Os suportes hipermídia como CD-ROM e bancos de dados multimídia interativos *on-line*, permitem acessos rápidos a grandes conjuntos de informações. Também encontram-se à disposição dos estudantes, diversos sistemas de simulação que lhes permitem familiarizarem-se com a prática de fenômenos complexos.

É uma nova situação que a escola tem que enfrentar, produzindo uma mudança qualitativa do processo de aprendizagem. Não se trata de transferir cursos clássicos para formatos hipermídia interativos ou acabar com a distância, mas estabelecer novos paradigmas de aquisição de conhecimentos e de construção do saber. “A direção mais promissora, que por sinal traduz a perspectiva da inteligência coletiva no domínio educativo, é a da aprendizagem cooperativa”. (LÉVY, 1999, p.170).

Lévy (1999, p.171) afirma que o papel do professor também muda, já que torna-se um animador da inteligência coletiva dos grupos. Por sua vez, os pesquisadores estão organizados em campos específicos de pesquisa, além de estarem organizados em redes de pesquisadores que interagem por meio de publicações, conferências, seminários e associações acadêmicas. Dessa forma, os cientistas trocam informações em suas comunidades virtuais.

Outro exemplo da influência da cibercultura na vida das pessoas pode ser percebido nos jogos coletivos desenvolvidos na Internet, como é o caso do RPG (*Role-*

Playing Games) em rede. Um dos pioneiros nesse gênero foi o game *Ultima Online*, que deu aos jogadores a possibilidade de maior autonomia e controle do ambiente e da narrativa lúdica, além de fortalecer o vínculo entre os participantes.

McLuhan (apud PETITINGA, 10 mai 2004) dizia que os jogos, como qualquer meio de comunicação de massa, eram “situações arbitradas que permitem a participação simultânea de muita gente em determinada estrutura de sua própria vida corporativa ou social”.

Assim, a comunicação também está presente nos jogos para computador, que não devem ser considerados apenas entretenimento, mas devem ser vistos como formadores de um ambiente cultural, pois é possível fazer um retrato da cultura contemporânea por meio dessas atividades lúdicas compartilhadas por milhares de pessoas ao redor do mundo.

Além dos jogos, a napsterização, que consiste em compartilhar dados com os outros, também é uma forma de lazer e troca de informações. É uma atividade moderna que criou uma comunidade mundial de usuários que trocam arquivos de música, foto, vídeo, cinema, sem a pretensão de ganhar dinheiro com essa atividade.

Vale lembrar que esse é o espírito da Internet. A napsterização da rede revela a essência do ciberespaço, ou seja, computadores abertos compartilhando informações entre eles. “Saímos definitivamente do modelo centralizado da era industrial para o modelo rizomático da cibercultura. E o *Napster* é apenas a ponta do *iceberg*”. (LE MOS in PRADO, 2002, p.120).

A comunicação virtual também se realiza, muitas vezes, por meio de *chats*, que são fóruns que acontecem em tempo real e onde se discutem assuntos variados entre diferentes usuários conectados à Internet.

As listas de discussão constituem, assim como os *chats*, outras formas de comunicação e agrupamento social propiciadas pela Internet. “Apoiada numa das ferramentas mais populares e amigáveis — o correio eletrônico — ela se constitui pela troca de mensagens assíncronas entre participantes”.

No cotidiano de utilização da lista, percebe-se a diversidade de práticas e interesses: alguns participantes são extremamente ativos, respondem a todas as mensagens, ocupando-se por horas desta correspondência; outros são mais discretos e silenciosos; alguns são especialistas no assunto principal da lista outros são leigos, que querem tomar o primeiro contato com o tema; alguns participam por poucos dias e desinteressam -se; outros mantêm-se ligados por meses ou mais de anos, criando laços de sociabilidade extremamente fortes que podem se

desdobrar em encontros “reais”. Além disto, alguns fazem questão de se identificarem; outros preferem desfrutar da garantia do anonimato permitida pela rede, utilizando-se de nomes fictícios e explorando o espectro de possibilidades de descolamento das imagens corporais de status social que regem o comportamento social na “vida real”.

(SÁ in PRADO, 2002, p.155).

Hoje, com a onipresença do computador e as vantagens do *e-mail* são inúmeras. Seu uso vertiginoso é a prova disso. “Além dos benefícios digitais, o correio eletrônico é um meio mais dialógico. Se não chega a ser um diálogo falado, decerto está bem mais próximo da fala do que da escrita”, afirma Negroponte (2002, p.181).

Dizard (2000, p.28) confirma que os recursos mais utilizados na Internet são os serviços de informações e notícias e o *e-mail*. As salas de bate-papo, segundo o autor, também são bastante populares.

Pesquisas indicam que, em 1999, os assinantes da AOL gastaram 45 milhões de horas batendo papo eletronicamente. O significado desses números para as organizações de mídias clássicas é que eles representam o tempo que não foi gasto com a TV, os jornais impressos ou o cinema.

(DIZARD, 2000, p.28).

A conferência eletrônica é um sistema ainda mais complexo que o correio eletrônico, já que permite que grupos de pessoas discutam, em conjunto, temas específicos.

As redes de redes, como a Internet, permitem o acesso a um número enorme de conferências eletrônicas. As conferências eletrônicas específicas da Internet são chamadas “*newsgroups*” ou “*news*”. Ao dar uma visibilidade a estes grupos de discussão, que são feitos e desfeitos o tempo todo, o ciberespaço torna-se uma forma de contatar pessoas não mais em função de seu nome ou de sua posição geográfica, mas a partir de seus centros de interesses.

(LÉVY, 1999, p.100).

Todas essas atividades podem sofrer a ação de vírus digitais, que segundo Marcondes Filho (in PRADO, 2002, p.124) são uma verdadeira ruptura da objetividade e da racionalidade aspirada pela tecnologia. Para o autor, eles geram o caos, que é inimigo do determinismo. Lembrando Baudrillard, ele diz que os vírus são uma expressão de uma improvisação social que tenta escapar ao desastre total e ao crime perfeito.

A situação de caos que acontece no ciberespaço nada mais é que o reflexo da própria realidade. Sendo assim, a Internet só conseguirá sobreviver se souber conviver com os vírus e com o *hacking*, pois ambos são formas de interferência no ambiente digital.

Qualquer que seja o uso da Internet, o certo é que, de uma forma ou de outra, interfere de maneira profunda na vida das pessoas, criando, cada vez mais, condições para que as informações circulem livremente.

1.3 A Interatividade e a Crítica Invocam a Participação do Receptor

Interação tem a ver com participação e com engajamento em ações e é, hoje em dia, uma palavra-chave no mundo virtual. Essa interação digital é um tipo de relação tecno-social, que acontece não só em termos de objeto (computador ou ferramenta), mas também de informação (conteúdo). Assim, o computador não deve mais ser visto apenas como um instrumento de produção de textos, sons ou imagens, pois há que se considerar todo o seu potencial interativo.

Para Cebrián (1999, p.52), o objetivo das infovias, formadas por redes nacionais e internacionais de trocas de informações entre pessoas por meio de computadores, é a combinação da informática com o sistema de telecomunicações e os grandes bancos de dados ou meios de informação, mas seu impacto social só existe porque todo o sistema é baseado na interatividade.

Cebrián (1999, p.51) acredita que a interatividade

(...) recupera para o indivíduo a possibilidade do diálogo, devolve-o, assim, à sua própria condição ética e o situa novamente no centro da Criação. Encontramo-nos diante de determinadas redes de transmissão que funcionam de maneira informal e não necessariamente hierarquizada, nas quais os consumidores da informação são, com frequência, seus próprios provedores e emissores. Naturalmente, já havia uma grande interatividade nas relações sociais e individuais, e algumas descobertas técnicas antigas, como o telefone, contribuíram enormemente para a sua potencialização.

Outro autor que estuda a interatividade é Thompson (1998, p.7), que propõe uma análise sociológica da mídia em função das interações que cria entre os indivíduos. Ele classifica as interações em face a face, mediada e quase-mediada.

Thompson (1998, p.78) acredita que a interação face a face acontece em um contexto de co-presença, ou seja, os agentes da comunicação partilham de um mesmo

espaço-tempo. Ela é dialógica, pois, receptores se tornam emissores e vice-versa e os participantes empregam uma multiplicidade de deixas simbólicas para transmitir mensagens e interpretar as que recebem (gestos, entonação, etc.).

As interações mediadas são, por exemplo, cartas e conversas telefônicas e implicam, por sua vez, o uso de um meio técnico como papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc., que permitem que as informações sejam transmitidas a indivíduos em espaços e tempos distintos. Uma vez que os participantes da interação mediada não compartilham o mesmo referencial de espaço e de tempo, é necessário que sejam usadas informações contextuais, como, por exemplo, localização, data, identificação.

A comunicação de massa, para Thompson (2002, p.27), é responsável pelo corte entre a produção e a recepção de formas simbólicas, tornando possível a interação quase-mediada. É interação porque envolve comunicação entre as pessoas, mas é quase-interação uma vez que o fluxo de comunicação é em mão única e os modos de respostas dos receptores são muito limitados.

Lévy (1999, p.63) também propõe a distinção de três categorias de dispositivos comunicacionais, que são: um-todos, um-um e todos-todos. As mídias massivas são estruturadas pelo princípio um-todos, pois possuem um centro emissor que envia suas mensagens a um número imenso de receptores. Já o correio ou o telefone podem ser considerados como parte da categoria um-um, uma vez que organizam relações recíprocas entre interlocutores. Em compensação, o ciberespaço permite o desenvolvimento do dispositivo todos-todos, porque os participantes enviam mensagens que podem ser lidas por todos os outros membros da comunidade, e às quais cada um deles pode responder. “As realidades virtuais compartilhadas, que podem fazer comunicar milhares ou mesmo milhões de pessoas, devem ser consideradas como dispositivos de comunicação “todos-todos”, típicos da cibercultura”. (LÉVY, 1999, p.105).

Hoje, as mensagens devem ser recebidas e interpretadas de forma crítica, possibilitando a interação com a mensagem e com o seu autor, propondo a mudança de posição do receptor para autor da mensagem. Isso acontece porque a revolução causada pelo crescimento da interatividade no ciberespaço gera uma série de mudanças no modo de produzir e transmitir informações, o que torna ainda mais complexa a comunicação entre as pessoas, abalando a estrutura centralizadora dos meios de comunicação tradicionais.

Segundo Bulik (2002), atualmente, a Internet poderia ser considerada como meio frio em relação às mídias tradicionais, conforme a teoria de McLuhan (1979, p.40).

Conclui-se dessa conceituação que a forma quente exclui e a fria inclui. Quer dizer, inclui a participação do intérprete ou receptor. Nesse particular, consideramos que não seria demais operar a aproximação entre este conceito e o de obra aberta estabelecido por Umberto Eco, embora este último se aplique mais a mensagens enquanto McLuhan fala em meios... (...)

(BULIK, 2002).

1.3.1 No espaço virtual, a obra é sempre resultado de co-criação

Nas mídias tradicionais, termos como produtor/consumidor, enunciador/espectador, emissor/receptor, autor/leitor, criador/usuários, em síntese, denominam as duas posições assumidas pelos pólos da comunicação e são bem definidos em relação a seus papéis. No entanto, no espaço virtual, tais termos não são considerados opostos, mas complementares, pois a concretização da obra, em seu sentido mais amplo, só se dá quando emissor/receptor, autor/leitor, confundem-se em suas atribuições.

Mattelart (1999, p.146) diz que Sartre, em 1947, já defendia que o esforço conjugado entre autor e leitor faria surgir uma obra do espírito, ou seja, uma obra seria o resultado da ação dos agentes dessa comunicação. O autor ainda comenta que Eco ligava o papel co-criador do leitor e do receptor à própria transformação da literatura e da arte, que se fundamentam em sua ambigüidade, oferecendo, assim, obras abertas à multiplicidade de significações.

Isso confirma a visão de Bakhtin (in PLAZA, 6 fev 2004) para quem a primeira condição de intertextualidade é que as obras se dêem por inacabadas, isto é, que permitam e possam ser prosseguidas.

Antoníni (6 fev 2004) mostra que Eco propõe que a relação entre obra e leitor seja não só a de uma semiose livre, mas também a de uma construção *in aberto*. “Toda mensagem é ambígua e necessita de um leitor que a produza e a delimite enquanto universo de interpretação”.

Com o novo tipo de interatividade, possível por meio do computador, novas relações surgem e o leitor passa a ter uma função capital, pois sem ele a obra se reduz à mera potencialidade. “O leitor é, então, um operador das multiplicidades e deve proceder de uma forma descontínua e multilinear” (LEÃO, 2001, p.45).

Uma das grandes diferenças entre os meios de comunicação mais conhecidos e as novas mídias, em especial a Internet, traduz-se, basicamente pela noção de que no ciberespaço todas as mensagens se tornam interativas, pois podem ser modificadas inteira e imediatamente. Assim, cada indivíduo tem a chance de dispensar todo tipo de intermediários e divulgar seus pensamentos, emoções, sonhos, seja como for.

Machado (in PRADO, 2002, p.91) também comenta que, no ambiente virtual, a narrativa não pode mais ser definida a priori, já que pode ser alterada, re-disposta e destruída por esse mega-personagem que é o usuário imerso e ativo, ou seja, o interator.

Também na visão de Lévy (1996, p.43), o suporte digital permite novos tipos de leituras e escritas coletivas. Nota-se, assim, uma grande variação entre a leitura individual de um texto e a navegação em redes digitais, onde as pessoas anotam, aumentam, conectam os textos uns aos outros por meio de ligações hipertextuais. Desta forma, os leitores podem não apenas modificar os links, mas acrescentar ou modificar nós, conectar um hiperdocumento a outro e transformar em um único documento dois hipertextos que antes eram separados.

É interessante notar que a tecnologia é criada e aperfeiçoada à medida que seu usuário vai adaptando sua utilização às suas necessidades. Assim, o sistema de transmissão via Internet está em franca expansão no mundo, mas seus recursos ainda não foram totalmente explorados. Os padrões e procedimentos da Internet estão sendo ajustados, na medida em que os usuários fazem uso dos seus potenciais interativos, criando uma linguagem própria.

Nos seus primórdios, a informática era tida como uma ferramenta de automatizar cálculos e não, necessariamente, como tecnologia intelectual. Hoje já é amplamente aceito que a maior parte dos programas desempenha um papel de tecnologias intelectuais, pois reorganizam a visão de mundo de seus usuários e também modificam seus reflexos mentais.

Desta forma, pode-se dizer que o computador é um dos dispositivos técnicos pelos quais as pessoas percebem o mundo. “(...) hoje em dia, pois, cada vez mais concebemos o social, os seres vivos ou os processos cognitivos através de uma matriz de leitura informática”. (LÉVY, 1993, p.15).

Nesse processo de co-criação é preciso estabelecer a sua relação com a responsabilidade nos “interlocutores” do processo de comunicação e, para isso é preciso agir criativamente. Para explicitar melhor tal pensamento, faz-se necessário entender o significado de responsabilidade.

Para Sodré (2002, p.214), a determinação do bem e do justo depende da responsabilidade que se tem consigo e com os outros. A responsabilidade é, assim, uma capacidade ética de escolha. Mas já que o ato de escolher supõe o de abandonar, Cebrián (1999, p.56) diz que a escolha nem sempre representa um momento feliz e, muitas vezes, chega a causar angústias.

Na visão de Cebrián (1999, p.9), os efeitos positivos dos novos meios e das tecnologias da informação podem ser ampliados e os efeitos negativos diminuídos, caso seja efetivada uma democracia participativa na rede, baseada na responsabilidade, na consciência, no exercício de direitos e deveres e na capacitação das pessoas, ou seja, a responsabilidade se caracteriza como uma atitude de liberdade.

Cebrián (1999, p.147) também afirma que lançam sobre a Internet suspeitas de que ela contribui para o caos em função do desaparecimento das hierarquias aparentes e da autonomia de seu crescimento. Mas esse “caos” deve ser visto como algo inovador, pois constitui-se em um avanço no exercício da liberdade pessoal.

Em relação ao ato de criação de linguagem, pode-se dizer que, por interagir com as informações e com seus autores, cada pessoa torna-se um produtor em potencial, que coloca em prática a criatividade. É comum que as pessoas, de uma forma geral, acreditem que a criatividade pertence ao mundo da arte e que, portanto, é uma questão de talento. Esse conceito é muito conveniente, já que livra as pessoas da necessidade de fazer qualquer coisa para gerar a criatividade.

De acordo com Sakamoto (2000, p.52), “a criatividade é a expressão de um potencial humano de realização, que se manifesta através das atividades humanas e gera produtos na ocorrência de seu processo”. Pode-se dizer, assim, que, por meio da criatividade, o ser humano realiza a construção de seu destino e do próprio mundo.

Vale ressaltar as palavras de Sakamoto (2000, p.52):

Devemos acrescentar a isto, que através da atividade criativa, os seres humanos alcançam uma consciência sobre suas potencialidades, desvendam a condição genuína de sua liberdade pessoal e edificam sua autonomia, uma vez que através da criatividade, o homem existe e evolui, se expressa e modela parcelas de realidade do universo das infinitas possibilidades humanas.

Na concepção do analista inglês Winnicott (LINS, 18 mai 2003), a criatividade tem a ver com atitude pessoal frente às situações cotidianas, que estão diretamente ligadas a uma forma básica de viver. Ainda de acordo com ele, a essência da

criatividade consiste no processo de destruição e recriação dos objetos, sendo impossível ser original sem se apoiar sobre a tradição.

Tendo em vista a possibilidade de maior interação entre homens e conteúdos veiculados por meio da Internet, é possível dizer que cada vez mais as pessoas terão responsabilidades de pensar criticamente, agir criativamente e reagir às informações a que estão expostas na rede. Mas é preciso reconhecer que sua manifestação nem sempre se traduz nas melhores seleções, interpretações e usos do material midiático.

A atitude mais sábia a respeito desse assunto é investir de forma continuada na formação dos cidadãos. Somente assim as pessoas poderão enfrentar, com serenidade e otimismo, seu destino imediato como navegantes do ciberespaço.

Só seremos verdadeiramente eficientes se formos capazes de empregar as novas tecnologias não para implantar a ideologia dominante, mas para dar vida a sua contestação; não para ratificar egocentricamente nosso conceito de vida e das coisas, mas para que nos questionemos acerca da viabilidade de um planeta que, em nome do progresso, é capaz de aumentar as quase ilimitadas diferenças econômicas, culturais e sociais dos que nele habitam.

(CEBRIÁN, 1999, p.131).

1.3.2 A perfeita interação depende de uma posição crítica

Além da interatividade, as mídias também admitem a crítica. Marcondes Filho (in PRADO, 2002, p.17) diz que “a crítica é um sintoma de sobrevivência, um sinal de que ainda há algo de vivo no sistema. A insubordinação, a ousadia, o atrevimento são sistemas de crítica, são demonstrações de que nem tudo está reduzido à zeragem maquínica e informática”.

E em que consistem hoje as formas de crítica às atividades mediáticas? Em nada diferente do que sempre consistiram as críticas à dominação, às manobras de manipulação, aos processos de auto-imposição de verdades. Só que essa crítica só tem espaço se consegue refutar a velha crítica, a crítica apoiada dos valores unidimensionais da razão teológica, idealista e racionalista, ou seja, a crítica com aspiração ao monopólio da razão.

(MARCONDES FILHO in PRADO, 2002, p.17).

Assim, Marcondes Filho (in PRADO, 2002, p.17) expõe que é preciso utilizar-se de uma crítica que seja dual, paradoxal. “Não há possibilidade de crítica hoje a não ser uma crítica da própria estrutura do pensamento”. Na sua opinião, a velha crítica sempre aspirava se sobrepor como poder, eliminando a oposição.

Hoje, a crítica não deve apenas debater o meio e seus processos, mas analisar, comentar e interpretar seus produtos específicos, relacionados à sua formulação, seus objetivos e suas incidências sobre o público usuário. O bom desenvolvimento desse sistema crítico-interpretativo é essencial para agir positivamente sobre o sistema de produção, induzindo qualidade e fornecendo bases para que o usuário faça uma melhor seleção, interpretação e edição dos produtos com que se defronta.

Essas competências geram o desenvolvimento de uma autonomia interpretativa no usuário. Segundo Braga (in PRADO, 2002, p.36), não seria uma questão de ensinar o usuário a se defender da mídia ou mostrar-lhe como deve interpretar os produtos de mídia, mas, por meio de um bom subsistema crítico, estimular uma cultura de opções pessoais e de grupos que ajude os usuários a fazerem suas próprias críticas.

Thompson (2002, p.37) diz que “no curso da recepção das mensagens da mídia, e procurando compreendê-las, responder a elas e partilhá-las com outros, as pessoas reformulam os limites de suas experiências e revisam sua compreensão do mundo e de si mesmas”. Dessa forma, essas pessoas não estão absorvendo passivamente o que lhes é apresentado, mas se engajam criticamente em um processo contínuo de autoformação e autocompreensão.

Eco (1984, p. 171) tem um ponto de vista semelhante ao de Thompson, pois já dizia que “o universo dos meios de comunicação de massa está repleto de interpretações discordantes (...) As mensagens partem da fonte e chegam a situações sociológicas diferenciadas, onde agem códigos diferentes”. Com relação a esse aspecto, pode-se buscar na semiologia uma explicação, já que, segundo Barthes (1972, p.141), um significado (conceito) por ter vários significantes (sentidos).

Assim, Eco (1984, p.174) defende a recepção crítica. “Estou propondo uma ação para impelir o público a controlar a mensagem e suas múltiplas possibilidades de interpretação”. A sua teoria utiliza o princípio de que isso é possível, já que cada um tem uma vivência e, sendo assim, muda a maneira de interpretar o código. “Uma vez que quem recebe a mensagem parece ter um resto de liberdade: a de lê-la de modo diferente”. (ECO, 1984, p.168).

Ainda sobre esse assunto, Alves (2000, p.21) comenta que Maffesoli acredita que a teoria da alienação é ingênua e dogmática, pois essa teoria vê o povo como sujeito histórico sempre enganado. A autora explica que no jornalismo, quando uma notícia é veiculada, seus responsáveis (redatores, editores, etc.) contam com a repercussão pública. Apesar da maioria das pessoas se manter silenciosa, isso não significa passividade e nem que não foram afetados pela informação. “Esta fica guardada para que ele possa fazer uso dela quando lhe interessar, sem se desgastar por antecedência, portanto, a passividade do leitor é simplesmente aparente”.

Observando atentamente a posição dos autores, nota-se que todos defendem uma recepção crítica dos meios de comunicação. Com as possibilidades de interação por meio dos computadores, amplia-se a noção de crítica, pois não se trata somente de recepção, mas da co-criação da mensagem, que pode, assim, criar pólos de emissão e recepção que se enfrentam continuamente.

1.4 A Curta História da Internet

A história da Internet começou, em 1970, com a ARPANET, rede projetada pela Agência de Projetos de Pesquisa do Departamento de Defesa dos EUA que tinha como principal objetivo a criação de um sistema de transmissão de informações militares estratégicas que resistisse a ataques nucleares durante a Guerra Fria. Esse sistema permitia a conexão entre as universidades e o Ministério de Defesa, tanto em tempos pacíficos quanto em caso de incidentes bélicos, pois o caráter descentralizado do procedimento garantia a manutenção da comunicação.

O resultado disso, na visão de Castells (2002, p.44), foi uma arquitetura de rede que não pode ser controlada por nenhum centro e é composta por milhares de redes de computadores autônomos. A ARPANET se tornou “a base de uma rede de comunicação horizontal global composta de milhares de redes de computadores (cujo número de usuário superou trezentos milhões em 1996, e em expansão veloz)”.

Seu sistema de tecnologia de comutação de pacotes tornou a rede independente de centros de comando e controle e deu a ela seu maior ponto forte: sua impossível destruição.

No desenvolvimento deste sistema (...) podemos identificar dois impulsos decisivos, ainda que contraditórios. Por um lado, a instituição militar e suas estratégias de defesa; por outro, a contracultura computacional utópica e libertária, que floresce na Califórnia, no Vale do Silício, tendo como atores jovens interessados nesta nova tecnologia de comunicação e inseridos num processo de inovação constante cujas descobertas são divulgadas gratuitamente, impulsionando o desenvolvimento do computador pessoal como ferramenta amigável, a ser utilizada por pessoas sem domínios formais do universo da programação - *the computer for the rest of us*, segundo o slogan da Apple para o Macintosh.

(SÁ in PRADO, 2002, p.150).

Para Castells (2002, p.82), a criação e o desenvolvimento da Internet deu início à Era da Informação em grande escala. “A universalidade da linguagem digital e a pura lógica das redes do sistema de comunicação geraram as condições tecnológicas para a comunicação global horizontal”.

A ARPANET, segundo Castells (2002, p.83), tornou-se obsoleta depois de mais de 20 anos de serviços, tendo encerrado suas atividades em 28 de fevereiro de 1990. Segundo o autor, a espinha dorsal passou a ser a NSFNET, operada pela *National Science Foundation*. Mas as pressões comerciais e o crescimento de redes de empresas privadas e de redes cooperativas sem fins lucrativos ajudaram a acabar com a empresa governamental NSFNET, em 1995, renunciando a privatização total da Internet.

Assim, ao ser privatizada, a Internet não contava mais com nenhuma autoridade supervisora. Foram instituições e mecanismos improvisados, criados durante o desenvolvimento da Internet que, segundo Castells (2002, p.83), assumiram a “responsabilidade informal pela coordenação das configurações técnicas e pela corretagem de contratos de atribuição de endereços da Internet”.

Na década de 1970, a ARPANET usava links de 56.000 bits por segundo. Por volta de 1987, as linhas das redes transmitiam 1,5 milhão de bits por segundo. Por volta de 1992, a NSFNET, espinha dorsal da Internet, operava com velocidade de transmissão de 45 milhões de bits por segundo, capacidade suficiente para enviar 5.000 mensagens por segundo. Em 1995, a tecnologia de transmissão em gigabits estava no estágio prototípico, com capacidade equivalente à transmissão da Biblioteca do Congresso dos EUA em um minuto.

(CASTELLS, 2002, p.84).

Castells (2002, p.86) diz que “muitas das aplicações da Internet tiveram origem em invenções inesperadas de seus usuários pioneiros, e levaram a costumes e a uma trajetória tecnológica que se tornariam características essenciais da Internet”. Na época da ARPANET, o auge era a possibilidade de partilha de tempo por meio da computação remota, mas, na verdade, os usuários não estavam preocupados com tanta potência computacional. O que realmente provocou a atenção das pessoas foi a comunicação por correio eletrônico, “aplicativo criado por Ray Tomlinson na BBN que continua sendo o uso mais popular da comunicação entre computadores em todo o mundo”.

A capacidade da redes das redes é tal, segundo Castells (2002, p.439), que uma boa parte das comunicações que possibilita é, em geral, espontânea, não-organizada e diversificada em finalidade e adesão, sendo que quanto maior é a diversidade de mensagens e de participantes, mais rica se torna em termos de massa crítica e, portanto, mais alto se torna o seu valor.

A coexistência pacífica de vários interesses e culturas na rede tomou a forma da *World Wide Web* – WWW (Rede de Alcance Mundial), uma rede flexível formada por redes dentro da Internet onde instituições, empresas, associações e pessoas físicas criam os próprios sítios (*sites*), que servem de base para que todos os indivíduos com acesso possam produzir sua homepage, feita de colagens variadas de textos e imagens. A Web propiciava agrupamentos de interesses e projetos na Rede, superando a busca caótica e demorada da Internet pré-WWW. Com base nesses agrupamentos, pessoas físicas e organizações eram capazes de interagir de forma expressiva no que se tornou, literalmente, uma Teia de Alcance Mundial para comunicação individualizada, interativa.

(CASTELLS, 2002, p.439).

Na opinião de Cebrián (1999, p.40), a Internet só atinge tal âmbito em função de sua combinação com redes informacionais internas de inúmeras empresas, clubes, cooperativas, etc. “É a soma da Internet e da Intranet - esse é o nome dessa rede interna - o que converte o fenômeno em algo explosivo e revolucionário, ao combinar todas as formas de comunicação possíveis entre indivíduos e grupos de pessoas distantes”.

Santaella (in PRADO, 2002, p.54) acredita que o uso da Internet começou a se cristalizar em duas aplicações comerciais fundamentais, ou seja, o comércio eletrônico e os portais ou serviços de viagens pelo ciberespaço. No primeiro caso, a autora diz que seu sucesso veio do bom proveito que esse comércio soube extrair da interatividade do meio, já que permite conhecer melhor o perfil dos usuários. Os portais, por sua vez, ajudam a ordenar o ciberespaço, ou seja, põem ordem no caos de milhares de *websites*, “transformando a Internet em um campo manejável de familiaridade entre consumidores e investidores”.

Dizard (2000, p.24) recorda que até o fim dos anos 1980, a Internet não era mais que “um obscuro brinquedo tecnológico usado basicamente por pequenos grupos de fanáticos por computadores”. Mas, de lá para cá, ela se transformou na rede de computadores que mais cresce no mundo todo.

Não é possível afirmar, como diz Negroponte (2002, p.173) quantos usuários navegam na Internet, pois ela é uma rede das redes. Moherdau (2002, p.9) também comenta que não há como informar um número exato de usuários, já que não se sabe se uma mesma pessoa entrou em cinco portais diferentes e foi contabilizada como cinco pessoas. “Esse tipo de cálculo pode causar tremenda distorção no número de leitores e dificulta o levantamento de uma amostragem mais precisa para fazer estudos na rede”.

Castells (2002, p.431), por sua vez, informa que fontes recolhidas por Vinton Cerf, em junho de 1999, mostravam que a Internet conectava cerca de 63 milhões de computadores-servidores, 950 milhões de terminais telefônicos, 5 milhões de domínios do nível 2, 3,6 milhões de sítios da web, e era usada por 179 milhões de pessoas em mais de 200 países. Mas, na opinião de Castells (2002, p.431), havia mais de 700 milhões de usuários conectados à rede até meados de 2001.

Eis a comparação desse dado com o tamanho da Internet nos estágios iniciais de desenvolvimentos: em 1973, havia 25 computadores conectados à rede; ao longo dos anos 70, a Internet funcionava com apenas 256 computadores; no início da década de 1980, após aperfeiçoamentos significativos, ainda era restrita a cerca de 25 redes com somente algumas centenas de computadores primários e alguns milhares de usuários.

(CASTELLS, 2002, p.431).

Embora, no Brasil, a Internet comercial só tivesse início em 1995, hoje é uma realidade incontestável. É difícil fazer um cálculo, mesmo que aproximado, sobre o número de usuários dessa rede. O que se pode deduzir é que, apesar do Brasil ser um país periférico, mais e mais pessoas estão se engajando nesse sistema, seja com computadores pessoais, seja com o uso coletivo em empresas, escolas, cibercafés, etc.

A curta história da Internet mostra que o número de usuários cresce enormemente a cada dia, que o volume de informações é incessante e que suas possibilidades são inúmeras, inclusive no que se refere à inteligência coletiva possível por meio de comunidades virtuais. Mas será que todos farão parte de uma inteligência coletiva? A resposta mais provável é não. Seria completamente ilusório imaginar que a humanidade mudaria sua essência em função dos avanços tecnológicos e, por isso, nem todos vão achar relevante participar de tal experiência e muitos outros terão vontade, mas não poderão interagir em

função de problemas diversos. Apesar disso, é necessário estudar seus efeitos, pois muitos serão aqueles que sofrerão suas conseqüências: boas ou ruins.

1.5 Reorganização Espaço-Temporal da Sociedade em Rede

A compreensão que se tem de espaço e de tempo está sendo totalmente redefinida tendo em vista as novas tecnologias que agem sobre a sociedade, transformando paradigmas, pois as barreiras espaciais vão perdendo sua importância à medida que o ritmo de vida se acelera. Assim, o mundo digital faz com que as distâncias signifiquem cada vez menos para aqueles que estão inseridos em seu âmbito e o tempo real anuncia um ritmo totalmente novo, ou seja, diferente do tempo da história.

Na visão de Sodré (2002, p.199), instantaneidade, simultaneidade e globalidade, ou seja, o tempo real, são vetores e valores do mundo digital que se vive atualmente. “Daí, a importância da velocidade – na circulação de capitais, mercadorias e pessoas, no processamento das informações, na produção do conhecimento, etc. – e sua radicalidade na transformação do ritmo da vida humana”.

Sodré (2002, p.199) também afirma que conseqüência disso é a “hipertransitoriedade” das relações sociais. O que ele quer dizer com isso? O autor acredita que, na atualidade, as relações humanas se direcionam para a curta duração. Nas suas palavras: “objetos, valores, identidades passam a existir num quadro de rápida obsolescência e de definitiva incerteza quanto a seu sentido. Passado e presente são recalcados e substituídos pelo domínio do futuro, travestido com as aparências do novo, sobre o aqui e agora da existência”.

É preciso pensar, no entanto, que tais relações efêmeras sempre existiram e que a Internet apenas ampliou as possibilidades de que se estabeleçam esses tipos de relacionamentos. Muitas vezes, realmente, não é necessário que se conheça uma pessoa a fundo com o propósito de apenas conseguir uma informação. Tal situação já se evidenciava em contatos telefônicos, por exemplo. É importante que não se considere a Internet como uma vilã, mas não se trata, tampouco, de defendê-la sem pensar criticamente sobre seus efeitos.

Na opinião de Cebrián (1999, p.143), a velocidade é responsável pelas mudanças fundamentais da nova sociedade da informação. Ele diz que a velocidade é uma constante, pois há velocidade na transmissão (instantaneidade da rede), velocidade de transformação e aperfeiçoamento do sistema (hardware e software) e velocidade na incorporação dos usuários. “A velocidade é o que converte o fenômeno em algo revolucionário: muitas transformações em pouco tempo impedem que se leve a cabo uma revolução ordenada”.

“Viver com tanta pressa”, diz Cebrián (1999, p.144), “parece o destino das novas gerações e é, de qualquer forma, o signo da sociedade da comunicação”. Mas o autor adverte para o fato de que a velocidade é contrária à reflexão, pois impede a dúvida e dificulta a aprendizagem.

Quando se pensa apenas no tempo real e em seus benefícios, reflexões importantes podem acabar sendo negligenciadas. No entanto, é possível imaginar que, no geral, informações de maior peso científico continuariam a levar um tempo “normal” para serem divulgadas. A Internet pode, no caso, ajudar a colocar certas informações à disposição dos usuários com mais facilidade.

Lévy (1996, p.22) diz que cada forma de vida inventa seu mundo e, com esse mundo, um espaço e um tempo específicos. “O universo cultural, próprio aos humanos, estende ainda mais essa variabilidade dos espaços e das temporalidades. Por exemplo, cada novo sistema de comunicação e de transporte modifica o sistema das proximidades práticas, isto é, o espaço pertinente para as comunidades humanas”.

Vale lembrar que o tempo, nas sociedades medievais, era uma idéia aberta, cujos eventos importantes (comemorações religiosas, feiras, chegada das estações) marcavam o tempo, enquanto a maior parte da vida diária passava desligada da noção exata de tempo. Já as sociedades contemporâneas são dominadas pelo conceito do tempo cronológico. “Em termos materiais, a modernidade pode ser concebida como o domínio do tempo cronológico sobre o espaço e a sociedade”. (CASTELLS, 2002, p.525). De acordo com o autor, “esse tempo linear, irreversível, mensurável e previsível está sendo fragmentado na sociedade em rede”.

Virílio (1996, p.39) diz que “não há mais o aqui e ali, mas somente a confusão mental do próximo e do distante, do presente e do futuro, do real e do irreal, mixagem da história, das histórias, e da utopia alucinante das técnicas de comunicação (...)”. Virílio (1996, p.55) chega a dizer que com o advento do telégrafo, houve o fim das distâncias e dos territórios, mas com o tempo real acontece o fim da presença real.

A visão do autor é bastante válida, mas não deve ser generalizada. A Internet realmente oferece várias ferramentas para estabelecer uma comunicação sem a necessidade da presença física, mas isso é, sem dúvida, um grande trunfo para o desenvolvimento da humanidade, já que tais relacionamentos poderiam nunca ser possíveis antes do desenvolvimento de tais tecnologias intelectuais. No entanto, mesmo com a possibilidade de se comunicarem apenas por meio do ciberespaço, as pessoas continuam presentes umas para as outras.

Ao defender que, em grande parte das situações, não haveria necessidade de uma conversa *on-line* (em tempo real), Negroponte (2002, p.161) comenta que o correio eletrônico é a melhor solução, pois não interrompe as pessoas como a conversa telefônica.

A vida digital envolverá muito pouca transmissão em tempo real. À medida que as transmissões televisivas forem se tornando digitais, os bits não apenas poderão ser deslocados no tempo com facilidade, como também não precisarão ser recebidos na mesma ordem ou à mesma velocidade segundo a qual serão consumidos. Por fibra ótica, será possível, por exemplo, transmitir uma hora de vídeo numa fração de segundo (...).

(NEGROPONTE, 2002, p.162).

Para finalizar esta reflexão, vale dizer que o mundo virtual não tem dimensões, já que não se compõe de átomos. É algo onde não existe tempo e nem espaço. Tudo é sempre aqui e agora, em todo momento e lugar. As referências se transformam e somente os que compreendem esse fenômeno são capazes de aproveitar as oportunidades das novas tecnologias e defender-se de seus riscos.

1.6 Toda Realidade é Percebida de Maneira Virtual

O entendimento do que significa real e virtual precede a análise de realidade virtual. Tais termos, normalmente, são empregados de forma incorreta e, assim, geram muita controvérsia. Virtual pode ser descrito como aquilo que existe em potência, ou seja, que é incompleto e tem existência meramente propositiva. Mas isso não significa que são termos antagônicos, já que todo real tem o virtual em sua dinâmica.

Lévy (1996, p.15) mostra que existe uma oposição fácil e enganosa entre

real e virtual. No seu ponto de vista, “a palavra virtual é empregada com frequência para significar a pura e simples ausência de existência, a realidade”. Mas ele explica que a palavra ‘virtual’ deriva do latim medieval ‘virtualis’, que vem de ‘virtus’, ou seja, força, potência. “Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado. Pode-se dizer que a árvore está virtualmente presente na semente”.

Vários autores, como Sodré (2002), Dizard (2000), Virílio (1999), Cebrián (1999) e Santos (2002), com pequenas variações, tratam da definição de realidade virtual. Para eles, é uma projeção imaginária que se torna possível por meio de uma técnica que reduz os dados a números, como uma simulação avançada, criadora da sensação de presença real. Sua característica é que a realidade virtual está fora da realidade vigente, o que não significa que não exista.

A realidade virtual, então, especifica um tipo particular de simulação interativa, na qual o indivíduo tem a sensação física de estar imerso na situação definida por um banco de dados. Na visão de Lévy (1999, p.71), “ao manter uma interação sensório-motora com o conteúdo de uma memória de computador, o explorador consegue a ilusão de uma “realidade” na qual estaria mergulhado: aquela que é descrita pela memória digital”.

Para Negroponte (2002, p.115), a realidade virtual tem a função de proporcionar a sensação do estar lá “oferecendo pelo menos ao olho o que ele teria visto se estivesse lá e, mais importante do que isso, fazendo com que a imagem mude instantaneamente de acordo com o ponto de vista”.

Santos (2002, p.77) aborda a questão da presença na realidade virtual se perguntando como é possível estar presente em um ambiente diverso do espaço geográfico onde a pessoa se encontra na realidade física. Para responder a essa questão, ele define presença como sendo uma ampla experiência sensorial,

(...) construída, dinâmica, pessoal, subjetiva, uma parte da viagem com diferentes níveis e dimensões. Mesmo uma imperfeita ilusão de presença poderia aparecer muito convincente no realismo perceptual, e influenciar as reações e comportamentos dos usuários”

(SANTOS, 2002, p.79).

Uma das possibilidades mais interessantes possíveis por meio da realidade virtual são as técnicas de telepresença, que permitem ao ser humano experimentar sensações de poder estar aqui e lá ao mesmo tempo. O campo da realidade virtual ainda é muito restrito

para usuários comuns de computadores, mas é um campo fértil de desenvolvimento da comunicação humana.

Ainda vai levar algum tempo para saber se a realidade virtual será uma força de mídia ou apenas mais um dispositivo tecnológico interessante. Ela tanto pode ser uma ferramenta de informação, acrescentando novas dimensões à compreensão que se tem do mundo, como apenas um dispositivo de entretenimento. Para Negroponte (2002, p.114), a “realidade virtual pode tornar o artificial tão realista quanto o real, ou mais ainda”.

Sartori (1997, p.45) nega a visão de Negroponte, sob o risco de “(...) gerar uma sensação de poder alienado e frustrado e, por outro, uma espécie de coletividades de eternas crianças sonhadoras que passam a vida inteira em mundos imaginários”. Isso porque o autor acredita que apesar da navegação virtual simulativa poder ser estimulante, para as pessoas comuns não passa de uma espécie de videogame. “E se tal navegação é por eles levada demasiado a sério, os cibernavegadores comuns correm o risco de perder o sentido do real, ou seja, dos limites entre o verdadeiro e o falso, entre o que existe e o imaginário” (SARTORI, 1997, p.44).

A informática da simulação e da visualização são tidas como tecnologias intelectuais, que funcionam apenas como reforço para a faculdade de imaginar e que se caracteriza como uma atividade comum em todos os aspectos da vida do ser humano. Qual seria o motivo pelo qual os seres humanos fazem constantes simulações mentais dos movimentos e relações possíveis do mundo exterior? Lévy (1993, p.124) argumenta que é para antecipar as conseqüências de seus atos.

A simulação por computador permite que uma pessoa explore modelos mais complexos e em maior número do que se estivesse reduzido aos recursos de sua imagística mental e de sua memória de curto prazo, mesmo se reforçadas por este auxiliar por demais estático que é o papel.

(LÉVY, 1993, p.125).

Mas deve ficar bastante claro que o conhecimento por simulação só é válido dentro de um quadro epistemológico relativista, o que equivale a dizer que o criador de modelos deve ter em mente que seu projeto é construído para determinado sujeito em um certo momento, portanto não equivale à realidade, já que “esses sistemas dão ao explorador do modelo a sensação subjetiva (embora a ilusão completa seja muito rara) de estar em interação pessoal e imediata com a situação simulada”. (LÉVY, 1999, p.70)

Desta forma, fica clara a relação entre o real e o virtual, que se manifesta em forma de realidade virtual: uma projeção imaginária a que o homem está submetido nesse

novo mundo, no qual a comunicação se dá por um processo de representação, o que permite dizer que toda realidade é percebida de maneira virtual.

1.7 Internet Favorece Modelo Hipermediático de Comunicação

O termo massa gera muita controvérsia. Uma das tendências é que os destinatários dos produtos da mídia se compõem de indivíduos passivos e indiferenciados. Essa é uma imagem criada pelas primeiras críticas à cultura e à sociedade massiva, que viam a comunicação de massa como negativa para a vida social moderna. Outra tendência é que os destinatários dos produtos de mídia não são homogêneos, nem passivos, nem manipuláveis.

Mas o termo comunicação, assim como o termo massa, também pode ser enganador, já que, geralmente, os tipos de comunicação implicados na comunicação massiva são diversos dos que ocorrem em uma conversação ordinária. Como lembra Thompson (1998, p.31), na interação face a face o fluxo de comunicação tem mão-dupla, é dialógico, enquanto na comunicação de massa o fluxo tem sentido único, ou seja, as mensagens são produzidas por um grupo e transmitidas a outro que está situado em espaço e tempo diferentes dos encontrados no contexto original de produção. “Por isso os receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica”.

Virílio (1996, p.15) afirma que ninguém ignora que a capacidade de comunicar é a condição humana indispensável de sua sobrevivência. Para ele, portanto, a comunicação é “a capacidade inata que normalmente nos torna aptos a fazer a distinção entre nosso ambiente imediato e as representações que construímos para nós mesmos, nossa imagética mental.”

É importante lembrar que só existe comunicação quando os interlocutores entendem os enunciados que lhes são destinados diretamente ou por meio da mídia, seja em forma textual, sonora ou visual.

Para Santaella (in PRADO, 2002, p.44) mídia se refere especificamente aos meios de comunicação de massa, assim como jornais, rádio, revistas e televisão, mas também, em um sentido mais amplo, a todos os programas da mídia, não apenas aos informativos. As

mídias também podem ser os meios de que a publicidade se serve, como outdoors, mensagens publicitárias veiculadas por rádio, jornal e TV. “Entretanto, o surgimento da comunicação teleinformática veio trazer consigo a ampliação do poder de referência do termo “mídias” que, desde então, passou a se referir a quaisquer tipos de meios de comunicação e até a aparelhos, dispositivos ou mesmo programas auxiliares da comunicação”.

A opinião de Wolf (2003, p.IX) é de que:

(...) os meios de comunicação de massa constituem, ao mesmo tempo, um setor industrial de máxima relevância, um universo simbólico que é objeto de consumo em grande escala, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de conflito político, um sistema de mediação cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo etc.

De acordo com Eco (1971, p.171), a comunicação de massa existe quando “a fonte é única, centralizada, estruturada conforme os modos de organização industrial; o canal é um achado tecnológico, que influi sobre a própria forma do sinal; e os destinatários são a totalidade (ou um número muito grande) dos seres humanos em diferentes partes do globo”.

Enfim, sempre que se fala em comunicação de massa, é preciso ter em mente que é ela responsável pela produção e transmissão de formas simbólicas. Para Thompson (2002, p.167), “a comunicação de massa é, certamente, uma questão de tecnologia, de mecanismos poderosos de produção e transmissão; mas, também, é uma questão de formas simbólicas, de expressões significativas de vários tipos, que são produzidas, transmitidas e recebidas por meio de tecnologias desenvolvidas pela indústria da mídia.”

É possível dizer que a emergência e o desenvolvimento da comunicação de massa gera uma transformação nas maneiras como as formas simbólicas são produzidas e circulam nas sociedades modernas. É nesse sentido que se fala em mediação da cultura moderna.

Também é preciso pensar sobre os modelos de comunicação que foram sendo criados com as mudanças sociais e tecnológicas. O modelo matemático de comunicação, de Shannon e Weaver, por exemplo, propõe que existe um emissor (dominador e todo poderoso) que produz mensagens a um receptor (dominado e passivo). Mas como lembra França (in PRADO, 2002, p.61), “naquele momento, a tecnologia de comunicação desenvolvida e utilizada era basicamente de distribuição – portanto, uma tecnologia não interativa”.

Após essa concepção linear, a comunicação passou a ser encarada não como ato individual mas como “um fato cultural, institucional e um sistema social”, conforme afirma Etienne Samain (apud YVES, 1998, p.10). Essa é a visão de comunicação irradiada pela Escola de Palo Alto, vista como o “despertar de um novo estado do olhar sobre uma leitura comunicacional do mundo social”.

Assim, a teoria da comunicação que parte da Escola de Palo Alto, toma um rumo completamente contrário ao da teoria matemática da comunicação, pois trabalha com base em um modelo circular em que o receptor é tão importante quanto o emissor. Para Yves (1998, p.14), esse modelo leva em conta a analogia com uma orquestra, afirmando que “em sua qualidade de membro de determinada cultura, o ator social faz parte da comunicação, assim como os músicos fazem parte da orquestra”. Cada um toca adaptando-se ao outro.

Vale se questionar a respeito da necessidade de formulação de um novo modelo de comunicação com o advento da Internet, já que é uma mídia interativa, diferente dos meios de comunicação de massa. Não se trata, portanto, nem de um modelo linear e nem circular. Talvez o mais correto seria chamá-lo de modelo hipermidiático de comunicação.

1.8 Abordagem de Características Hipertextuais da Multimídia e Hipermídia

Faz-se necessário tratar das definições e características de termos como multimídia, hipertexto, interface e hipermídia para evitar denominações incorretas que levam à incompreensão de certos aspectos do ciberespaço. De uma forma geral, o desenvolvimento da multimídia em função de seu caráter hipertextual e altamente interativo deram origem à hipermídia, que se estabelece em uma interface *on-line*.

A multimídia é um sistema de comunicação eletrônica que começou a ser formado, na segunda metade da década de 1990, a partir da fusão da mídia de massa personalizada globalizada com a comunicação mediada por computadores. Castells (2002, p.450) afirma que “o novo sistema é caracterizado pela integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo”, estendendo o âmbito da comunicação eletrônica para todo o domínio da vida.

Negroponte (2002, p.65) define multimídia (mistura de áudio, vídeo e dados) tanto como um conteúdo novo quanto como maneiras diferentes de lidar com conteúdos antigos. “Pensar em multimídia implica se ter noção do movimento fluido de um meio para outro, dizendo a mesma coisa de maneiras diversas, invocando um ou outro dos sentidos humanos”. O termo multimídia, para Lévy (1999, p.63), é “aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação”.

Com o progresso tecnológico, em especial a cibernética, Sartori (1997, p.20) afirma que a humanidade passa para a era da multimídia,

na qual, como diz a própria palavra, os meios de comunicação são múltiplos e a televisão deixa de ser a rainha desta multimídia. Enquanto isso, porém, o novo soberano passou a ser o computador. De fato o computador (e junto com ele a digitalização de todos os mídias) não só unifica a palavra, o som e as imagens, mas introduz nos objetos “visíveis” realidades simuladas, isto é, realidades virtuais.

A multimídia traz consigo a noção de hipermídia que Leão (2001, p.21) explica existir a partir de uma interface *on-line* com o computador. É uma tecnologia que engloba recursos do hipertexto e da multimídia, fazendo com que o usuário possa navegar, da forma que quiser, por diferentes partes de um aplicativo. “Nos sistemas hipermidiáticos vivemos a sensação de infinito como um grito que espelha a nossa finitude, buscamos definir limites e perímetros, e, ao mesmo tempo, louvamos a imensidão...”

Leão (2001, p.16) afirma ainda que a principal característica da hipermídia é a possibilidade que tem de estabelecer conexões entre diversas mídias e entre documentos ou nós de uma rede. Assim, os elos entre os documentos permitem que se desenvolva um pensamento não-linear e multifacetado. “O leitor em hipermídia é um leitor ativo, que está a todo momento estabelecendo relações próprias entre diversos caminhos. Como um labirinto a ser visitado, a hipermídia nos promete surpresas, percursos desconhecidos...”.

A organização dos sistemas hipermidiáticos caracteriza-se por ser uma organização policêntrica. Vejamos, por exemplo, o caso da hipermídia nas redes: cada *site*, em si, representa um centro. Mais uma vez, a complexidade do sistema em sua totalidade irá estabelecer a ordem e a regulação dos nós. Porém, além disso, pode-se dizer que, na Internet, o centro está em toda parte e em lugar nenhum, o que nos leva à definição de um sistema acentrado.

(LEAO, 2001, p.71)

A hipermídia, portanto, permite o desenvolvimento do hipertexto digital, ou seja, uma narrativa com alto grau de interconexão. Em um livro impresso, por exemplo, as

frases, parágrafos, páginas e capítulos seguem uma ordem que é determinada pelo autor e pela própria configuração física e sequencial do livro. Segundo Negroponte (2002, p.71), “embora um livro possa ser lido aleatoriamente e os olhos do leitor possam passar ao acaso, ele se encontra confinado para sempre às três dimensões físicas que o delimitam”.

Lévy (1998, p.207) também comenta que os conceitos fundamentais do hipertexto já se encontram presentes na impressão, como em dicionários, enciclopédias, cartões com legenda, notas de rodapé, etc. A informática somente reforça a imediatidade da passagem de um nó a outro, ao clicar um botão e também a possibilidade, para os usuários, de uma fácil personalização da conectividade do hipertexto em que navegarão.

Complementando o que foi dito pelos outros autores, Sá (in PRADO, 2002, p.151) explica que a estabilidade, linearidade e limites do livro dão lugar ao hipertexto, que se caracteriza por ser disperso, associativo, acêntrico, multilinear, aberto, polifônico, a ser explorado por um agente ativo, em um processo de leitura-navegação, “apontando para reconfigurações nos papéis do autor, do leitor e conseqüentemente da própria concepção de texto e de leitura”.

Na visão de Leão (2001, p.15), “o hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectadas”, por meio de elos associativos chamados de links e que permitem que o usuário avance em uma leitura na ordem que desejar. “Na web, cada endereço pode ser compreendido como um nó da rede, e os links podem ser tanto para outras páginas do mesmo *site* como também para outro *site* qualquer que esteja conectado.”

A operação elementar da atividade interpretativa é a associação. Dessa forma, atribuir sentido, por exemplo, a um texto é o mesmo que ligá-lo, conectá-lo a outros textos, ou seja, acaba sendo o processo de construção de um hipertexto.

É possível dizer que pessoas diferentes tendem a atribuir sentidos diversos, até opostos, a uma mesma mensagem. Mas qual seria a causa disso? Isso se dá porque o texto é o mesmo para todos, no entanto o hipertexto pode diferir completamente. “O que conta é a rede de relações pela qual a mensagem será capturada, a rede semiótica que o interpretante usará para captá-la.”(LÉVY, 1993, p.72).

O hipertexto, por meio de seus links, dá continuidade a formas de comunicação anteriores, mas também abre oportunidades para a interatividade por meio das novas tecnologias. “Em outras palavras, a linguagem hipertextual e a estrutura em rede reforçam características anteriores, principalmente da quebra de linearidade, acrescentando, neste caso, a possibilidade de interação” (CAPARELLI in PRADO, 2002, p.142).

Moherdauí (2002, p.105) comenta que, pelo hipertexto, os leitores podem escolher vários pontos em que queiram concluir sua leitura, mas também podem ampliar seu texto inicial. “Como disse Ted Nelson, um dos criadores do hipertexto: Não há última palavra. Não pode haver uma versão definitiva, um último pensamento. Sempre haverá uma nova versão, uma nova idéia, uma nova interpretação” (MOHERDAUI, 2002, p.106).

Dessa forma, tem-se, resumidamente, que o percurso hipertextual, possível por meio do ciberespaço, é o grande responsável pela interatividade que transforma os usuários em co-autores e, portanto, muito mais responsáveis por seus atos e pelo próprio futuro da Internet. Com o hipertexto e a multimídia sendo explorados no ambiente virtual, surge a hipermídia que é um dos destaques e diferenciais do ciberespaço.

1.8.1 Interface: base de uma perfeita navegação virtual

Para que a hipermídia se desenvolva de forma completa, é preciso que a interface homem-máquina se dê da melhor forma possível. Essa interface gráfica do usuário ou GUI (Graphical User Interface), como chamam os especialistas, configura-se como a aparência dos computadores ou a impressão que eles causam às pessoas. No geral, representa a facilidade de uso que o usuário possui ao trabalhar com seu computador.

Na opinião de Petitinga (10 mai 2004), a interface é um elemento com o qual as pessoas se comunicam, uma verdadeira mediadora entre os usuários e o computador. Chamada de superfície de contato, a interface é responsável por todas as sensações (sensitivas, cognitivas e emocionais) que as pessoas possuem em relação a seus computadores.

O termo interface é usado para designar "um dispositivo que garante a comunicação entre dois sistemas informáticos distintos ou um sistema informático e uma rede de comunicação." (LÉVY, 1993, p.176). Dessa forma, pode-se dizer que a interface tem a função de transcodificar e administrar os fluxos de informação. Uma interface homem/máquina, por exemplo, indica o conjunto de programas e aparelhos materiais que vão admitir a comunicação entre um sistema informático e os seres humanos.

O princípio da interface, de acordo com Lévy (1993, p.52) é basear-se em uma comunicação com o computador que seja intuitiva, metafórica e sensoriomotora, ao invés de abstrata, rígida, codificada, ou seja, que não faça sentido para o usuário. A interface, portanto, serve para “humanizar” a máquina, tornando-a mais próxima possível do sistema cognitivo humano.

Na visão de Negroponte (2002, p.146), no futuro, a idéia é construir substitutos dos computadores, que possuam um certo conhecimento sobre determinados assuntos e sobre seu usuário. Não é apenas uma questão de oferecer às pessoas telas maiores ou painéis gráficos de comando mais fáceis de usar, mas fazer computadores que conheçam o seu usuário e que aprendam quais as suas necessidades e entendam, além disso, linguagens verbais e não-verbais.

Esses substitutos dos computadores são chamados por Negroponte de agentes de interface, ou seja, inteligência artificial. O autor convida o leitor a refletir sobre um futuro no qual os agentes de interface irão ler os jornais e captar todos os noticiários de TV e rádio do mundo a fim de construir um sumário personalizado para seu usuário. “Este tipo de jornal terá uma tiragem de uma única cópia”, diz Negroponte (2002, p.147). “A melhor maneira de se lidar com uma enorme quantidade de programas de televisão é não fazer nada: deixe que um agente o faça.”

Enfim, enquanto os agentes de interface continuam fazendo parte apenas de um sonho possível de se realizar, é interessante que a interface seja simples e facilmente compreendida. A interface, principalmente com o surgimento dos ícones de acesso a programas, é uma das grandes responsáveis pela popularização dos computadores em todo o mundo.

1.9 Mdiatização e a Nova Leitura do Mundo

Sodré (2002, p.21) propõe que se faça a distinção dos termos mediação e mdiatização. No dicionário Houaiss (2001), mediação é o ato ou efeito de mediar, ou seja, “servir de intermediário entre pessoas, grupos, partidos, facções, países etc., a fim de dirimir divergências ou disputas; arbitragem, conciliação, intervenção, intermédio”, enquanto

mediatizar é “difundir por meio dos veículos de comunicação”. Para Sodré, toda cultura implica mediações simbólicas (linguagem, trabalho, leis, artes, etc), que se dão por meio da interatividade entre duas partes. Mídiação, por sua vez,

é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, e reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de “tecnointeração” –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium.

Na visão de Thompson (1998, p.7), esse processo de mediação de que fala Sodré, pode ser caracterizado como mediação. Para o autor, por meio da mediação, uma ação ou evento passa a ter status público para pessoas que não estavam presentes no local onde ocorreu algo.

Thompson (2002, p.21) descreve a mediação como sendo o processo de “proliferação rápida de instituições e meios de comunicação de massa e o crescimento de redes de transmissão através das quais formas simbólicas mercantilizadas se tornaram acessíveis a um grupo cada vez maior de receptores”. Na opinião do autor, esse processo se constitui em uma das transformações-chave relacionadas com o surgimento das sociedades modernas.

A compreensão desse processo é fundamental para se entender o mundo de hoje, um mundo que é sempre mais atravessado por redes institucionalizadas de comunicação e em que as experiências das pessoas estão cada vez mais mediadas por sistemas técnicos de produção e transmissão simbólica.

(THOMPSON, 2002, p.21)

Para entender o impacto social das novas redes de comunicação e do fluxo de informações é preciso deixar de lado a idéia de que os meios de comunicação têm a função de transmitir informações e conteúdo simbólico a indivíduos passivos e que não sofrem essa influência em suas relações sociais. Thompson (1998, p.13) diz que, na verdade, os meios de comunicação implicam a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social.

Castells (2002, p.421) diz que estudos empíricos mostram que a mídia não é uma variável independente na indução de comportamentos. Para o autor, “suas mensagens, explícitas ou subliminares, são trabalhadas, processadas por indivíduos localizados em contextos sociais específicos, (...) Vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação”.

Mattelart (1999, p.180) conta que Félix Guattari acreditava que as mudanças tecnológicas de informação e comunicação (informática, robótica, mídia) “operam no centro da subjetividade humana, não só em suas memórias, em sua inteligência, mas também em sua sensibilidade, em seus afetos e em seu subconsciente”.

Pode-se dizer, inclusive, que o sentido de pertencimento dos indivíduos se modificou ao alterar a compreensão do lugar e do passado com o desenvolvimento dos meios de comunicação. À medida em que a compreensão humana de vida se torna cada vez mais dependente da mediação das formas simbólicas, muda-se a compreensão de mundo. Assim, a própria compreensão de pertencimento a grupos e comunidades também muda. “(...) sentimo-nos pertencentes a grupos e comunidades que se constituem em parte através da mídia”. (THOMPSON, 1998, p.39).

Cebrián (1999, p.50) também afirma que os meios de comunicação de massa vêm desempenhando uma tarefa crucial no sentimento de pertencimento a grupos e na configuração da sociedade, pois desde o surgimento da imprensa os homens se utilizam das possibilidades de poder transmitir uma mensagem a um enorme grupo de pessoas e também de fazer sobreviver ao tempo o conteúdo de uma mensagem.

Assim, em um ritmo crescente, a forma de consciência contemporânea está se tornando tecnológica, ou seja, o relacionamento das pessoas com a realidade acaba passando pelas tecnologias da informação (engenharia genética, computação, mídia, etc.).

Desta forma, se existe a pretensão de entender a natureza da sociedade atual, deve-se dar um lugar central ao desenvolvimento tecnológico e seu impacto. É certo que a incerteza e a ansiedade foram sentimentos comuns nos primeiros momentos de transição para uma sociedade global. Para muitas pessoas, essa é uma situação de grandes oportunidades, enquanto outras a consideram um desafio. Hoje, a reflexão sobre o uso social da informática deve ser ainda mais valorizada, pois os diversos agenciamentos de mídias, tecnologias intelectuais, linguagens e métodos de trabalho disponíveis condicionam crescentemente a maneira de pensar e funcionar em grupo.

Lemos (in PRADO, 2002, p.111) sugere que se deve vislumbrar as potencialidades atuais das redes telemáticas na cultura contemporânea e que, para isso, é importante ter consciência de que o ciberespaço não está por vir, não é uma utopia, mas é uma topia, ou seja, uma realidade que configura a sociedade digital atual.

Nos seus primórdios, a informática era tida como uma ferramenta de automatizar cálculos e não, necessariamente, como tecnologia intelectual. Hoje já é amplamente aceito que a maior parte dos programas desempenha um papel de tecnologias

intelectuais, pois reorganizam a visão de mundo de seus usuários e também modificam seus reflexos mentais.

Desta forma, pode-se dizer que o computador é um dos dispositivos técnicos pelos quais as pessoas percebem o mundo. “(...) hoje em dia, pois, cada vez mais concebemos o social, os seres vivos ou os processos cognitivos através de uma matriz de leitura informática”. (LÉVY, 1993, p.15).

A informática não tem mais nada a ver com computadores. Tem a ver com a vida das pessoas. O gigantesco computador central, conhecido como mainframe, já foi substituído por microcomputadores em quase toda parte. Vimos os computadores mudarem-se das enormes salas com ar-condicionado para os gabinetes, depois para as mesas e, agora, para nossos bolsos e lapelas. Isso, contudo, ainda não é o fim.

(NEGROPONTE, 2002, p.12).

A afirmação de Negroponte (2002, p.209) mostra como as tecnologias de informação de última geração mudaram e estão mudando a maneira como as pessoas se vêem e como se relacionam com o mundo que as rodeia. Segundo o autor, “a fronteira entre o trabalho e o divertimento sofrerá uma ampliação radical. A linha clara que separa prazer e dever vai se diluir graças a um denominador comum: a vida digital”.

É chegada a época em que, segundo Mattelart (2002, p.47), toma forma uma “sociedade universal, não mais cristã, mas simplesmente humana”. Mattelart (2002, p.11) ainda afirma que “os instrumentos de comunicação têm acelerado a incorporação das sociedades particulares em grupos cada vez maiores, redefinindo continuamente as fronteiras físicas, intelectuais e mentais.”

É interessante que fique claro que o desenvolvimento dos meios técnicos não é um simples suplemento dos relacionamentos sociais, mas, ao contrário, cria novas maneiras de agir e interagir, enfim, novas formas de expressão. Assim, ao transformar as maneiras como as pessoas produzem e transmitem mensagens, os meios técnicos transformaram, também, as condições de vida das pessoas que recebem essas mensagens.

De forma enfática, Pignatari (1984, p.17) dizia, na década de 1980, que aquela era uma época que via apenas o início de uma “transição tecnológica avassaladora”, que ele considerava tão ampla e profunda quanto a que caracterizou a passagem da Idade Média para os tempos modernos, pois ninguém escaparia ao seu impacto.

“Graças às redes, à viagem cibernética dos bits pelo novo espaço virtual, vemo-nos submersos numa espécie de diálogo universal e multiforme, sem fronteiras

aparentes nem outras limitações a não ser as que nós mesmos nos impomos”, afirma Cebrián (1999, p.19).

De forma sugestiva, Lévy (4 mar 2003), defende que o espaço cibernético é um terreno onde a humanidade está funcionando. E esse espaço estabelece relações diferenciadas dos homens com as mídias. Novas experiências, novas maneiras de se fazer uma leitura de mundo, novas opções de relacionamento, novas posturas críticas, novos padrões de comportamento são criados.

Vale a pena discutir a afirmação feita por Lévy no parágrafo anterior, pois o autor diz que o ciberespaço é o terreno onde a humanidade está funcionando. É possível encontrar mais pessoas desconectadas que pertencentes à cibercultura, mas é certo que o ritmo de usuários da Internet tem crescido velozmente e que este é um panorama bastante possível. O acesso à Internet não pode ser generalizado, mas certamente o seu espírito já faz parte da cultura global, de tal forma que é impossível desconsiderá-la.

Para dar fechamento a essa reflexão, vale retomar o pensamento dos autores citados sobre a influência da Internet no modo de vida das pessoas. Não há como estar alheio a esse processo de desenvolvimento social. A cibercultura ainda não é uma realidade para a maioria, mas cada vez mais a sociedade é influenciada pelo espaço virtual que, ao mesmo tempo, modifica e configura sua estrutura.

Mas é preciso dizer que seria injusto atribuir aos meios a exclusividade do aprendizado, já que as famílias, empresas, instituições, atividades culturais e de lazer também fazem parte da esfera social do homem. No entanto, é impossível negar a incrível presença dos meios de comunicação, principalmente os audiovisuais, na vida das pessoas.

É preciso esclarecer que essa não é uma mudança recente, pois já vem ocorrendo há décadas. A diferença é o ritmo com que está acontecendo, já que a mídia sofre cada vez mais amplas pressões por parte dos computadores e de outras tecnologias de ponta, que são a força dominante que está remodelando o futuro das indústrias de mídia.

É preciso, portanto, pensar sobre o papel que deve ser desenvolvido por todos e por cada um e agir de forma ética a fim de não permitir tanta exclusão. O ciberespaço realmente pode criar melhores condições sociais e, por isso, deve ser pensado e trabalhado de forma a incluir o maior número de pessoas. Além disso, é preciso educá-las para agir muito mais engajadas em um ambiente altamente interativo e de inúmeras possibilidades. Dessa forma, pode-se afirmar que tanto a cultura quanto a estrutura de poder sofrem o impacto das novas tecnologias e que os meios de comunicação são os principais responsáveis por se fazer uma nova leitura do mundo.

1.10 Planetarização Atua na Área Econômica e da Consciência

O processo de globalização é um aspecto distintivo do mundo moderno e tem se intensificado nas últimas décadas. Castells (2002, p.527) diz que durante a década de 1980 houve a convergência da desregulamentação do sistema financeiro, a disponibilidade de novas tecnologias da informação e novas técnicas de gerenciamento, o que transformou a natureza dos mercados de capitais, dando início ao mercado de capitais global, funcionando em tempo real. Surge daí uma nova economia, chamada de informacional, global e em rede.

Castells (2002, p.142) cita Fernand Braudel e Immanuel Wallerstein, que fazem uma diferenciação entre economia mundial e economia global. Na opinião deles, a economia mundial existe quando a acumulação de capital avança por todo o mundo, como a que se desenvolveu no Ocidente, desde o século XVI. A economia global, por sua vez, tem a capacidade de funcionar como uma unidade em tempo real e em escala planetária. “Em outras palavras, a economia global não abarca todas as atividades das pessoas, embora afete direta ou indiretamente a vida de toda a humanidade”. (CASTELLS, 2002, p.173).

Mas a globalização econômica completa só acontece com base nas novas tecnologias da informação, envolvendo empresas que tenham relação com a Internet. Isso por causa da sua influência sobre o modo de administração das empresas e também porque o ramo da Internet se tornou uma força importante em si, em função do seu crescimento, exponencial em receita, emprego e valor da capitalização no mercado.

É possível imaginar, no que diz respeito ao comércio, que as pessoas, de um modo geral, poderão preferir os serviços *on-line* à oferta local, já que o ciberespaço oferece mais escolhas, por preços, muitas vezes mais acessíveis e apresenta um desenvolvimento mais rápido. Além disso, grande parte dos produtos poderá ser concebidos e comprados pelos consumidores antes mesmo de terem sido fabricados ou montados, ocasionando, dessa forma, uma mudança geral nas estruturas de produção.

De acordo com Cebrián (1999, p.14), o mundo desenvolvido está deixando de ser uma economia industrial baseada no aço, automóveis e estradas, para converter-se em uma economia digital, arquitetada à base de silício, computadores e redes.

Na verdade, não se trata de substituição generalizada, mas de desenvolvimento gradativo de novas formas de produção e comercialização. Isso, por sua vez, cria novas formas de produção de cultura. Cebrián (1999, p.59) diz que a sociedade global da

informação não existe somente em decorrência da Internet, como muitos podem acreditar. Na sua opinião, ela teve início com o desenvolvimento dos satélites artificiais, que permitiram aproximar, no tempo e no espaço, os sistemas de distribuição dos sinais televisivos. “São os satélites de comunicações - que entre outras coisas interconectam as redes - os verdadeiros responsáveis pelo mundo ter-se convertido aceleradamente na aldeia global preconizada por McLuhan.”

Os processos globais de todas as ordens e o fenômeno da mundialização da cultura, na opinião de Santaella (in PRADO, 2002, p.51), tornaram-se tão evidentes que não podem mais deixar de ser analisados em conjunto. A cultura, então, embora conserve suas características fundamentais, recebe e re-edita significados, podendo responder como uma cultura global.

A noção de aldeia global tratada por McLuhan, de acordo com Mattelart (2002, p.356), “é enfraquecida pelos fatos, pois a nova realidade global não é um retorno à intimidade da comunidade aldeã, mas a imersão no anonimato das grandes megalópoles. Se há uma imagem a ser guardada, é a de cidade global”.

Na visão de Sodré (2002, p.128), a expressão "aldeia global" é uma metáfora mcluhaniana para o conceito de uma cultura sistêmica e transnacional, por efeito dos meios de comunicação. O autor acredita que o exame econômico, político e cultural da idéia de uma sociedade global, baseada em informação e comunicação, deixa claro que a globalização em curso não tem nenhuma universalidade (já que não é a mesma para todos) e não é tampouco uma mundialização simbólica, uma vez que se baseia nas estratégias de uma minoria privilegiada e controladora do discurso sobre a unificação mercadológica e tecnológica do planeta.

Como se pode notar, a questão da globalização gera muita polêmica. De acordo com Virílio (1999, p.20), a mundialização tem duas facetas: de um lado, a redução das distâncias em função da compressão temporal dos transportes e das transmissões; de outro, o processo de generalização da televigilância. “Visão nova de um mundo constantemente telepresente, 24 horas por dia, sete dias por semana, graças ao artifício dessa ótica trans-horizonte que mostra o que antes estava fora do alcance da visão”.

A essa situação, Lévy (2001, p.41) chama de planetarização, cuja essência se manifesta por um processo de interconexão geral, que implica um retraimento do espaço prático e, no mesmo momento, uma aproximação de humanos.

Os homens, de uma forma geral, sempre manifestam uma vontade acentuada de interconexão, que envolve, justamente, a escolha, a liberdade, a solidariedade, a

interdependência e a consciência. Segundo Lévy (2001, p.111), a planetarização não só atua no campo do mercado de produtos oriundos de todas as partes do mundo, mas também transferiu progressivamente a concorrência para a área da consciência.

1.10.1 Tecnologias da informação modificam o processo laboral

O amadurecimento da revolução das tecnologias da informação, ocorrido na década de 1990, provocou muitas transformações no processo laboral, introduzindo novas formas de divisão técnica e social de trabalho. É interessante ressaltar que a tecnologia em si não gera e nem elimina empregos, mas transforma profundamente a natureza do trabalho e a organização da produção.

Castells (2002, p.330) conta que se vive hoje o reverso da tendência histórica da assalarição do trabalho e socialização da produção, que foi uma das características da era industrial. Para ele, embora os custos sociais da flexibilidade sejam altos, há um número crescente de pesquisas sendo feitas para destacar o valor transformativo dos novos métodos de trabalho para a vida social, com ênfase na melhora das relações familiares e padrões mais igualitários entre os sexos.

O processo de trabalho situa-se no cerne da estrutura social e a transformação tecnológica e administrativa do trabalho e das relações produtivas das empresas emergentes em rede são os principais instrumentos pelos quais o paradigma informacional e a globalização afetam a sociedade em geral.

É preciso que fique claro que a nova vulnerabilidade da mão-de-obra não afeta somente a força de trabalho não-qualificada. Castells (2002, p.348) informa que a força de trabalho permanente, apesar de ser mais bem-paga e estável, é submetida à mobilidade em função do encurtamento do período de vida profissional nas empresas.

Acredita-se que a questão do trabalho seja uma das formas mais visíveis e drásticas de mudanças na vida social. É necessário, sem dúvida, uma total readaptação, mas para que isso aconteça, é imprescindível garantir melhores condições de vida para a população, lidando principalmente com um sistema educacional mais eficaz, já que a mobilidade exigirá mais de cada um. Se isso não acontecer, é possível que a necessidade de

muito mais preparo pessoal diminua ainda mais a quantidade de “eleitos” e a exclusão possa ser ainda pior que nos dias atuais.

O teletrabalho ainda é bastante insipiente, mas poderá ser muito comum no futuro. “À medida que o mundo dos negócios for se globalizando e a Internet crescendo, começaremos a ver um espaço digital contínuo de trabalho”, diz Negroponte (2002, p.216).

Lévy (1996, p.24) explica que a empresa virtual não tem localização precisa e se caracteriza por possuir elementos nômades e dispersos. O trabalhador clássico passava do estado privado de sua casa ao espaço público para trabalhar, enquanto “o participante da empresa virtual compartilha um certo número de recursos imobiliários, mobiliários e programas com outros empregados”. O autor comenta que o teletrabalhador transforma seu espaço privado em espaço público e vice-versa.

De acordo com Lévy (1996, p.60),

Pela primeira vez na história da humanidade, a maioria das competências adquiridas por uma pessoa no início de seu percurso profissional estarão obsoletas no fim de sua carreira. A segunda constatação, fortemente ligada à primeira, diz respeito à nova natureza do trabalho, cuja parte de transação de conhecimento não pára de crescer. Trabalhar quer dizer, cada vez mais, aprender, transmitir saberes e produzir conhecimentos. Terceira constatação: o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: memória (bancos de dados, hiperdocumentos, arquivos digitais de todos os tipos), imaginação (simulações), percepção (sensores digitais, telepresença, realidades virtuais), raciocínios (inteligência artificial, modelização de fenômenos complexos).

(LÉVY, 1999, p.157).

Muitos se questionam sobre o fim dos deslocamentos humanos em função do desenvolvimento das telecomunicações e do teletrabalho. Lévy (1999, p.189) explica que tal desenvolvimento é, na verdade, paralelo ao dos transportes físicos. O autor chega a dizer que quanto mais as pessoas se comunicam, mais se deslocam.

Assim, conclui-se que as relações produtivas são modificadas pelas novas tecnologias que, por sua vez, estão transformando o mundo em uma sociedade informacional. É preciso, agora, refletir sobre os pontos positivos e negativos dessa transformação a fim de buscar soluções para os problemas e evitar a exclusão social no mercado de trabalho. Educação é a melhor alternativa, principalmente o tipo que estimula a memória, a imaginação, a percepção e o raciocínio, funções cognitivas indispensáveis à atuação na vida real e no ciberespaço.

1.10.2 Desenvolvimentos tecnológicos atuais ampliam chance de participação

Já houve um tempo em que a tomada de poder político de um país poderia ser feita tendo-se o controle do exército e da polícia. No entanto, já na década de 1970, Eco (1971, p.165) afirmava que “um país pertence a quem controla os meios de comunicação”. Essa afirmação é hoje ainda mais contundente, pois o poder pertence a quem detém a informação.

Mas o momento é de valorização de um ambiente virtual tecnicamente menos burocratizado, onde quem lá se encontra, tem a chance de fazer parte do seu todo, ao invés de estar à margem do sistema, como ocorre com as mídias tradicionais. Desta forma, ciberespaço seria a concretização do ideal de liberdade de expressão, pois permite que todos tenham a chance de participação.

É certo que toda mudança gera certo grau de preocupação nas pessoas, por isso muitos se questionam se a nova mídia realmente tornará as pessoas mais livres e mais competentes para lidar com os problemas sociais. Com o desenvolvimento de projetos públicos e privados de inclusão digital e de valorização da educação, esse cenário é possível.

Dizard (2000, p.276) explica que as novas tecnologias de comunicação permitem diminuir o controle da informação, possibilitando que usuários e grupos tenham mais poder. Mas Virílio (1999, p.118) se questiona sobre qual o futuro da democracia, perguntando se continuará existindo uma democracia lenta e gradual, localmente situada ou haverá uma democracia ao vivo e midiaticizada. “É, finalmente, todo o problema da imediatez e da instantaneidade em política que se coloca atualmente”.

Mas na visão de Pignatari (1984, p.44), “frear o avanço tecnológico não garante nenhum avanço político. As novas tecnologias tornam possível a realização de uma democracia cultural, um avanço sobre a proposta de democratização da cultura, aparentemente realizada pelos meios de comunicação de massa”.

Leão (2001, p.25) não fala explicitamente sobre a democracia virtual, mas dá o seu recado ao dizer que o surgimento de redes como a Internet facilitou a pesquisa, possibilitando que pessoas distantes geograficamente possam consultar livros em milhares de bibliotecas a qualquer hora, o que mostra a sua crença na democratização da informação.

Com isso concorda Castells (2002, p.448)

Novos movimentos transnacionais, que surgem para defender as causas femininas, os direitos humanos, a preservação ambiental e a democracia política, estão fazendo da Internet uma ferramenta essencial para disseminar informações, organizar e mobilizar.

Lévy (1993, p.8) recomenda que se faça uma reapropriação mental do fenômeno técnico como pré-requisito para o estabelecimento progressivo de uma “tecnodemocracia” (democracia possível por meio do ciberespaço). Isso porque quanto mais se compreende a essência da técnica, mais se esclarece que há um amplo espaço aberto à crítica e à intervenção, que são base da “tecnodemocracia”.

Em razão do valor da imprensa no desenvolvimento da democracia, Lévy (1993, p.60) diz que os meios de comunicação de massa pouco ajudam os povos a elaborar coletivamente soluções para seus problemas. Os regimes totalitários, na visão de Lévy (2001, p.27) são intimamente ligados à mídia unidirecional, centralizadora e territorializada, tendo, portanto, dificuldades em resistir às redes telefônicas, aos satélites de televisão, ao fax, enfim a todos os instrumentos que estimulam uma comunicação descentralizada, transversal e não hierarquizada. Esses meios de comunicação contemporâneos difundem em larga escala todo tipo de idéias e de representações, colocando em risco os estilos de organização rígidos e as culturas fechadas ou tradicionais.

Generalizemos ousadamente: quanto mais um regime político, uma cultura, uma forma econômica ou um estilo de organização tem afinidade com o adensamento das interconexões, mais sobreviverá e brilhará no ambiente contemporâneo. A melhor maneira de manter e desenvolver uma coletividade não é mais erguer, manter ou estender fronteiras, mas alimentar a quantidade e melhorar a qualidade das relações em seu próprio interior, assim como as outras coletividades. (LÉVY, 2001, p.27).

As principais objeções que poderiam ser feitas com relação a essa proposição tecnopolítica poderia ser que as ferramentas de navegação ainda seriam caras e difíceis de manejar. Nesse sentido, a ágora eletrônica seria um luxo elitista. Mas, assim como qualquer desenvolvimento técnico, seu custo vai diminuindo com o progresso e o acesso se tornando cada vez maior. Hoje, as escolas públicas ou privadas, universidades, centros comunitários, etc., oferecem o acesso à rede com infra-estruturas materiais já existentes, sem precisar recorrer às fibras óticas das infovias.

A liberdade de expressão do pensamento, possível no ciberespaço, permite que as pessoas contribuam de maneira contínua para a elaboração e o aperfeiçoamento dos problemas comuns e para a abertura de novas questões, formulação de argumentos e para

enunciar e adotar posições independentes umas das outras sobre uma infinidade de temas. No entanto, é preciso que se forme um espírito de coletividade, pois, caso contrário, o mais comum será ver um descompromisso social bastante grande.

Enfim, nada mais urgente que uma séria discussão a respeito das transformações pelas quais passa a humanidade, a fim de definir diretrizes para que o próximo período da história seja uma era de promessas realizadas e de perigos não consumados. Para que isso ocorra, é preciso contar com educação, empenho em promover uma inclusão digital ampla, uma infra-estrutura sofisticada de rede, a fim de formar usuários realmente ativos em prol da coletividade.

Segundo Lévy (1993, p.71), a democracia em tempo real maximiza a responsabilidade de todo cidadão, que é chamado a tomar decisões e, conseqüentemente, a sofrer os resultados de suas ações. Por isso, o exercício da cidadania se dá formando um todo com a educação.

1.11 A Inovação Tecnológica Permite Críticas Positivas e Negativas

A crítica segue sempre duas vertentes principais, uma favorável a determinado aspecto e outra contrária. Assim como em todas as situações que envolvem mudanças, a inovação tecnológica vem acompanhada de críticas. E esse ponto merece destaque, pois não se quer mostrar apenas o lado bom novas relações sociais em função das tecnologias atuais, mas aceitar também a opinião daqueles que vêem nessa revolução um lado obscuro e preocupante.

Com relação aos otimistas e pessimistas a respeito das novas tecnologias, alguns autores preferem denomina-los apocalípticos e integrados, resultantes da concepção de Umberto Eco, neo-luddites e tecno-utópicos (LEMOS in PRADO, 2002), além de eufóricos e disfóricos (SANTAELLA in PRADO, 2002).

Na opinião de Pignatari (1984, p.43), as pessoas, de uma forma geral, costumam reagir às novas tecnologias com um misto de “medo, espanto e reverência”. Na história da comunicação, a inovação mais combatida foi a máquina, já que se acreditava que

substituiria o trabalho humano. Isso também é verdadeiro ao que se refere à invenção da imprensa, do rádio e da televisão e, atualmente, da Internet.

Teóricos marxistas da Escola de Frankfurt podem ser considerados críticos que expõem a tecnologia como produto que traz para sempre a marca da dominação, enquanto os pensadores da linha de McLuhan são aqueles que acreditam na tecnologia e a exaltam de maneira eufórica, pois crêem ser possível realizar os sonhos de uma nova sociedade sem conflitos, com a distribuição igualitária dos confortos materiais e espirituais. “Os primeiros, ferrenhos pessimistas, os últimos, otimistas ingênuos. Ambos transferindo para a tecnologia a força transformadora da história, esquecendo a luta de classes presente em todo o processo”. (PIGNATARI, 1984, p.45).

Dizard (2000, p.261) se questiona quanto à aparência dessa nova mídia. “Onde a mídia tradicional se encaixará numa estrutura eletrônica na qual grandes provedores e pequenos consumidores compartilham das redes?” O autor comenta que as previsões variam entre os extremos, pois há, de um lado, visões de uma sociedade democrática onde o acesso computadorizado a inúmeros recursos de informação pode ser compartilhado por todos e, de outro, há presságios de uma sociedade desconexa, em que indivíduos e grupos são fragmentados e, portanto, incapazes de se relacionarem uns com os outros. “O mais provável é que nosso futuro na mídia esteja em algum ponto entre esses dois extremos”. (DIZARD, 2000, p.261).

É preciso concordar com a visão de Dizard (2000), exposta na citação anterior, pois a Internet não promove um caminho sem conflitos. Não acarreta um paraíso para todos e tampouco um caos generalizado. A Internet pode ocasionar algumas situações extremas, mas o mais provável é que aconteça uma mescla dos dois lados.

De acordo com Braga (in PRADO, 2002, p.34), o que se deve buscar entre esses dois extremos não é um equilíbrio, mas a recusa radical dessa dimensão determinada pelos dois pólos.

O imaginário da cibercultura é permeado por uma polarização que persegue a questão da técnica desde os tempos imemoriais: medo e fascinação. O que vemos hoje é o acirramento da querela entre o que Umberto Eco chamou de apocalípticos e integrados, radicalizando os debates entre aqueles que são taxados de *neo-luddites* (contra a euforia tecnológica) e os tecno-utópicos (promotores dessa mesma euforia). Os *neo-luddites* insistem em regular e manter sob controle as novas tecnologias, alertando contra o potencial destruidor (da sociedade, do homem e da natureza). Já os tecno-utópicos mostram como as novas tecnologias criam possibilidades inusitadas para a humanidade, sendo uma espécie de panacéia contra os males da tecnocracia moderna. Embora esse seja efetivamente o imaginário da cibercultura contemporânea, ele nos induz a erros grosseiros

(LEMOS in PRADO, 2002, p.127).

Santaella (in PRADO, 2002, p.53) prefere denominar as duas vertentes críticas no tratamento das supervias informacionais como eufóricas e disfóricas. Segundo a autora, os eufóricos pregam possibilidades utópicas. Ela comenta que, de fato, até 1995 nos Estados Unidos e 1998, no Brasil, o ciberespaço ainda se constituía como uma verdadeira zona livre, que estimulou fantasia sobre uma possível reviravolta nas formas sociais de poder. No outro extremo, estariam os disfóricos, que criticam sem nenhum respeito as novidades e especificidades do ciberespaço, baseados apenas em um discurso já gasto.

Na verdade, não importa a maneira como se classificam esses extremos, importa mostrar que existem e que a crítica deve avaliar as duas posições e notar que cada um apresenta suas razões para crer no seu presente e, principalmente, no seu futuro. Pois como afirma Lemos (in PRADO, 2002, p.127), “no fundo, o problema está não entre pessimistas e otimistas (que revela, em última instância um direito pessoal), mas naqueles que acreditam em tudo e naqueles que não acreditam em nada”.

Negroponete (2002, p.215) se auto-intitula um otimista por natureza, mas não deixa de ressaltar que a tecnologia tem seu lado obscuro. Segundo o autor, na próxima década será possível verificar casos de abusos de propriedade intelectual, invasão de privacidade, vandalismo digital, pirataria de software, roubo de dados, além da perda de muitos empregos para sistemas totalmente automatizados.

Além disso, Negroponete (2002, p.215) afirma que “os bits não são comestíveis; nesse sentido, não são capazes de acabar com a fome”. Para o autor, os computadores são amorais, ou seja, não conseguem resolver questões complexas como as do direito à vida ou à morte, mas ele ainda se mostra convencido das vantagens que a vida digital tem a oferecer às pessoas em função de suas características de descentralização, globalização, harmonização e capacitação.

Lévy também defende uma hipótese não catastrofista das novas tecnologias, pois acredita que entre as evoluções culturais em andamento ocorridas na virada do terceiro milênio — e apesar de todos os aspectos sombrios e terríveis —, acentua-se a busca pela “hominização”. (LÉVY, 1996, p.11).

Em geral me consideram um otimista. Estão certos. Meu otimismo, contudo, não promete que a Internet resolverá, em um passe de mágica, todos os problemas culturais e sociais do planeta. Consiste apenas em reconhecer dois fatos. Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de

comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano.

(LÉVY, 1999, p.11)

Já Cebrián (1999, p.82) vê as redes como um espaço aberto para todo tipo de cidadãos e instituições, inclusive marginais, defensores de um pensamento alternativo, grupos de delinquentes, bandos terroristas, máfias organizadas e tantos outros movimentos anti-sociais. Segundo o autor, os governos não conseguem controlar a difusão de tais pensamentos e expressões, pois não há fronteiras na rede, o que dificulta seu controle. No entanto, a rede só reflete o que existe na sociedade de uma forma geral e a legislação já está sendo estudada a fim de contemplar os crimes *on-line*.

Mas Cebrián (1999, p.153) tem outras ressalvas. Ele acredita que assim como há milhões de cibercidadãos submersos na rede, convencidos de que essa é a grande resposta para suas ânsias de liberalismo, contestação à autoridade e autonomia pessoal, há uma tendência oposta de concentração de poder e de controle do sistema.

Resumindo a posição de Cebrián (1999, p.154), a sociedade digital pode se mostrar um grande instrumento de igualitarismo, mas também pode se transformar em uma forma ampliada de dominação. “Aqui está o mais sublime e aterrador dos paradoxos de nossa existência moderna. O homem, inventor e dono da tecnologia, contempla hoje a ameaça de converter-se em seu escravo”.

Na visão de Santaella (in PRADO, 2002, p.54), utopistas como Negroponte e Lévy acreditam na magia da tecnologia e que o capitalismo é um mecanismo justo, racional e democrático. “Nessa posição apolítica deixam de ver que, sob o semblante de um espaço aberto, livre e infinitamente navegável, as redes estarão sendo crescentemente reguladas pelos mecanismos reinantes do mercado capitalista”.

O que a autora quer dizer é que o ciberespaço não está emergindo de um reino inocente, mas vem sendo produzido pelo capitalismo contemporâneo e está impregnado de formas culturais e paradigmas que são próprios do capitalismo global.

Caparelli (in PRADO, 2002) e Cebrián (1999) acreditam que há uma crescente divisão entre aqueles que têm acesso fácil à informação e aqueles que são privados disso. Essa tendência faz com que os primeiros dominem os recursos de informação de que todos necessitam para sobreviver e prosperar.

Segundo Sartori (1997, p.43), as características da Internet são positivas quando se busca adquirir novas informações e conhecimentos, mas afirma que a maioria dos usuários não quer isso.

A paidéia do vídeo promete promover para a Internet analfabetos culturais que irão esquecer rapidamente o pouco que foram obrigados a aprender na escola, e portanto analfabetos culturais que matarão o tempo na Internet, um tempo vazio na companhia de “almas gêmeas” esportivas, eróticas, ou entretidos em pequenos hobbies.

(SARTORI, 1997, p.43).

Um das posições mais negativas é a de Virílio (1999, p.73) sobre a crise de sociabilidade gerada pela tecnologia digital.

Com o iletrismo e o analfabetismo, delineia-se a época dos micros silenciosos, do telefone mudo, não mais em pane técnica, mas em pane de sociabilidade, porque logo não teremos mais nada a nos dizer, nem realmente tempo de dizer – pois, antes de tudo, não saberemos mais como fazer para escutar ou dizer alguma coisa, assim como já não sabemos bem o que escrever, apesar da revolução do fax, que deveria, por assim dizer, reativar a atividade epistolar.

(VIRILIO, 1999, p.73)

Virílio (1999, p.74) é tão crítico em sua visão a respeito desse assunto, que afirma que, depois da extinção da multiplicidade de dialetos das tribos e das famílias em proveito da linguagem acadêmica, há agora a aniquilação da palavra, “desaprendida em proveito do vocabulário global do *e-mail*”. Na opinião do autor, pode-se agora imaginar “uma vida planetária tornando-se progressivamente uma história sem palavras, um cinema mudo, um romance sem autor, quadrinhos sem balão...”

Na virada do século XX para o século XXI, o universo da comunicação e da informação está radicado no espaço da pós-modernidade, livre mercado, livre competição, marketização, estetização, virtualidade, nihilismo, transcomunicação, *laissez-faire*, *laissez-passer*, pastiche, rede, ultraliberalismo, *just in time*, razão cínica, globalismo, supernada, pluralidade, cibertecnologias, hedonismo, velocidade, presenteísmo, simulacro, localismo, orgia semiótica, pós-história e fundamentalismos. (...) Essa é uma era caracterizada por mutações, hiperdiscursos e metalinguagens. É o espaço da anomia, da crise do sentido, dos vazios teóricos e, ao mesmo tempo, ambigualmente, do avanço da tecnologia, da transnacionalidade da cultura e da economia e da absolutização da ciência.

(MELO, PERUZZO, KUNSCH, 2003, p.28)

Para finalizar, Sartori (1997, p.40) cita Lépri, que diz: “a Internet é um grande mar onde é apaixonante navegar (...), mas um mar que, depois de alguns dias de pequena cabotagem, preferimos olhar sem sair do porto”.

A posição dos autores citados é relevante, pois discute os meios eletrônicos e seus usos sociais, admitindo o paradoxal na vida contemporânea. Não é possível contentar a todos e nem fazer com que vislumbrem o potencial do ciberespaço. Existem otimistas, pessimistas, indiferentes com relação a tudo. Com a Internet não poderia ser diferente.

1.12 Evolução Tecnológica Permite Visualizar um Futuro Possível

O futuro parece ser impensável em função das mudanças constantes e velozes que acontecem nas tecnologias de comunicação. Alguns autores como Negroponte e Lemos têm contribuições com relação a imaginar esse cenário futurístico. Nada pode ser comprovado, mas as suposições são feitas com base em indícios atuais.

Negroponte (2002, p.12) descreve o seu cenário, dizendo que abotoaduras ou botões poderão se comunicar entre si por intermédio de satélites de órbita baixa e isso acarretará em um poder de processamento superior ao dos micros atuais. Os telefones, na visão do autor, não ficarão tocando até que o atendamos, pois sozinhos receberão, classificarão e responderão às chamadas. Ele ainda crê que os meios de comunicação se massa serão redefinidos por sistemas de transmissão e recepção personalizada de entretenimento e que as escolas parecerão mais com museus e playgrounds onde as crianças poderão desenvolver idéias e se comunicar com outras crianças do mundo todo.

Em 20 anos, diz Negroponte (2002, p.12), o que será visto ao se “olhar por uma janela poderá estar a 8 mil quilômetros e seis fusos horários de distância. Ao assistirmos a uma hora de televisão, aquilo que assistimos poderá ter sido transmitido para nossos lares em menos de um segundo”.

Quem pensa que essas mudanças são apenas grandes sonhos, se engana. Algumas já são realidade mas, muitas vezes, ainda não estão disponíveis para as pessoas em geral. No entanto, esse desenvolvimento tecnológico sem precedentes em termos de tempo não é de se assustar com outras possibilidades que estão por vir.

O milênio promete um panorama muito diferente do atual. Negroponte (2002, p.141) acredita que os homens falarão mais com máquinas do que com outros seres humanos. Com relação a isso ele diz: “No que se refere a conversar com objetos inanimados, o que mais parece incomodar as pessoas é sua própria autoconsciência”.

A miniaturização dos computadores também é outro fator decisivo para que essas mudanças aconteçam. Essa miniaturização irá conduzir ao aperfeiçoamento da sintetização e do reconhecimento da fala, que se tornará a interface homem-máquina predominante no tocante a objetos pequenos. “O reconhecimento da fala em si não precisa estar presente em cada abotoadura ou pulseira de relógio. Pequenos dispositivos poderão, mediante telecomunicação, solicitar e fornecer ajuda entre si. O fato é que o tamanho reduzido requer o uso da voz”. (NEGROPONTE, 2002, p.142).

Lemos (in PRADO, 2002, p.121) afirma que a miniaturização e a potência de processamento vão levar os computadores para dentro dos corpos humanos, criando o que se chama de cyborgs. Na verdade, essa possibilidade assusta a maior parte das pessoas, já que têm a idéia de que não se pode misturar o corpo humano (natural) com a técnica (artificial).

Mexer no humano causa constrangimentos já que “brincamos de Deus”. No entanto, o homem (a cultura), forma-se no processo de controle e dominação da natureza. Ele é artificial por natureza. O corpo natural, sem influência de culturas e técnicas, não existe. Estamos, na cibercultura, perseguindo a humanização, agenciando processos artificializantes. Como diz Stelarc, o corpo humano torna-se obsoleto.

(LEMOS in PRADO, 2002, p.121).

O que se quer mostrar com este tópico é que os velozes avanços técnicos apenas tiveram seu impulso com a Internet. As possibilidades que estão por vir são inimagináveis e, com certeza, continuarão modificando o modo de vida das pessoas.

Depois de expor a visão de diferentes autores a respeito da Internet e suas conseqüências sociais, será feita, no próximo capítulo, uma descrição do portal “Comunique-se”, que é objeto de estudo deste trabalho, a fim de dar base a uma análise sobre como as diferentes teorias da comunicação se aplicam na formação da sua comunidade virtual.

CAPÍTULO 2

PORTAL “COMUNIQUE-SE” COMO FORMADOR DE UMA COMUNIDADE VIRTUAL DE COMUNICAÇÃO

2 PORTAL “COMUNIQUE-SE” COMO FORMADOR DE UMA COMUNIDADE VIRTUAL DE COMUNICAÇÃO

O portal “Comunique-se”, disponível em www.comunique-se.com.br, é considerado o primeiro portal brasileiro voltado exclusivamente para profissionais de comunicação. Em 10 de setembro de 2004 completou três anos, tendo como missão divulgar notícias de bastidores do mercado jornalístico brasileiro, colocar em discussão aspectos práticos e éticos da profissão e também fornecer ferramentas de apoio para o trabalho diário de jornalistas de todo o país.

Além disso, o portal oferece um portfólio de serviços voltados para a otimização do trabalho de assessorias, departamentos de comunicação e empresas que têm necessidade de se relacionar com a imprensa. “São ferramentas inovadoras no mercado de comunicação, todas facilmente adaptáveis às necessidades de qualquer empresa” (COMUNIQUE-SE, 13 set 2004).

Rodrigo Azevedo, presidente e criador do “Comunique-se”, em entrevista para a realização deste estudo, diz que o principal objetivo do portal é ser a maior comunidade de comunicação do Brasil e a primeira empresa em relacionamento on-line com a imprensa.

A idéia de Azevedo surgiu de sua formação acadêmica em Tecnologia e Marketing e de sua experiência profissional. Ele trabalhou por dois anos no Jornal do Brasil, usando tecnologia para facilitar o trabalho de jornalistas. Depois foi para a FSB Comunicações, uma das maiores assessorias de imprensa do país, onde também pôde utilizar tecnologia para facilitar o trabalho dos assessores. Nos seis anos em que esteve trabalhando para essa empresa, acabou se especializando em disponibilizar tecnologia a fim de facilitar o trabalho de comunicação.

Azevedo conta que, em 1997, criou uma ferramenta para que as empresas pudessem se organizar e disponibilizar informações a seu respeito para os jornalistas. Logo depois ele diz ter inventado outra ferramenta para disponibilizar clipping (serviço profissional de apuração, coleção e fornecimento de recortes de matérias publicadas em jornais e revistas a respeito de determinado tópico, pessoa, instituição etc.) em formato digital. “Enfim, já há bastante tempo vinha trabalhando em serviços para facilitar o trabalho do profissional de comunicação”.

De acordo com Azevedo, no final de 1999, ele já tinha um modelo de negócios que incluía: realização de coletivas por meio da Internet, banco de dados de jornalismo atualizado, sites para organizar e disponibilizar informações de empresas para jornalistas, pesquisa de opinião com jornalistas, distribuição de informações e clipping de Internet. “Pouco depois disso, surgiu a idéia de se construir um site onde os jornalistas pudessem se informar sobre o seu setor”.

Assim, em 10 de setembro de 2001 o “Comunique-se” foi inaugurado, tendo “Um bravo centenário, tchê!” como primeira matéria publicada e que foi escrita em comemoração aos 100 anos do jornalista Plínio Saraiva.

Na época, a área de Conteúdo era atualizada uma vez por dia. Mas, por se tratar de um veículo on-line, percebeu-se a necessidade de atualizar as notícias freqüentemente ao longo do dia. Os usuários já sabem que, quando se trata de informações sobre assuntos polêmicos, movimentos do mercado, podem acessar o “Comunique-se” para terem acesso a informações detalhadas, análises e opiniões, através de artigos, dos próprios usuários. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

O presidente do “Comunique-se” diz que a equipe de profissionais responsáveis pelo portal é basicamente a mesma desde o seu início. Na área de conteúdo há uma diretora, duas repórteres e uma estagiária. Em produtos são dois gerentes, dois assistentes e um assistente da área de marketing. No setor comercial, são cinco pessoas: um gerente comercial, três gerentes de contas e um responsável pelo suporte comercial. No que diz respeito à tecnologia, são dois analistas programadores e um gerente. O design do portal fica a cargo de dois profissionais e o setor financeiro/administrativo conta com um responsável. No entanto, Azevedo conta que são quase 40 pessoas envolvidas com o portal.

O “Comunique-se” se transformou em portal em 2004, ao ser reestruturado e permitir maior interação entre usuários e entre os responsáveis pelo portal e seus usuários. Azevedo comenta: “Estamos constantemente lançando novidades para fortalecer ainda mais a comunidade. Primeiro vieram os comentários, depois o comunicador instantâneo, depois o blog-se, clube do usuário, chat e agora a possibilidade do usuário concordar ou discordar de um comentário, gerando os comentários em destaque”.

Com relação ao número de usuários, Azevedo responde que chega a ter 2.000 novos cadastros todos os meses. Sem esquecer que se trata de um público bastante específico e relativo a um universo de 60.000 jornalistas no Brasil. Ele afirma que cerca de 70% dos usuários são jornalistas e o restante se divide entre assessores de imprensa, freelancers, professores e estudantes.

O Comunique-se é a maior comunidade de jornalistas do Brasil. Nossa audiência é formada por 40 mil profissionais de imprensa, que acessam de forma recorrente o portal, seja através na navegação espontânea ou através do envio de nossa newsletter diária, com as principais informações sobre os bastidores do mundo da Comunicação. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Quando questionado se considera o portal como uma verdadeira comunidade virtual, Azevedo responde: “Sem dúvida”. Ele informa que há muita comunicação por e-mail e telefonemas, além de que, recentemente, foi criada uma lista de discussão no site de relacionamentos “Orkut”, disponível em www.orkut.com para tratar de questões relativas ao “Comunique-se”, onde milhares de pessoas trocam experiências e opiniões diversas.

Fazendo um balanço desses três anos do “Comunique-se”, vejo que acertamos muito mais do que erramos. Acertamos em optar por este mercado, em investir cada vez mais num produto que se tornou referência para jornalistas brasileiros. Ainda somos uma ‘criança’ de três anos. Somos muito novos e ainda há muitos obstáculos pela frente. Mas isso só aumenta o desafio. Não há nada mais estimulante que desafios. Quem conhece o “Comunique-se” desde o início e pára para observar o que somos hoje e o que éramos, entende do que estou falando. Estamos fazendo história e tenho certeza de que, daqui a mais três anos, não reconheceremos o “Comunique-se” novamente. O mérito todo é tanto dos funcionários, que têm importância fundamental nesse sucesso que é hoje o portal quanto dos próprios usuários. Por isso, todos nós estamos de parabéns. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Nos comentários postados na matéria “Três anos de Comunique-se”, publicada no portal no dia 10 de setembro de 2004, em comemoração ao seu aniversário, nota-se a satisfação dos usuários.

Luiz Sérgio Lindenberg Nacinovic, freelancer, diz que gostaria de cumprimentar o pessoal da equipe e a todos os que viabilizam e disponibilizam aos usuários essa abertura para debates que é o “Comunique-se”.

Nesses três anos de existência, muita coisa boa rolou, fizemos afetos, desafetos, não-afetos. A mesma revolução tecnológica que nos massacrou nos trouxe o “Comunique-se”. Enquanto eu e todos os colegas vamos ficando sentados à beira do caminho, fazemos votos que o “Comunique-se” prossiga no rumo e mantenha aberta a cancela para esta arena onde há liberdade de opinião. Longa vida para o “Comunique-se”. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

O colunista, comentarista e crítico do “Comunique-se” no Rio de Janeiro, José Paulo Lanyi, também dá o seu recado.

Bom, "suspeito" ou não, me deu vontade de escrever. O site é um marco na minha carreira. Nenhum outro meio (e olhe que trabalhei e trabalho em vários) me deu tanto prazer de produzir quanto a Internet, com sua resposta instantânea e francamente estimulante. Aqui nada passa em branco. O C-se é assim mesmo: um boteco singular com gente interessante que concorda, discorda e, como diz o Fabão, ama e odeia. Cá entre nós: escrever para jornalistas (ô raça! hehehe...) não é fácil. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Keli Vasconcelos, estudante, diz que poderia ficar dando os parabéns típicos, mas o que realmente quer fazer é agradecer.

Aqui soube mais o que este vírus chamado jornalismo, o que é mesmo essa coisa que nos transforma e nos faz ainda mais sobre a "melhor profissão do mundo". Aqui conheci jornalistas, me candidatei a vagas de emprego, fiz entrevistas para meu trabalho de conclusão de curso. Só falta mesmo é trabalhar com vocês, não é mesmo! Obrigada Comunique-se. E que estejamos juntos.

2.1 Descrição das Principais Partes Interativas do Portal “Comunique-se”

Para mostrar como o “Comunique-se” fornece as ferramentas para que se desenvolva uma comunidade virtual de comunicação, base para a formação de uma inteligência coletiva, base da cibercultura, como diz Lévy (1993, 1998, 1999, 2001, 2003), faz-se necessário apresentar algumas partes principais do portal e, principalmente, aquelas que permitem maior interação entre os usuários e entre usuários e os responsáveis pelo portal.

Em princípio, quer-se mostrar a homepage do portal, ou seja, sua página inicial, navegável por meio do endereço eletrônico www.comunique-se.com.br.

Na homepage é possível encontrar, no lado esquerdo da página, o menu vertical de login, que apresenta os tópicos de cada um dos itens do menu principal, a central de links, parceiros e anunciantes.

No centro da homepage, encontra-se o link da notícia principal, número de comentários e um trecho do último comentário postado. Logo abaixo é possível ver os destaques do menu “sala de imprensa”, com horário. Juntamente com esses campos, ainda na parte superior da homepage, é possível visualizar as colunas, com destaque da foto, tema e título da matéria.

Abaixo, ainda no centro, está disposto o campo “leia mais”, que traz informações complementares sobre as principais notícias do portal. Outro campo com horário e dos destaques do menu “sala de imprensa” se encontra mais abaixo. O espaço destinado aos destaques no campo “matéria-prima”, de informações enviadas por assessorias, se encontra, basicamente no ponto mais central da homepage. Por último, ainda no frame central da homepage, é possível ver os menus verticais, “papo na redação”, “blog-se”, “canal aberto” e “cursos on-line”.

Na parte direita da homepage, se encontra o menu de busca, links dos produtos corporativos, anúncio de coletiva on-line e o menu “sala de imprensa”.

No final do portal há informações sobre o portal, as perguntas mais frequentes, a política de privacidade, além dos campos “fale conosco”, “indique este site”, publicidade e expediente.

Depois de entrar na homepage, o usuário deve fazer seu cadastro para que possa navegar por todo o portal.



> NOVO USUARIO?

LOGIN:

SENHA:

[ESQUECEU A SENHA?](#)

Imagem 3 – menu de login do portal “Comunique-se”
(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O novo usuário, portanto, deve preencher um formulário com dados, tais como: login (nome que quer que apareça quando está on-line), senha, nome completo, sexo, e-mail, CPF e, de forma opcional, telefones, país, estado, bairro, endereço e nome que utiliza

profissionalmente. Além disso, são pedidas informações sobre como conheceu o portal (e-mail, indicação, jornal, publicidade on-line ou off-line, revista, sites de busca, outros).

O termo de contrato diz que as informações são confidenciais e discorre sobre as responsabilidades do usuário. Também é possível optar por receber informações sobre parceiros do “Comunique-se”, o informativo “Comunique-se” ou outras informações sobre o portal por meio da conta de e-mail preferível.

Depois, cada vez que o usuário quiser navegar pelo portal é necessário que forneça seu login e sua senha.

O login é a forma que o “Comunique-se” adotou para identificar os seus usuários, mantendo a segurança e a ordem. Assim, depois de efetuar o login, o usuário é automaticamente reconhecido pelo sistema e seu nome é ativado. Temos algumas áreas no Portal que, se não houvesse a necessidade do login, com certeza não poderiam existir. Um bom exemplo é a área de comentários. Sem a identificação de cada usuário no site, alguém poderia utilizar a área de comentários para se passar por outra pessoa, se auto-identificando como "William Bonner", por exemplo, e prejudicar o verdadeiro profissional, postando palavrões ou até insultando alguém em nome de terceiros. Além disso, assim que um novo usuário se cadastra no “Comunique-se”, ele é procurado por nossos operadores de cadastro para confirmar seus dados e cadastrar a empresa onde trabalha em nosso mailing. (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Depois de efetuada a entrada no portal, é possível navegar por qualquer um de seus serviços. De uma forma geral, o “Comunique-se” é dividido nas seguintes partes: homepage, prêmio, jornal da imprensa, cursos, matéria-prima, banco de empregos e produtos, que podem ser facilmente visualizadas no menu principal.



Imagem 4 – menu das principais páginas do portal “Comunique-se”
(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Para visualizar melhor o que cada uma das partes do portal oferece, é disposta uma coluna de links com os assuntos tratados em cada uma das partes. Pode-se entrar, dessa forma, na página principal ou diretamente no item que mais interessar.

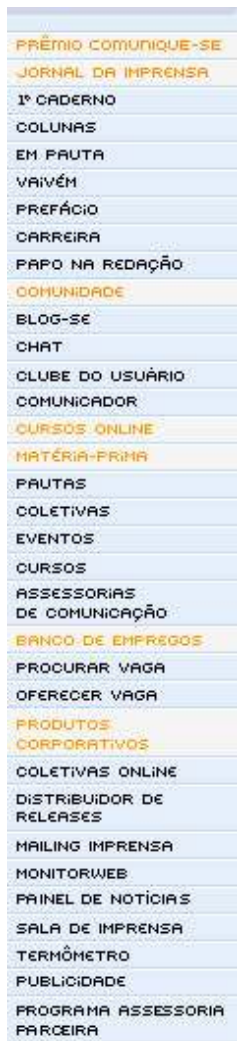


Imagem 5 - coluna de links com os assuntos tratados em cada uma das páginas do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

A central de links traz dados de sites especiais, sindicatos, associações, prêmios, legislação e blogs de usuários do “Comunique-se”.



Imagem 6 – central de links do portal “Comunique-se”

(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

A matéria em destaque, da página “jornal da imprensa”, juntamente com o último comentário postado, são um dos pontos altos do “Comunique-se”.



Imagem 7 – matéria em destaque da página “jornal da imprensa” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Para postar um comentário sobre alguma matéria do “Comunique-se”, basta estar logado e clicar na notícia a ser comentada. Abaixo do texto aparece um espaço para digitar o comentário.

Caro usuário, esse espaço foi criado para que você opine e discuta com outros jornalistas o artigo que acabou de ler.

Caracteres digitados

- ▶ Cada comentário comporta no máximo 1.000 caracteres.
- ▶ Seus comentários serão identificados pelo nome, cargo e empresa que constam em seu cadastro no Comunique-se, além da data e da hora em que foram postados.
- ▶ Mensagens ofensivas ou que contenham palavras de baixo calão serão excluídas.

ENVIAR COMENTÁRIO

Imagem 8 – espaço destinado à postagem de mensagens do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O espaço para os destaques das “salas de imprensa”, mostra as principais notícias relacionadas à empresa e o horário.



Imagem 9 – espaço destinado aos destaques da página “salas de imprensa” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O campo “leia mais” mostra as principais notícias do portal, relativas à página “jornal da imprensa”.

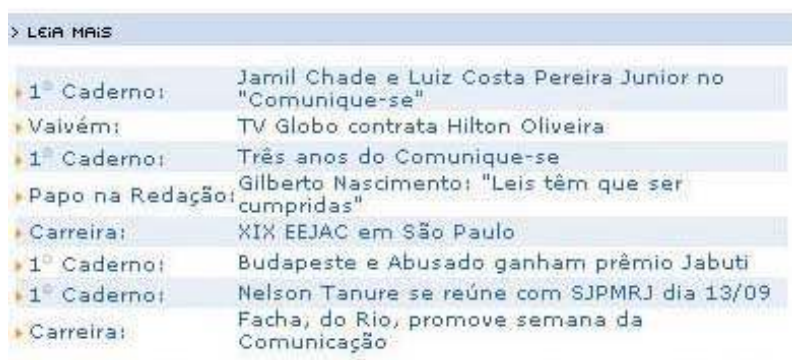


Imagem 10 – campo “leia mais” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

No espaço chamado de “matéria-prima”, os profissionais da área de comunicação podem enviar informações sobre pautas, coletivas, eventos e cursos.



Imagem 11 – campo “matéria-prima” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 13 set 2004).

No final da homepage, ainda na parte central, é possível encontrar quatro colunas verticais com os seguintes tópicos: “papo na redação”, “blog-se”, “canal aberto” e “cursos on-line”.

No campo “papo na redação”, há uma foto do próximo entrevistado, com seu nome e cargo, data, horário, os próximos convidados e também um espaço para que se coloque um endereço de e-mail, a fim de que o usuário receba um aviso 30 minutos antes do início da entrevista.

O “blog-se” traz em destaque um dos blogs mais visitados ou atualizados, mostrando um pouco de seu conteúdo e o nome do responsável. Além disso, há um link para que o usuário também faça o seu blog por meio do “Comunique-se”.

No campo “canal aberto”, é possível que o usuário escolha se quer inserir notícias para a editoria Vaivém, enviar notícias de bastidores, artigos e sugestões de pauta para a redação do portal.

O campo “cursos on-line” é destinado a todos aqueles que querem se aperfeiçoar na profissão por meio de cursos on-line e presenciais ministrados por profissionais das áreas de TV, rádio, Internet, jornal, revista e assessoria de imprensa.

Papo na Redação	blog-se	Canal Aberto	Cursos Online
 <p>Eduardo Ribeiro, - colunista do Comunique-se</p> <p>Quarta-Feira, 22/09, 15:00h</p> <p>Avise-me 30 minutos antes pelo e-mail: <input type="text"/> <input type="button" value="OK"/></p> <p>▶ Próximos Convidados</p>	 <p>Trem Azul</p> <p>Larry Rohter publicou ontem no NYT matéria com o major Curió, falando que contará sobre a Guerrilha do Araguaia em livro. -- -----Em Brasília, onde conta com poderosos patronos agradecidos...</p> <p>- Thomaz Magalhães</p> <p>BLOG-SE TAMBÉM!</p>	 <p>Escolha uma opção:</p> <p><input type="radio"/> Inserir notícias para a editoria Vaivém</p> <p><input type="radio"/> Enviar notícias de bastidores, artigos e sugestões de pauta para a Redação do Comunique-se</p> <p><input type="radio"/> Publicar sugestões de pautas, coletivas, eventos e cursos</p> <p><input type="button" value="OK"/></p>	 <p>Profissionais experientes ministram cursos online e presenciais sobre jornalismo nas áreas de TV, rádio, Internet, jornal, revista e assessoria de imprensa. Conheça o site de cursos online.</p> <p>VEJA MAIS</p>

Imagem 12 – colunas “papo na redação”, “blog-se”, “canal aberto” e “cursos on-line” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

No menu de busca, pode-se digitar a palavra que se quer encontrar seja o conteúdo, seja nome de empresas/jornalistas. “As informações profissionais que exibimos na busca rápida servem como uma vitrine e são úteis para que os profissionais encontrem uns aos outros”. (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

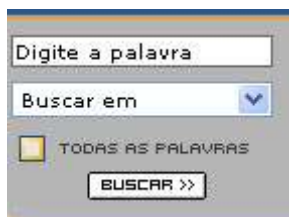


Imagem 13 – menu de busca do portal “Comunique-se”
(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Os produtos corporativos, que estão dispostos no lado direito da página, logo abaixo do menu de busca, são serviços pagos direcionados para assessorias de imprensa, departamentos de comunicação e empresas com estreito relacionamento com a imprensa. Os produtos corporativos são: coletivas on-line, distribuidor de releases, mailing de imprensa, clipping eletrônico, monitor web, painel de notícias, sala de imprensa, termômetro, prêmio “Comunique-se”, publicidade e programa assessoria parceria.

A sala de imprensa funciona como um site para as empresas dentro do “Comunique-se”. “Todo mundo sai ganhando. O jornalista encontra releases, notícias, comunicados, arquivos de foto, áudio e vídeo, clippings e muito mais. E as empresas falam diretamente com os formadores de opinião”. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

O distribuidor de releases serve para divulgar as informações de uma empresa entre os jornalistas. “Depois da segmentação entre os mais de 50 mil nomes de profissionais de nosso mailing, nós fazemos o layout do release e enviamos para os jornalistas escolhidos. E ainda fornecemos um relatório dos profissionais que receberam a mensagem, para o follow-up”. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Os eventos on-line servem para reunir em uma sala virtual do “Comunique-se” jornalistas de todo o país.

O mailing imprensa, banco de dados que facilita o contato com o profissional de comunicação, é atualizado em tempo real. Segundo informações do portal, são cerca de 56 mil registros de jornalistas e 18 mil registros de veículos de comunicação de todo o Brasil.

O termômetro é um serviço que funciona da seguinte maneira:

(...) a empresa que quer fazer uma sondagem entre os formadores de opinião informa o objetivo de sua pesquisa e seleciona em nosso Mailing o perfil do jornalista que deverá respondê-la. O Comunique-se elabora a sondagem de forma personalizada e a envia para o público-alvo, seguindo a política de privacidade

estabelecida. Os resultados são apurados em tempo real e o cliente recebe as respostas consolidadas em um relatório. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

O clipping eletrônico monitora a presença na mídia da empresa interessada.

“Nós disponibilizamos as notícias encontradas pelo software-robô também on-line, em interface personalizada, com estatísticas de resultados, diariamente”. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

O modelo comercial do “Comunique-se” se consolidou ao longo desse período. O portal transformou-se na maior empresa de prestação de serviços on-line para o mercado de comunicação corporativa. Ferramentas como Coletiva On-line, Sala de Imprensa, Distribuidor de Release e Termômetro garantem a agilidade, a credibilidade e o sucesso do trabalho de grandes empresas, dos mais diversos segmentos. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Entre os clientes que são atendidos pelo “Comunique-se” estão: Souza Cruz, Inmetro, FEC/UFF, Bovespa, Mariaca&Associates, Universo do Conhecimento, Oracle, Abrasca e Instituto Ronald McDonald.

O Programa Assessoria Parceira foi fundamental para o crescimento tanto do portal quanto das próprias empresas que aderiram a ele. Há quase 60 assessorias de imprensa e comunicação parceiras, que estão treinadas para falar sobre os serviços do “Comunique-se” para seus clientes. “Com o profissionalismo da equipe do Comunique-se, aliado ao pioneirismo de nossos serviços, este clube de parceiros tende a aumentar até o final do ano, onde temos como meta chegar a 90. A vantagens são muitas: além de acessar alguns serviços do Comunique-se com um desconto considerável, a assessoria parceira tem o nosso apoio na hora de uma apresentação ou uma venda ao cliente final”, diz Nilton Oliveira, diretor Comercial. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).



Imagem 14 – campo da “sala de imprensa” e principais clientes do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Na parte inferior da homepage há um campo destinado a expor informações sobre o “Comunique-se”, perguntas mais frequentes, política de privacidade, fale conosco, indique este site, publicidade e expediente.

No campo “Fale Conosco”, por exemplo, é possível enviar questões sobre conteúdo, navegação, produtos, anúncios, dúvidas, críticas e sugestões para os responsáveis pelo portal, bastando indicar nome, e-mail, telefone (opcional) e a mensagem. Logo abaixo, caso o usuário prefira, é exposto o endereço do “Comunique-se” em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Rua Visconde de Pirajá, 142. sala 204 - Ipanema
Rio de Janeiro, RJ - Cep: 22410-000
Tel/Fax: (21) 2513-2011

Rua Helena, 335, conj. 72 - Vila Olímpia
São Paulo, SP - CEP 04552-050
Tel: (11) 3897-0855
Fax: (11)3897-0854
(COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Outra opção é indicar o portal a um amigo, informando dados como nome e e-mail do usuário e do amigo, com envio de comentário.

A página “prêmio” trata do Prêmio “Comunique-se”, que está em sua segunda edição. Em 2004, a entrega de troféus ocorreu em 14 de setembro, em São Paulo.

Reconhecer o desempenho do jornalista pelo conjunto do seu trabalho em determinado período, em vez de avaliar um trabalho específico. Essa é a proposta inovadora do Prêmio Comunique-se de Jornalismo e Comunicação Empresarial, que também se diferencia pela forma com que os finalistas e vencedores são eleitos: através dos votos dos próprios jornalistas que frequentam o portal Comunique-se. (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Segundo informações divulgadas pelo portal, o prêmio divide-se em três fases. Em cada uma delas, o usuário só pode votar uma vez por categoria.

Na primeira, são indicados dez profissionais para concorrerem em cada categoria, com base nas sugestões da comunidade de jornalistas cadastrados no “Comunique-se”. Na segunda etapa, os jornalistas escolhem três finalistas para cada categoria e, na última fase, os mesmos eleitores decidem quem são os vencedores. Em todo o processo de definição de indicados, finalistas e vencedores, a votação é totalmente on-line, sendo as duas últimas etapas acompanhadas pela empresa de auditoria independente Deloitte. (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O prêmio “Comunique-se” é dividido nas seguintes categorias: repórter (mídia eletrônica e mídia impressa), repórter de imagem, colunista (de notícia, de opinião/articulista e social), apresentador de TV, apresentador de rádio, jornalista de economia (mídia eletrônica e mídia impressa), jornalista de esportes (mídia eletrônica e mídia impressa e locutor esportivo), jornalista de cultura (mídia eletrônica e mídia impressa), jornalista de política (mídia eletrônica e mídia impressa), jornalista de tecnologia, correspondente brasileiro no exterior (mídia eletrônica e mídia impressa), executivo de veículo de comunicação, agência de comunicação e profissional de comunicação corporativa.

O Prêmio Comunique-se de Jornalismo e Comunicação Empresarial já era um sonho desde o início do portal. Em 2002, o projeto ganhou vida e agora está na sua segunda edição. De um ano para cá, o Prêmio se aprimorou, ganhou novas categorias e subcategorias. Os profissionais de imprensa fazem uma análise dos colegas que mais se destacaram no ano anterior e dão sua contribuição para a escolha dos vencedores das 23 categorias e subcategorias. A festa de premiação reúne a nata do jornalismo brasileiro, que aguarda, com expectativa, conhecer os nomes daqueles mais reconhecidos da carreira. (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).



Imagem 15 – página “prêmio” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

A página “jornal da imprensa” traz notícias (1º caderno), colunas, pautas, um campo chamado vaivém, que é um espaço aberto para que os usuários publiquem informações sobre as movimentações nas redações (seja de assessoria de imprensa, Internet, jornal, rádio, TV, outros), prefácio (ligado à literatura), carreira (debates, cursos, palestras, seminários, etc.) e o papo na redação.



Imagem 16 - página “jornal da imprensa” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

As entrevistas feitas no portal, chamadas de “papo na redação”, são realizadas em dias alternados e duram em torno de uma hora. Qualquer pessoa pode participar, bastando se inscrever gratuitamente no “Comunique-se”. “Nomes como Carlos Nascimento, João Rodarte, Rosa Magalhães e Mônica Waldvogel já participaram do bate-papo on-line” (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Para participar da entrevista on-line é preciso estar atento aos seguintes passos: no menu de opções, selecionar sempre o entrevistado (ou entrevistados) para enviar perguntas, o que também pode ser feito por meio do moderador, que recebe e repassa as questões para o entrevistado (que irá responder diretamente na tela); também é possível conversar com outro usuário sem que o restante do grupo veja as mensagens, selecionando o nome do participante no menu de opções. No entanto, não é permitido conversar em particular com o entrevistado.

Existe, também, um limite de 500 caracteres para as questões elaboradas pelos entrevistadores. Além disso, em função do formato ser semelhante ao dos chats, ou seja, na ordem de entrada, as perguntas sempre são repetidas para que a resposta do entrevistado fique logo abaixo, evitando, assim, grandes confusões. Isso é necessário, pois muitos fazem perguntas e o entrevistado nem sempre consegue responder rapidamente às questões.

Também é preciso prestar atenção a outros detalhes:

A janela do chat é atualizada automaticamente através do nosso sistema. Porém, se por algum motivo a mesma se fechar, por favor, entre novamente no chat. (...) O site Comunique-se não pode ser fechado, caso contrário as mensagens enviadas por você ficarão anônimas e não poderão ser respondidas (COMUNIQUE-SE, 20 jul 2004).

A estrutura da entrevista tem o seguinte formato:

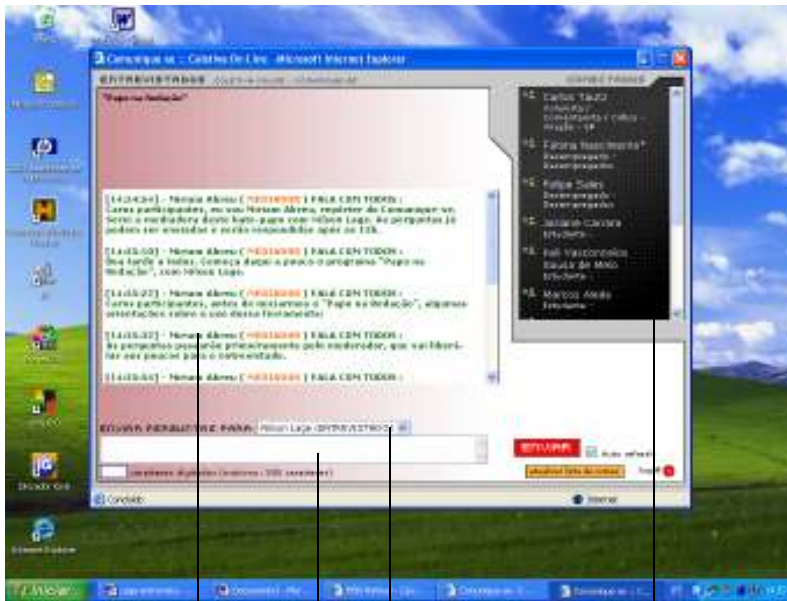


Imagem 17 – espaço de realização de entrevistas no portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 20 jul 2004)

espaço onde aparecem
as perguntas e respostas

espaço onde se escreve
a pergunta ou comentário

menu de seleção do
destino da mensagem

nome e ocupação do usuários
conectados no momento

Após o término da entrevista, é disponibilizado um arquivo em formato pingue-pongue com todo o conteúdo da entrevista. Esse material é editado e disponibilizado aos usuários que queiram ler a entrevista depois e fazer seus comentários.

Um exemplo desse tipo de entrevista on-line, possível por meio do “Comunique-se”, foi a realizada com o jornalista Nilson Lage, no dia 20 de julho de 2004. Abaixo está um fragmento do conteúdo da entrevista depois de finalizada.

**"Quem defende diploma é a indústria gráfica"
Da Redação**

Nilson Lage, jornalista e professor titular de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina, deu uma aula de jornalismo para quem participou do "Papo na Redação" desta terça-feira (20/07).

Leia o "Papo na Redação" com Nilson Lage na íntegra: (...)

[15:06:47] - Rachel Severo Alves Neuberger (Freelancer - Freelancers)
pergunta para Nilson Lage: Nilson, qual o potencial que você vê nas entrevistas realizadas por meio da internet (como essa)?

Nilson Lage responde: Elas podem ser interessantes, embora a tendência seja o ping-pong, já que as respostas são dadas às pressas. A viva voz faz o diálogo mais dinâmico, embora mantida a presteza pergunta-resposta. (...).
(COMUNIQUE-SE, 20 jul 2004)

As principais características de entrevistas realizadas na Internet são a possibilidade de conversar com pessoas que podem estar localizadas geograficamente distantes umas das outras, além do aspecto facilitador de coletividade, já que um indivíduo pode ser entrevistado por vários entrevistadores ao mesmo tempo.

Em termos de conteúdo, acredita-se que pode chegar a ter a mesma qualidade de qualquer outro tipo de entrevista. Ainda são comuns, por questões tecnológicas, as entrevistas orais, mas a tendência é que se desenvolvam em pouco tempo, dando mais dinâmica às entrevistas.

A página "comunidade" é considerada a mais importante no desenvolvimento desse estudo, pois é onde ocorre a maior parte das interações entre usuários e, portanto, é o espaço perfeito para que se desenvolva uma verdadeira comunidade virtual de comunicação.



Imagem 18 - parte superior da página “comunidade” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).



Imagem 19 - parte inferior da página “comunidade” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Nesse espaço é necessário, como foi feito com a homepage do portal, explicar mais detalhadamente cada estrutura que compõe a página “comunidade”.

O comunicador é o ponto de encontro dos usuários do “Comunique-se”. Esse espaço permite visualizar quantas pessoas estão on-line no momento, mostra quem são eles e quais as suas ocupações. Essa ferramenta torna possível conversar com quem está on-line no momento, incluir alguém como favorito, buscar outra pessoa que não esteja disponível naquele instante ou até mesmo bloquear usuários. Também existe a opção de não aparecer on-line, ou seja, permanecer oculto.

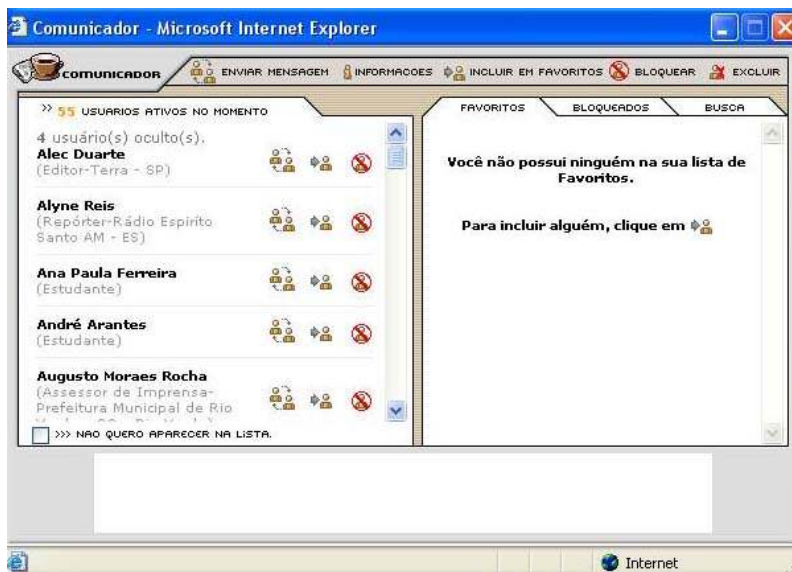


Imagem 20 - comunicador do portal “Comunique-se”
(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Ao clicar sobre o nome do usuário com quem se quer conversar, aparece uma janela com espaço para digitar a mensagem.

Essa ferramenta, conhecida como comunicador, possibilita a interação entre usuários do portal, que é o principal foco de relacionamentos do “Comunique-se”. É o espaço onde se realizam os encontros virtuais entre profissionais e estudantes de comunicação e interessados na área.



Imagem 21 – espaço para escrever para um outro usuário do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O “clube do usuário” também é uma iniciativa interessante no que diz respeito à possibilidade de interação entre os usuários. As pessoas cadastradas podem, por exemplo, obter benefícios e descontos ao participar de promoções com a carteira do clube do usuário “Comunique-se”, mas tudo ainda é bastante incipiente e conta com poucas opções.

Para usar a carteirinha, que tem validade de um mês, basta imprimi-la depois de preencher um espaço com o número da carteira de identidade do usuário e dados profissionais.



Imagem 22 – espaço do “clube do usuário” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Clube do Usuário
Comunique-se

Imediatamente.
Você que é usuário (a) do Comunique-se, além de apresentar a credencial e levantamentos do Portal, pode obter descontos, benefícios e participar de uma série de promoções com a sua CARTEIRA DO CLUBE DO USUÁRIO COMUNIQUE-SE.

Para imprimir sua carteirinha

- 1 - Preencha abaixo o NÚMERO DA SUA CARTEIRA DE IDENTIDADE (3 ou 4 dígitos ou 5 dígitos). A maioria deverá ser apresentada junto à sua Carteira de Usuário.

- 2 - Clique abaixo para DEFINIR SEUS DADOS PROFISSIONAIS:

[Definir dados pessoais](#)

- 2 - Confira seus dados e confirme

[CONFIRMAR](#)

Atenção: a carteirinha do Clube Comunique-se funciona como um "ficheiro" e tem validade de um mês.

Sugerções ou dúvidas? Intencos em parceria? Fale conosco.

Imagem 23 – página para impressão de carteirinha do “clube do usuário” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Na página comunidade também é possível encontrar um espaço destinado à manchete do dia, com a possibilidade de se fazer comentários, como acontece com todas as matérias publicadas pelo “Comunique-se”.

Manchete

E os vencedores do Prêmio Comunique-se são...
Saiba quem subiu ao palco para receber o troféu por cada uma das 23 categorias e subcategorias. A noite foi marcada por homenagens especiais e muita emoção.

↳ 16 comentários.

[COMENTAR](#)

Imagem 24 – espaço destinado à manchete do dia na página “comunidade” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O chat também é uma das ferramentas de interação entre usuários que o portal oferece. Para participar desse bate-papo, basta que a pessoa cadastrada informe um apelido e uma cor. Depois disso, basta começar a conversar. É o mesmo formato utilizado para participar de entrevistas on-line.



Imagem 25 – porta de entrada para o chat do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

O blog é outra opção que o “Comunique-se” oferece a seus usuários, a fim de que fortaleçam seus laços em comunidade, possam se expressar, trocar idéias, enfim, se desenvolver. O portal oferece todas as ferramentas para que um blog seja desenvolvido sem dificuldades pelo usuário.

Para ter uma noção mais exata do que é um blog, é interessante dizer que é uma página web atualizada frequentemente e que é composta por pequenos parágrafos apresentados de forma cronológica.

Os blogs também são uma excelente forma de comunicação entre uma família, amigos, grupo de trabalho, ou até mesmo empresas. Ele permite que grupos se comuniquem de forma mais simples e organizada do que através do e-mail ou grupos de discussão, por exemplo. Crie um blog privativo para sua equipe de trabalho discutir projetos e apresentar soluções. Ou crie um blog familiar para que seus parentes troquem notícias e fotos a todos os membros. (BLOGGER, 15 set 2004).



Imagem 26 – porta de entrada para os blogs do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).



Imagem 27 – página inicial de um dos blogs de usuários do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).



Imagem 28 – página para construção de blogs do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Na página de cursos, é possível ler notícias sobre esse assunto, ver o calendário dos cursos ministrados on-line e dos presenciais, fazer a pré-inscrição e a inscrição ou entrar em contato com os responsáveis por essa área do “Comunique-se”.



Imagem 29 – página “cursos” do portal “Comunique-se”
(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

A página “matéria-prima” permite que os usuários busquem e verifiquem pautas, coletivas, eventos e cursos, postados pelas assessorias de imprensa. Deve-se salientar que as sugestões podem ser enviadas gratuitamente. É uma das formas encontradas pelo portal a fim de incrementar o conteúdo e ainda facilitar o trabalho dos profissionais de comunicação.

A sua pauta ficará exposta na capa do “Comunique-se” junto com as últimas pautas postadas, podendo ser acessada por todos os usuários do portal na capa ou através do canal matéria-prima, segmentadas por editoria. Além disso, se for postada até as 18h, ela poderá ser selecionada pela redação para ser enviada no Informativo do “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 10 set 2004).

Logo após as matérias das coletivas, há, também, a possibilidade de que o usuário opine sobre o que acha da coletiva proposta e as opções são as seguintes: muito interessante, com grande chance de aproveitamento; interessante, mas sem chance de aproveitamento; correspondente ao foco do meu veículo, porém não a considero útil; e não correspondente ao foco do meu veículo. Ainda há a opção de imprimir o texto, enviar por e-

mail, ver outras coletivas da mesma empresa ou buscar outras coletivas das editorias finanças, pesquisa, TV e rádio e economia. Ao final, são expostos os dados de quem enviou a informação de coletiva.



Imagem 30 – página “matéria-prima” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Busca Completa

Selecione o tipo de material que você está procurando e, em seguida, clique na editoria desejada:

Data de realização:

- Coletivas
 Cursos
 Eventos
 Pautas

Agropecuária	Alimentação	Áudio / Vídeo
Capitalização	Cartas do Leitor	Cidade
Ciência	Comportamento	Construção / Imóveis
Culinária	Cultura	Decoração
Defesa do Consumidor	Desenvolvimento	Direito e Justiça
Ecologia / Meio Ambiente	Economia	Educação
Empregos	Esporte	Feminina
Finanças	Fotografia	Gastronomia
Geral	Gráficas e Papel	Imprensa
Informática	Internacional	Internet - TI
Jurídica	Lazer	Marketing
Masculino	Medicina	Meio Ambiente
Mercado de Ações	Mídia	Moda
Música	Nacional	Negócios
Opinião	Pesquisa	Petróleo
Polícia	Política	Previdência
Qualidade	Recursos Humanos	Redação
Relações Públicas/Assess. de imprensa	Saúde	Segurança
Seguro	Suplementos	Tecnologia
Telecomunicações	Terceiro Setor	Trabalho

Imagem 31 – espaço de busca de coletivas, cursos, eventos e pautas do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Jornalista, avalie esta Coletiva:

Muito interessante, com grande chance de aproveitamento.
 Interessante, mas sem chance de aproveitamento no momento.
 Corresponde ao foco do meu veículo, porém não a considero útil.
 Não corresponde ao foco do meu veículo.

 [Imprimir](#)
 [Enviar por e-mail](#)
 [Outras coletivas dessa empresa](#)
 [Mais Coletivas da\(s\) editoria\(s\): Informática, Telecomunicações, Tecnologia](#)

DADOS DA ASSESSORIA

Fonte: Gaspar & Associados
 Jornalista Responsável: Gaspar & Associados
 Tel: (11) 3037-3234
 Fax: ()
 Email: alessandra@gaspar.com.br

Imagem 32 – espaço para avaliação das sugestões de coletivas do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

No “banco de empregos”, o “Comunique-se” oferece espaços para profissionais que buscam trabalho em empresas e para empresas que estão à procura de profissionais. A empresa tem a possibilidade de inserir uma oferta, verificar as ofertas que ofereceu e ainda buscar profissionais. Os profissionais, por sua vez, podem solicitar ofertas, verificar suas solicitações e buscar ofertas de emprego. Na página também estão disponíveis dados como total de ofertas de emprego e total de ofertas de profissionais.



Imagem 33 – página “banco de empregos” do portal “Comunique-se” (COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

A página de “produtos” é destinada, basicamente às empresas ou assessorias de comunicação, mas também envolve muita interação com usuários, como é o caso das coletivas e do termômetro (questionários), por exemplo. A navegação nesse espaço é limitada, basicamente, a explicações. Quem se interessa pelos serviços deve entrar em contato com os responsáveis pelo portal.

Os produtos corporativos são coletiva on-line, distribuidor de releases, mailing imprensa, monitor web, painel de notícias, sala de imprensa, termômetro, prêmio “Comunique-se”, publicidade e programa assessoria parceira.



Imagem 34 – página “produtos” do portal “Comunique-se”
(COMUNIQUE-SE, 11 set 2004).

Além de todo o conteúdo disponível no portal, o “Comunique-se” ainda envia de segunda a sexta-feira um informativo aos usuários que se interessam por esse serviço e que contém as principais notícias do dia e algumas sugestões de pautas das assessorias. É uma maneira de estar sempre lembrando o usuário de entrar no portal e compartilhar experiências.



Imagem 35 – informativo do portal “Comunique-se” enviado aos e-mails dos usuários (YAHOO, 10 set 2004).

É preciso que fique claro que a pretensão deste estudo não é descrever cada ferramenta do portal “Comunique-se” ou mesmo o seu conteúdo. Quer-se, na verdade, dar uma idéia de um espaço que está fornecendo diversas ferramentas para que se desenvolva uma comunidade virtual de profissionais da comunicação.

A comunidade ainda é bastante incipiente, mas já mostra seu potencial ao ter criado uma lista de discussão sobre o “Comunique-se” no site de relacionamentos “Orkut”, disponível em www.orkut.com.br.

Nessa lista, o usuário tem a possibilidade de participar de fóruns, se informar sobre eventos relacionados à área de comunicação, enviar e-mails para todos os membros da lista, conhecer o perfil de cada usuário da lista e ainda sabendo de outras listas sobre assuntos similares, a fim de fortificar a comunidade virtual.

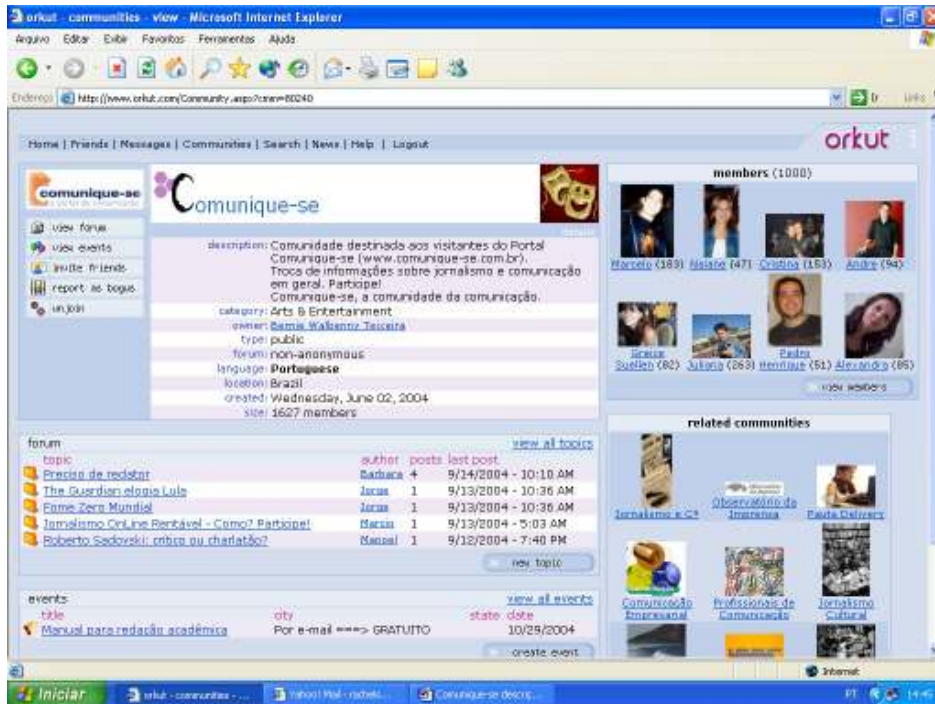


Imagem 36 – página da lista de discussões sobre o portal “Comunique-se”, disponível no site de relacionamentos “Orkut” (ORKUT, 15 set 2004).

Depois de descritas as principais partes interativas do “Comunique-se”, faz-se necessário partir para a análise das ferramentas de interação disponibilizadas pelo portal relacionando-as com o quadro teórico, exposto na primeira parte deste estudo. Antes, porém, deve-se estabelecer o perfil dos usuários do “Comunique-se”, que formam sua comunidade virtual, a fim de dar sustentação à análise final.

CAPÍTULO 3

AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO REALIZADO COM USUÁRIOS DO PORTAL

3 AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO REALIZADO COM USUÁRIOS DO PORTAL

Cerca de 50 usuários do portal “Comunique-se”, que também fazem parte da comunidade virtual de mesmo nome no “Orkut”, disponível em www.orkut.com, responderam a um questionário *on-line* para a realização dessa pesquisa, entre 8 de julho e 29 agosto de 2004.

O questionário, de dez perguntas, foi enviado aos *e-mails* dos mais de mil participantes da lista do “Orkut”, mas somente uma pequena parcela, 5%, respondeu às perguntas para a realização deste estudo. Nota-se, portanto, uma participação pouco significativa em prol de algo que poderia ser considerado importante para a consolidação da comunidade virtual do “Comunique-se”. No entanto, a pesquisa é aceita como válida, já que mostra, justamente, que a comunidade ainda é muito incipiente, mas que já existe uma participação ativa de alguns de seus membros.

A maioria dos entrevistados que responderam ao questionário é do sexo feminino, atingindo 75%, enquanto os homens representam 25%.

Pode-se detectar que os entrevistados são bastante jovens, uma vez que 70% têm idade entre 20 e 29 anos, e 19% têm de 30 a 39 anos. Portanto, 89% dos entrevistados têm menos de 40 anos. Os que têm idade acima de 40 anos perfazem somente 11%.

Em relação à categoria ocupação, observou-se que 81% são jornalistas que trabalham como repórteres, editores, assessores e professores, enquanto que 19% são estudantes de comunicação.

Quanto à procedência dos entrevistados, foi verificado que 79% são da região Sudeste, especialmente moradores do estado de São Paulo. As demais regiões citadas, como Sul, Nordeste e Centro-Oeste, atingiram a mesma percentagem de 7% cada.

Concluindo, pode-se dizer que a maioria dos entrevistados são mulheres, jornalistas, com idade inferior a 40 anos e residentes no estado de São Paulo.

O “Orkut”, criado pelo engenheiro Orkut Buyukkokten, do Google, é, de acordo com Assis (5 set 2004), “um *site* de relacionamentos que permite que o internauta tenha sempre, a um clique do mouse, uma lista de amigos chegados e comunidades com perfis semelhantes”. Para fazer parte desse “clube” é preciso ser convidado por alguém que já seja

cadastrado. Vale dizer, portanto, que o “Orkut” é uma poderosa ferramenta de comunicação e de integração entre seus membros.

Depois de receber o convite, o novo usuário tem que passar por uma bateria de perguntas. “Uma mistura de jogo da verdade com entrevista para vaga de emprego, que servirá para que os velhos conhecidos se “achem” na rede e também para que novas amizades se estabeleçam, por meio de afinidades”, comenta Assis (5 set 2004).

Ah, sim: “Orkut” é uma comunidade virtual na qual só se entra após um convite feito por alguém que já está lá dentro. Aceito o convite, preenche-se o perfil e, basicamente, tem-se acesso aos demais membros e aos grupos de interesse, que vão desde turmas de colegas de escola a entusiastas da rede mundial de busca por inteligência extraterrestre, o SETI@home. Além, claro, da chance de declarar e ser declarado “cool”, “trusty” e “sexy”, de ganhar fãs e de escrever (ou receber) elogios públicos dos amigos. (ORSI, 5 set 2004).

Criado em fevereiro de 2004, o “Orkut” é, sem dúvida, o mais novo fenômeno da Internet. Em fevereiro de 2005 já eram quase 4 milhões de internautas, sendo que 62,46% dizem ser brasileiros. Os Estados Unidos vêm em segundo lugar no ranking dos países com mais membros (11,24%), seguido por Irã (7,72%) e Paquistão (3,11%).

Mas o que diferencia o Orkut de outras comunidades virtuais para justificar tamanho sucesso? Na opinião de Coscarelli (5 fev 2004), a resposta é simples.

(...) ele possibilita ao usuário criar uma página personalizada na qual exhibe fotografias e dados pessoais, ou seja, ele dá uma “cara” ao participante, dando um charmoso ar de intimidade à comunidade. Outro diferencial é que ele permite que você navegue pela rede de relacionamento de seus amigos ou conhecidos, uma forma um pouco mais palpável de comprovar a famosa teoria de six degrees (que defende que com seis relacionamentos você pode ter acesso a qualquer pessoa no mundo) ou aquela piada de que todo mundo conhece alguém que conhece alguém que conhece o Kevin Bacon.

Para verificar o número de adesões de pessoas à lista de discussão do “Comunique-se” no “Orkut”, onde foram realizadas as entrevistas com os usuários do portal, foi feito um levantamento comparativo em agosto e setembro de 2004, levando-se em consideração o período de 16 a 20 de cada mês (agosto e setembro).

Em 16 de agosto de 2004, o número de participantes da lista correspondia a 1093, sendo que a lista tinha apenas dois meses. Ao finalizar o período avaliado, no dia 20 de agosto, já havia 1172 usuários cadastrados, o que significa que houve um aumento de 7% em apenas 5 dias.

O mesmo período foi avaliado no mês de setembro de 2004. Assim, constatou-se que no dia 16 havia 1639 pessoas cadastradas na lista do “Comunique-se”, disponível no “Orkut”. No dia 20 de setembro, o número era de 1694 usuários cadastrados, o que corresponde a um aumento de 4%.

Os dados foram sempre colhidos às 12 horas de cada dia. Para que fique mais visível, serão expostas as informações relativas a cada dia.

No mês de agosto, portanto, eram 1093 usuários cadastrados no dia 16, 1121 no dia 17, 1133 no dia 18, 1151 no dia 19 e 1172 no dia 20. Em setembro, os números eram: 1639 no dia 16, 1658 no dia 17, 1672 no dia 18, 1686 no dia 19 e 1694 no dia 20.

Em 15 de fevereiro de 2005, o número de participantes da lista de discussão do “Comunique-se” no “Orkut” era de 3.717.

Já inserida nesse espaço virtual de relacionamentos, foi possível aderir à lista de discussões do “Comunique-se” e entrevistar seus participantes por meio de *e-mails*. Essa comunidade é destinada aos visitantes do “Comunique-se” para troca de informações sobre jornalismo e comunicação em geral.

As questões feitas aos internautas foram as seguintes:

- 1) Há quanto tempo você navega na Internet?
- 2) Há quanto tempo você navega pelo *site* “Comunique-se”?
- 3) O que você acha do *site*?
- 4) O que você costuma fazer nesse *site*?
- 5) Como você considera o seu grau de participação?
- 6) Quantas vezes por semana você costuma entrar no *site*?
- 7) Você se considera parte de uma comunidade virtual de jornalistas?
- 8) Há quanto tempo você participa dessa lista no “Orkut”?
- 9) O que você acha dela?
- 10) Você faz muitos amigos *on-line* ou consegue melhorar profissionalmente em função dos contatos?

Com relação à primeira questão, a maior parte dos usuários navega no ciberespaço de quatro a nove anos. Tendo em vista que a Internet comercial no Brasil teve início em 1995, vê-se que há algumas pessoas que a utilizam desde o princípio.

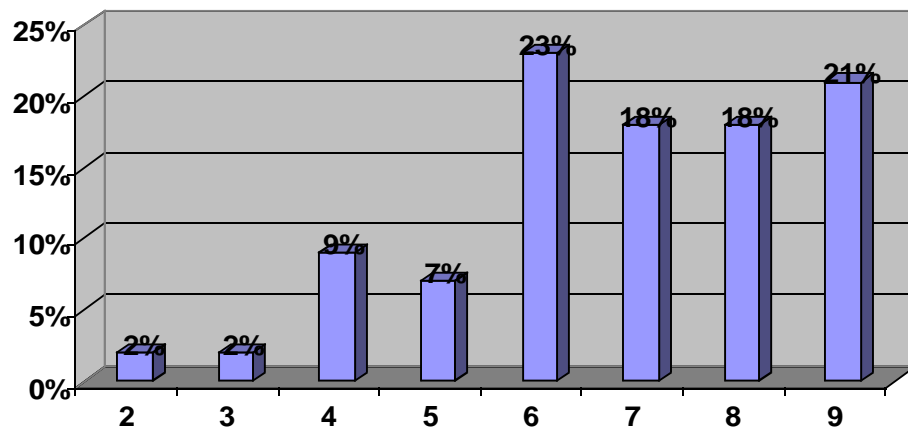


Gráfico 1 – Há quanto tempo os usuários navegam na Internet em anos

A segunda pergunta feita aos jornalistas, professores, estudantes e demais profissionais da área de comunicação mostra que a maior parte deles já navega no *site* há mais de dois anos, ou seja, desde a sua implantação. L. R., sexo feminino, jornalista, 36 anos, região centro-oeste, diz ser uma das primeiras assinantes. “Acessei o *site* pela primeira vez por acaso. O principal motivo é estar por dentro das informações dirigidas à minha profissão”.

L. G., sexo feminino, estudante, 21 anos, região sudeste, afirma que entrou no *site* “Comunique-se” em 2003, ano em que estava no primeiro ano da faculdade de jornalismo. “Pude manter contato mais próximo com essa esfera por meio do *site*, que foi mencionado pelos professores em sala de aula”.

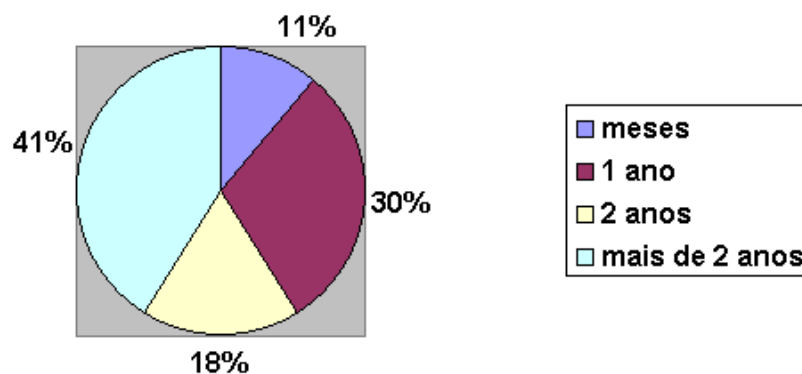


Gráfico 2 – Há quanto tempo os usuários navegam pelo portal “Comunique-se”

Em função do caráter subjetivo da terceira questão, há um leque de possibilidades de respostas dos usuários. A maioria respondeu que acha o portal excelente, completo, direcionado a profissionais e estudantes da área de comunicação. Além disso, o consideram muito rico em termos de conteúdo, ou seja, em notícias, entrevistas, ofertas de emprego, etc.

A interatividade possível por meio do portal também foi um dos pontos mais destacados pelos usuários, que acreditam no poder democrático do “Comunique-se” em função da sua posição crítica e por possibilitar que sejam feitos comentários das notícias e artigos. Isso sem esquecer da interação possível entre seus membros por meio da comunidade virtual e entre outros profissionais convidados a dar entrevistas *on-line* para todas as pessoas cadastradas.

Outra questão levantada diz respeito à fácil navegabilidade do portal em função de uma perfeita interface e do design moderno e limpo.

A minoria não concorda com o planejamento gráfico do portal e outros ainda acreditam que ele já foi melhor em termos de conteúdo.

L. Z., sexo masculino, jornalista, 22 anos, região sudeste, diz que acha o portal “Comunique-se” muito interessante, pois além de informar por meio das notícias, ainda é possível conversar (bater-papo) com outros colegas”.

L. G. acredita que o portal é muito interessante, pois sempre aborda temas e realiza discussões que são destaques no âmbito do jornalismo. “É uma chance de expormos nossa opinião a respeito de matérias e poder entrar em contato com pessoas já credenciadas e de renome a um click do mouse”.

M. S., sexo feminino, jornalista, 30 anos, região sudeste, afirma que entra no *site* quase todos os dias para verificar o que tem de novidades, encontrar alguns amigos *on-line* e também verificar as dicas de empregos.

N. T., sexo feminino, estudante, 21 anos, região centro-oeste, diz que o portal é muito bom para estudantes. “As informações disponibilizadas pelo *site* são uma grande escola e considero como parte do processo de formação do jornalista, principalmente porque o que o *site* disponibiliza não se aprende na faculdade”.

“Acho que o *site* é um veículo rápido, de fácil acesso, interativo, com o foco no jornalista e em todos os âmbitos da profissão”, afirma P. C, sexo feminino, jornalista, 26 anos, região sudeste.

A. R., sexo feminino, jornalista, 25 anos, região sudeste, diz que gosta da interface e da navegabilidade do portal. “Gosto do leque de colunistas. Considero o portal bem abrangente no que diz respeito aos conteúdos e à formação de uma comunidade. Os usuários podem conversar *on-line* pelo comunicador, por exemplo”.

Para resumir, B. V., sexo feminino, jornalista, 25 anos, região centro-oeste, afirma que acha o portal “Comunique-se” democrático.

Ao serem questionados, na quarta pergunta, a respeito do que costumam fazer no portal, os usuários responderam que lêem notícias, fazem comentários, participam de *chats*, procuram ofertas de emprego, sugerem e buscam pautas, lêem artigos, participam de coletivas, criam e entram em *blogs*, buscam informações sobre cursos e respondem enquetes.

N. T. afirma que participa das coletivas, lê notícias, faz comentários e também lê os *blogs*. “Além do que, o comunicador é uma das melhores ferramentas que existem”. Na opinião de R. A., sexo feminino, jornalista, 29 anos, região sudeste, sua principal atividade no portal é ler notícias e artigos, “geralmente direto das matérias selecionadas pelo *e-mail* que recebo diariamente do próprio portal”.

T. M., sexo masculino, jornalista, 54 anos, região sudeste, afirma que lê notícias e matérias escolhidas pela redação. Segundo o entrevistado, ele faz muitos comentários, mas não costuma participar de *chats* nem de coletivas.

“Tenho *blog*, leio notícias, mas poucas vezes deixo comentários. O chat é uma forma de achar velhos amigos e de fazer novos”, diz T. J., sexo feminino, jornalista, 25 anos, região nordeste.

B. P., sexo feminino, estudante, 22 anos, região sudeste, diz que faz de tudo um pouco. “Navego bastante. Tenho um *blog*, participo regularmente dos *chats* e coletivas e também entro diariamente para ler as notícias. Sempre recebo o newsletter”.

C. M., sexo feminino, jornalista, 32 anos, região nordeste, expõe que, na maior parte das vezes, apenas lê e assiste as coletivas, mas também costuma opinar. “Ainda não enviei matérias ou pautas para o *site*, mas acho que ainda farei isso”.

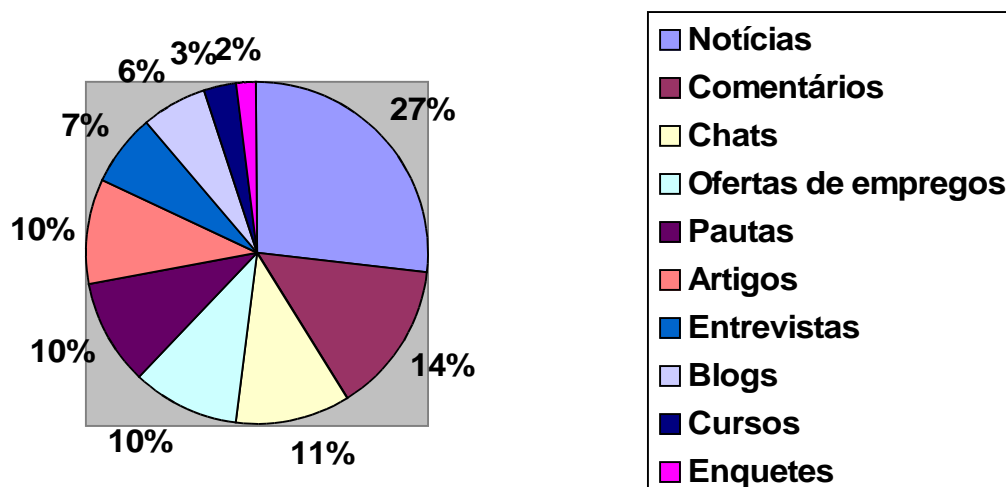


Gráfico 3 – Usuários definem suas principais atividades no portal “Comunique-se”

A quinta pergunta diz respeito a como os usuários consideram o seu grau de participação no portal. Cerca de 57% dos entrevistados responderam que a avaliam como baixa. Muitos dizem não ter tempo suficiente, mas que gostariam de participar mais.

Outros 32% consideram sua participação como média e o restante, 11%, a consideram como alta, pois lêem notícias, participam de discussões, fazem comentários, etc.

Tendo em vista que somente 5% dos participantes da lista no “Orkut” responderam ao questionário e que a maioria, 57%, dos entrevistados considera a sua participação como baixa, pode-se dizer que a comunidade virtual do “Comunique-se” ainda é muito frágil. Porém, não deve ser vista como insignificante, pois a Internet está crescendo e as pessoas, gradativamente, estão mudando e se tornando mais ativas no processo de comunicação por meio de uma mídia.

Quantas vezes por semana o usuário costuma navegar pelo portal é a pergunta seis. As respostas foram variadas, não havendo um número mais concentrado de vezes por semana.

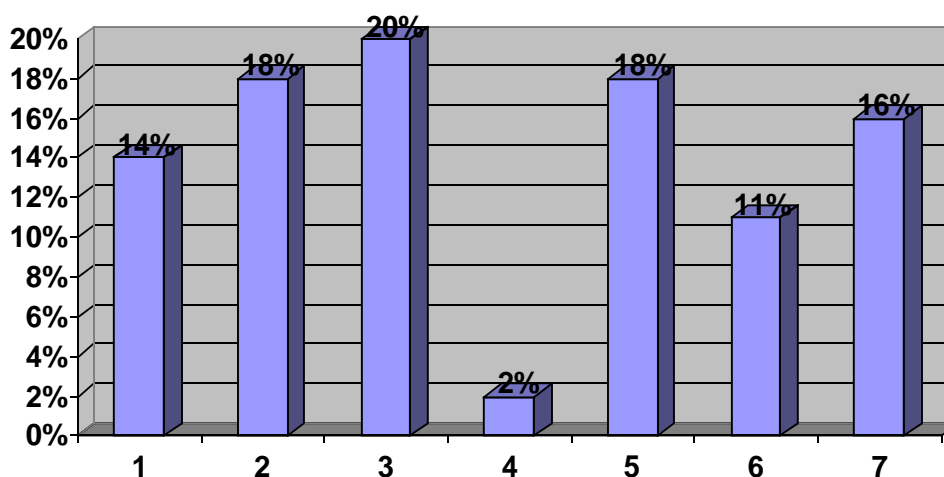


Gráfico 4 – Número de vezes por semana que os usuários entram no *site*

A pergunta sete é a seguinte: “Você se considera parte de uma comunidade virtual de comunicação?” 84% dos entrevistados respondeu que sim. Alguns se consideram parte da comunidade virtual porque divulgam e compartilham informações e outros, simplesmente, por a freqüentarem e a observarem.

É interessante notar que a maioria deles se considera parte desse grupo, embora sua participação não seja freqüente nem ativa. P. M., sexo masculino, jornalista, 25 anos, região sul, se sente parte de uma comunidade, embora com pouca participação. “Sou mais apreciador do que as pessoas escrevem do que propriamente um membro ativo da(s) comunidade(s)”.

A. M., sexo feminino, estudante, 22 anos, região sul, acredita que fazer parte de uma comunidade virtual é uma forma de estar integrada a pessoas experientes, aprender mais e tudo isso de forma bastante acessível.

A oitava questão diz respeito ao tempo em que os membros fazem parte da lista de discussões sobre o “Comunique-se” no “Orkut”. Nota-se uma adesão muito recente, já que a lista foi criada em junho de 2004, praticamente um mês antes do início das entrevistas, que foram encerradas no fim de agosto. Mas como se pôde notar anteriormente, a maioria dos membros se sente parte dessa comunidade virtual.

36% das pessoas entrevistadas responderam que faziam parte da lista há um mês, sendo que 32% há menos de um mês e os outros 32% há cerca de dois meses.

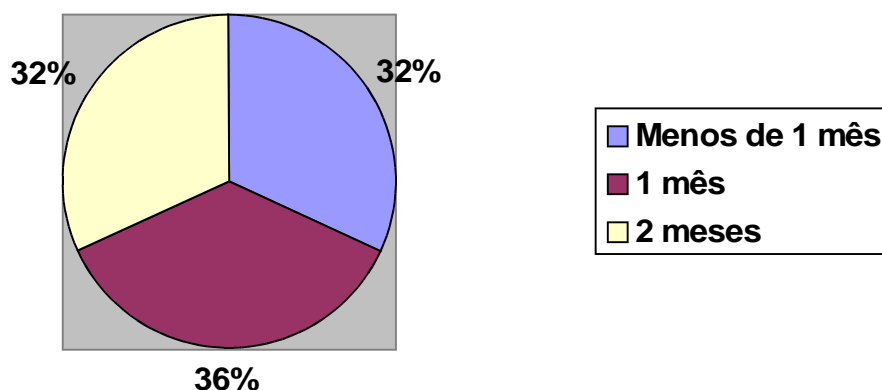


Gráfico 5 – Há quanto tempo os entrevistados são membros da lista no “Orkut”

A pergunta nove é sobre a opinião dos membros sobre a lista do “Comunique-se” no “Orkut”. As respostas são as mais variadas. Alguns dizem que é legal, por ser informativa e por trazer muitas novidades sobre a carreira. Outros a acham simplesmente interessante. Há inclusive os que não têm opinião formada pelo pouco tempo que fazem parte dessa comunidade, mas que, mesmo assim, acreditam no seu potencial e esperam fazer muitos contatos na área por meio dela.

A questão primordial é a troca de experiências por meio da interação entre seus membros. A. M. diz que “é o espaço de quem acompanha o “Comunique-se” no “Orkut”. Segundo o entrevistado, amplia as discussões geradas no *site*. F. R., sexo feminino, jornalista, 26 anos, região sudeste, é da mesma opinião, pois acredita que a lista é “um veículo muito interessante de integrações entre pessoas com interesses semelhantes”.

É interessante, segundo L. G., pelo mesmo motivo do *site* “Comunique-se”. De acordo com o entrevistado, “há uma liberdade em se manter contatos, falar com quem interessa, abordar temas nos fóruns, fazer novas amizades, compartilhar idéias de uma forma confortável, que sem a tecnologia atual seria difícil de estabelecer”.

Mas nem todos são tão positivos com relação a isso. Alguns acham que ainda pode melhorar muito e que os tópicos são muito repetitivos e pouco criativos. No entanto, F. L., sexo feminino, estudante, 23 anos, região sudeste, diz que, mesmo assim, é interessante acompanhar. G. G., sexo feminino, jornalista, 28 anos, região sudeste, afirma que “faltam discussões de temas interessantes e até mesmo participação dos membros”.

Na opinião de K. B, sexo masculino, jornalista, 54 anos, região sul, a lista não possui direcionamento, nem incentivo. “Simplesmente a comunidade está lá, tipo ilha. Vai quem quer, a hora que quer, se quer. Não há atrativo, a não ser a própria ilha”.

Mas é preciso deixar claro que a maior parte das questões são favoráveis à lista e os entrevistados acreditam no seu desenvolvimento. Para muitos, ela realmente forma uma comunidade virtual.

A última pergunta é: “Você faz muitos amigos *on-line* ou consegue melhorar seu trabalho em função dos contatos?” A maioria dos entrevistados, 84%, diz que sim. Uns dizem que fazem mais amigos do que contatos profissionais, enquanto outros vivem a situação contrária, mas a maior parte se desenvolve em ambos os sentidos. Apenas 16% não faz nenhuma coisa e nem outra.

“Conheço muitas pessoas”, diz T. J. e complementa: “Meu primeiro *blog* foi feito em 2001. É inacreditável a quantidade de pessoas que entrava para fazer contato comigo por meio dele. Também conheci muita gente através do ICQ e MSN”.

C. F., sexo feminino, jornalista, 28 anos, região sudeste, diz que não faz amigos *on-line*, mas que consegue melhorar seu trabalho “porque o acesso é mais rápido, eficiente e os contatos são multiplicados através do *e-mail*”.

A. C., sexo masculino, estudante, 24 anos, região sul, assegura que faz muitos amigos na rede e que também melhora seu trabalho, “pois os contatos *on-line* facilitam bastante em função da praticidade e velocidade”.

Especificamente sobre o “Orkut”, C. O., sexo feminino, jornalista, 23 anos, região sudeste, afirma que faz amigos e muitos contatos profissionais também. “O melhor das comunidades é a proximidade que consegue entre pessoas que não se falam há muito tempo, até por falta de oportunidade”.

C. M. explica que é muito comum aprofundar suas amizades por meio da Internet. “Me ajuda bastante para os assuntos profissionais, faço muitos contatos, já que certos assuntos acabam sendo agilizados *on-line*”.

T. M. diz que tem muitos amigos *on-line*, mas que não mistura trabalho com eles. “Tenho mais amigos, relações mais densas com os que escrevem em *blogs*, com os quais também não misturo trabalho. Jamais entro em contato pessoal ou telefônico com os amigos da Internet”.

B. M., sexo feminino, jornalista, 26 anos, região sudeste, fala que namora uma pessoa há quatro anos que conheceu na Internet. “Também já fiz alguns amigos. Quanto a contatos, não fiz nenhum pela Internet, apenas cultivei os que já tinha”.

P. M. afirma que não faz muitos amigos *on-line* porque não gosta muito desse relacionamento virtual. “Ainda não consegui melhorar meu trabalho (estou desempregado), mas graças à Internet e grupos do “Orkut” consegui manter uma grande rede de contatos e enviar currículos para pessoas e/ou empresas que, não fosse pela Internet, eu nunca saberia da vaga”.

C. F. diz que ainda é cedo para avaliar as relações que tem estabelecido por meio da Internet. “Entre em diversas comunidades e acredito que é apenas uma questão de tempo para criar uma rede bem interessante”.

A opinião de L.A., sexo feminino, jornalista, 27 anos, região centro-oeste, é de que as possibilidades da Internet são tão interessantes que pretende até fazer doutorado nessa área.

Buscando compreender melhor a natureza dos laços sociais criados nessas comunidades virtuais, optou-se por uma sondagem realizada com usuários do *site* de relacionamentos “Orkut”, lançando a pergunta: - “Você tem o sentimento de pertencer à comunidade do “Orkut” do mesmo jeito que você sente que pertence ao seu grupo de amigos fora do virtual?” A pesquisa foi realizada por *e-mail* e através de um fórum de debates na comunidade virtual do “Comunique-se” no “Orkut”.

O fórum teve início no dia 7 de março de 2005 e ocorreu até o dia 16 de março, mas somente cinco pessoas, de 4.279 membros, tomaram parte, sendo que este foi um dos debates que mais geraram discussão, tendo em vista a participação contínua dos cinco debatedores. Outros fóruns nem chegam a receber nenhum comentário.

Não se quer neste trabalho discutir a qualidade do conteúdo do portal “Comunique-se” ou da sua comunidade no “Orkut”, mas verificar o grau de participação de seus membros, tendo em vista a disponibilidade de ferramentas de interação e averiguar como se sentem em relação às comunidades virtuais e aos laços sociais que cria.

R.G., sexo masculino, jornalista, 35 anos, região sudeste, responde à questão dizendo que não se sente pertencente à comunidade do “Orkut” assim como à formada por seus amigos “reais”, pois, segundo ele, no amigo é possível sentir a presença, o calor. “A comunidade ou mesmo a Internet nos pertence. Fazemos com ela o que quisermos e não o contrário. Aqui tudo pode ser uma brincadeira ou uma válvula de escape para descarregarmos nosso estresse”.

O “Orkut” para mim é mais um modismo com suas inúmeras comunidades de vaidosos discutindo inutilidades. A curiosidade me encorajou a navegar, mas os

debates raramente vêm acompanhados de aprofundamentos. São rostinhos sorridentes, uma espécie de flerte na Internet. Aqui todo mundo é feliz, bonito, rico, inteligente, capaz, famoso, musculoso, viril, erudito. Aonde estão os comuns? Procura-se uma pessoa comum!!!

(R.G.)

J.R., sexo feminino, estudante de artes cênicas, 25 anos, região sudeste, diz que a maioria de seus amigos virtuais são também seus amigos reais. “Mas, muitas vezes, sinto-me mais ‘em casa’ em determinadas comunidades do “Orkut” do que com certos grupos de amigos”. Ela ainda comenta que, em razão de gostar muito de ler, acaba fazendo parte de comunidades relacionadas a escritores ou livros. “Mesmo que não participe ativamente, estou sempre olhando as comunidades. Assim vou aprendendo e conhecendo pessoas.” J.R. confessa que faz parte de algumas comunidades apenas por se identificar com o nome dela, mas outras, no entanto, procura estar sempre participando. E complementa: “De forma geral, não sei ainda o tamanho da influencia do “Orkut” na minha vida, mas acabo ficando horas por aqui ‘fazendo nada’”.

Outra pessoa que colaborou participando do fórum foi P.B., sexo masculino, jornalista, 62 anos, região sudeste. Ele comenta que as amizades virtuais são diferentes daquelas nas quais se pode sair com os amigos, fazer programas juntos e freqüentar a casa um do outro.

Todavia, embora há apenas um mês no “Orkut”, tive a oportunidade de reencontrar pessoas importantes na minha vida, das quais não tinha notícias há anos. E também consegui contato com gente interessante, que por outra forma, que não esta, jamais saberia sequer existe. Hoje troco idéias, de forma cordial, como com amigos de longa data, com pessoas do Rio Grande do Sul ao Amapá, além de Estados Unidos, Holanda, Grã-Bretanha, Japão, França etc.etc.etc, “milagre” que só mesmo este tipo de serviço poderia me proporcionar.

(P.B.)

Para J.B., os debates no “Orkut” são escassos e muito superficiais “alguns, até, absolutamente tolos”. Na sua opinião, há comunidades com 4 mil ou 5 mil integrantes que passam semanas sem que se levante um só tópico novo. “A maioria adere às comunidades por aderir. E a maior parte das comunidades é de uma futilidade assustadora. Tudo isso, porém, não inviabiliza esse magnífico meio de comunicação, que é o “Orkut”.

Quando questionado a respeito do que acha do portal “Comunique-se”, J.B. comenta que falta objetividade nos debates. De acordo com ele, o portal é a maior comunidade de jornalistas do país, porém os artigos que tratam dos problemas da profissão quase não são comentados. “Mas se o tema trata de “celebridades”, de esportes ou de política,

chovem opiniões, a maioria disparatadas, quando não usam o espaço dos comentários para trocas de insultos pessoais.”

G.F., sexo masculino, piloto de helicóptero, 30 anos, região sudeste, conta sua experiência na Internet e como se sente em relação às comunidades. Entrei há pouco tempo, superando minha precipitada antipatia em relação à Internet. A cada dia que passa me surpreendo mais com a infinidade de possibilidades e informações, me interesse pelas pessoas que conheço e mantenho contato e, além disso, me sinto cada vez mais pertencente a essa grande comunidade. Ele diz que procura participar ativamente das comunidades que participa, pois julga que é uma forma de trocar experiências com pessoas com as quais se identifica de uma forma ou de outra.

“Sim! Não! Sim! Não! Sim!”, foi a forma que P.Z., sexo masculino, jornalista, 54 anos, região sudeste, encontrou de dizer se realmente se sente parte de uma comunidade virtual assim como de seu grupo de amigos “reais”. Ele comenta que seu círculo de amizades pessoal é muito mais antigo, diferente e menor que o seu círculo de relacionamentos na Internet e especificamente no “Orkut”.

Dizer sobre as diferenças ou semelhanças é como se comparássemos uma pêra com uma maçã. Até que de longe se parecem! Mas são coisas distintas, apesar de serem vegetais, frutas aéreas, essas coisas. O único fato de que podemos nos vangloriar da Internet, é que o relacionamento fica mais fácil em termos de troca de idéias e não em contato físico, é claro. Assim, você tem de um lado, o calor humano e as limitações físicas da amizade no mundo real e de outro lado, você tem a frieza do mundo virtual, mas as limitações físicas são grandemente superadas. (...) Então, como diria um ex-ministro, uma coisa é uma coisa e outra coisa é outra coisa! E o ideal mesmo, é que uma complemente a outra.

(P.Z.)

A pergunta discutida no fórum do “Comunique-se” no “Orkut” (“Você tem o sentimento de pertencer à comunidade do “Orkut” do mesmo jeito que você sente que pertence ao seu grupo de amigos fora do virtual?”) também foi enviada a alguns *e-mails* de integrantes deste último. I. G., sexo feminino, estudante de jornalismo, comenta que se entregou a essa novidade e confessa que o “Orkut” a agrada muito. Porém, diz que seus contatos virtuais não substituem os reais. “Os virtuais dessa comunidade não tomam cerveja comigo, não me fazem rir e estão bem longe de ter minha atenção diária”.

H.D., sexo feminino, professora universitária, também é uma das pessoas que responderam à pergunta enviada por *e-mail*. Ela acredita que nada substitui a “leitura sensorial”, ou seja, a comunicação que faz uso do olhar, tato, olfato, audição e até paladar.

Para a professora, as relações no “Orkut” podem manter o canal dessas comunicações ativado para que, em algum momento, a comunicação sensorial seja efetivada.

É muito bom recebermos um *scrap* (recado) de alguém que não vemos há muito tempo. O canal fica, dessa forma, testado. Mas, dizer que, por meio do “Orkut”, o indivíduo se sociabiliza é uma falácia. O indivíduo necessita de uma comunicação efetiva (sensorial) e pertinente a sua aldeia global para se sentir integrado à sociedade.

(H.D.)

Na visão de B.B., sexo masculino, mestrando em comunicação, o “Orkut” proporciona o mesmo sentimento de pertencimento que seu grupo de amigos, “principalmente na manutenção dos laços”. Ele diz ter encontrado muitos amigos de infância que não via há anos e também fez muitas novas amizades.

“Sem dúvida, a experiência do “Orkut” proporciona a sensação de pertencimento a uma comunidade e de maneira muito confortável”, comenta R.R.O., sexo masculino, professor de jornalismo e doutorando em comunicação. E complementa seu pensamento em relação ao “Orkut”:

Alguém pode se sentir "perto" de um amigo e, bem diferente do "fora do virtual", pode escolher entre ter ou não uma pessoa por perto. Porém, mais do que qualquer outro meio, ter um *profile* (perfil) no “Orkut” é, acredito, ter uma "visibilidade controlada", ou seja, vai do exibicionismo (falar de si, preferências, idade, etc, amigos, fotos, fãs, testemunhos e *scraps*) até um perfil sisudo, comunidades correlatas e amigos "cool". Talvez seja mais uma faceta da "teia de significações" de que Clifford Geertz (antropólogo norte-americano) falou.

(R.R.O.)

Por sua vez, G.C., sexo masculino, estudante de jornalismo, admite que tem simpatia e se identifica com algumas comunidades, por isso faz parte delas, mas deixa claro que não se sente parte desses grupos de “amigos”. Para ele, o “Orkut” “é apenas mais uma forma de comunicação com os amigos que já temos no nosso dia-a-dia”. G.C. também comenta que as comunidades servem mais para saber os gostos e hábitos que os amigos têm, verificando-se as comunidades as quais pertencem. Mas, segundo ele,

corre-se o risco de fazer uma análise identitária das comunidades, e apenas ser o estereótipo do que elas queiram aparentar, ou a forma como queiram ser vistas, ou identificadas, pois muitos usuários podem apenas querer aparecer de uma certa forma e, assim, passam a fazer parte de algumas comunidades que nem representam o que realmente a pessoa gosta ou é.

C.S.S., sexo feminino, estudante de jornalismo, também não se sente tão inteirada no “Orkut” quanto no seu grupo de amigos, mas diz: “se é uma comunidade que

realmente tem pessoas que são amigas e não conhecidos, me sinto inteirada sim...” Desta forma, a comunidade virtual está servindo como uma espécie de apoio aos relacionamentos que se dão no grupo de amigos “reais”.

Outra pessoa que respondeu à pergunta foi R.V., sexo masculino, estudante de jornalismo. Ele não acha que haja uma interação plena no “Orkut”, pois há muitas comunidades que lhe interessam, mas sente-se impossibilitado de participar de todas elas de uma forma mais ativa. “Ser parte é diferente de participar”. Sobre o tipo de relacionamento que mantém, ele diz que seus amigos do “Orkut” são os mesmos da sua vida cotidiana no “mundo tangível”, sendo que o *site* é apenas uma forma de manter um laço já existente. “Eu tenho amigos que não conheço pessoalmente e, por estes, não há o mesmo sentimento. São pessoas com quem me comunico diariamente, mas não faço parte da vida deles e eles não fazem parte da minha. Esse “agregar pessoas” é diferente do ato de estabelecer amizades.”

M.O.V., sexto masculino, estudante de jornalismo, deu a seguinte resposta:

Não acho que o sentimento é o mesmo, mas gostaria de salientar um ponto que percebi, e acho importante. Devido ao “esgarçamento social” – para empregar aqui um termo da Sociologia -, as pessoas se distanciaram. Vizinhos não se falam, pais e filhos se dividem cada um para seu quarto, sua TV, seu carro, ou seja, não há laços nem ao menos entre os familiares. Mas o “Orkut”, ao meu ver, pode mudar isso porque a pessoa tem aquele desejo: quanto mais “*friends*”, melhor. Nessa busca por amigos virtuais, ela acaba encontrando alguém que na vida real não conversa muito, não tem muita amizade, apenas conhece, muitas vezes só de vista. O internauta, adiciona aquele conhecido somente por adicionar, mas, “*scrap*” vai, “*scrap*” vem, e passa a ser amigo virtual daquele, outrora, apenas conhecido. Com o tempo, queira ou não, aquele conhecido que já se tornou amigo virtual, passa a ser amigo real.....O que pode acabar com o “esgarçamento social”.....

Finalmente, L.P.P.X., mestrando em Comunicação, afirma experimentar no “Orkut” o mesmo sentimento de pertencimento que tem pelo grupo de amigos fora do virtual. “Por se tratar de amigos de infância e até mesmo os mais recentes sinto que estou mais ligado a eles mesmo sendo virtualmente. Parece que estou um pouco mais perto deles e que não perderei nunca mais o contato, como se estivesse vivenciando ao lado deles diariamente”.

Em face do exposto, pode-se concluir que as comunidades virtuais estudadas parecem confirmar a existência, no dizer de Maffesoli, de uma “cola” que pode ou não aderir, o que lhes confere até certo ponto uma característica de “tribo” - no caso estudado as tribos da informação e comunicação.

É possível inferir, pois, dos depoimentos dos entrevistados, que na Internet, e mais especificamente no “Orkut” - onde encontra-se a comunidade virtual do “Comunique-se” - quando existe o sentimento de pertencimento ao grupo é em função de laços que são criados ou fortalecidos por meio da interação entre os usuários e na proporção direta da aderência da cola que permeia o estar junto. Quanto maior for a sua pregnância (qualidade que tem uma forma de impregnar o espírito do indivíduo e de ser por ele percebida no processo de gruação de elementos), tanto maior será a força dessa forma, no caso, a própria “socialidade”, que segundo Maffesoli “é a expressão cotidiana e tangível da solidariedade social”. A socialidade, portanto, aqui se dá em forma de “tribos” que se estabelecem em comunidades virtuais, típicas da pós-modernidade: uma forma de manter um laço já existente.

CAPÍTULO 4

ALGUMAS VERIFICAÇÕES NO “COMUNIQUE-SE” À LUZ DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

4 ALGUMAS VERIFICAÇÕES NO “COMUNIQUE-SE” À LUZ DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

O objetivo dessa análise é criar um vínculo teórico-prático deste estudo, determinando de que forma a teoria de diferentes autores serve de referencial na experiência do portal “Comunique-se”.

As categorias de análise que constituem esta parte do estudo foram selecionadas procurando seguir a mesma ordem disposta no quadro teórico, a fim de facilitar a compreensão, mas, como já foi dito anteriormente, não há uma seqüência por ordem de importância. É preciso levar em conta o mesmo processo hipertextual que se dá no ciberespaço. O leitor, portanto, pode fazer uma leitura livre, apesar da numeração das categorias de análise dispostas a seguir.

4.1 Comunidade Virtual do Portal “Comunique-se” no Contexto da Cibercultura

A cibercultura teve início na década de 1950, com a informática e a cibernética, mas ganha impulso com a popularização das novas tecnologias digitais e, conseqüentemente, com a formação de comunidades de debate e argumentação, que se formam no ciberespaço.

A comunidade virtual do “Comunique-se” foi escolhida como exemplo de comunidade virtual, pois, entre outras coisas, se dá em um local *on-line* bastante interativo, onde as pessoas são livres para expor suas opiniões sobre todos os assuntos tratados pelo portal.

É preciso dizer que o “Comunique-se” se caracteriza como uma comunidade, pois os membros têm interesses comuns, ou seja, comunicação, e se encontram em um mesmo espaço virtual para compartilhar informações. É certo que muitos membros não são necessariamente muito ativos no que diz respeito à troca de dados ou opiniões, mas, assim como em qualquer comunidade “local”, muitos de seus membros participam de forma discreta enquanto outros se sobressaem e, muitas vezes, acabam até tornando-se líderes da comunidade.

Inicialmente, no entanto, esperava-se encontrar uma participação mais ativa de seus membros, mas como foi possível constatar por meio das entrevistas realizadas para o desenvolvimento deste trabalho, ainda é incipiente qualquer tipo de interferência por parte dos usuários. Para que esse cenário se modifique, deverão ocorrer mudanças tanto no que diz respeito à tecnologia, tornando-a mais acessível e fácil de manipular, quanto em relação ao comportamento das pessoas.

Pode-se dizer que para uma comunidade se formar é preciso que haja um sentimento de pertencimento ao grupo, um espaço ainda que simbólico onde os membros se encontrem, interesses comuns, além de formas próprias de se comunicar.

Essa poderia ser a descrição das características de uma comunidade qualquer, inclusive virtual, como é o caso do “Comunique-se”, pois 84% dos entrevistados se sentem parte de uma comunidade virtual, encontram-se no portal para interagir e interessam-se pelo mesmo assunto. Trata-se, porém, de uma comunidade bastante maleável com seus membros, já que não existe nenhuma exigência com relação à frequência com que as pessoas se encontram nem tampouco ao tipo de relacionamento entre os usuários.

Uma das diferenças da comunidade virtual para uma comunidade tradicional é que aquela abre novos espaços para o convívio com a diversidade (os profissionais de comunicação podem ser jornalistas, assessores de imprensa, professores, estudantes, jovens, velhos, negros, brancos, brasileiros, estrangeiros, etc.), independente de onde as pessoas estão localizadas.

No perfil dos usuários traçado com os entrevistados, foi possível notar que há, apesar da predominância feminina, pessoas com idades variadas, ocupações diversas, além de viverem em diferentes partes do Brasil.

McLuhan (1977, 1979) e, mais recentemente Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003) acreditavam que as sociedades orais apresentavam inúmeras vantagens com relação às alfabetizadas, pois são menos fracionadas e homogêneas. O homem alfabetizado é, na visão dos autores, mais individualista, fruto da era de Gutenberg. Mas McLuhan vê na televisão e Lévy, no ciberespaço, que essas mídias são responsáveis por um retorno às características das sociedades orais, representando, assim, a retribalização do homem.

Pensando no “Comunique-se”, vê-se que a figura do leitor solitário é cada vez mais improvável em função das possibilidades que o portal oferece em termos de interatividade. Uma mensagem não precisa apenas ser lida e refletida, mas compartilhada com os outros membros da comunidade virtual. Isso é possível verificar, por exemplo, nos textos

dos colunistas que recebem comentários sobre o que o este escreveu ou mesmo sobre o que outros usuários comentaram. Não chega a ser um retorno às sociedades orais, mas da possibilidade de se explorar algumas de suas características na ágora digital.

Muitos temem que as comunidades virtuais tornem as pessoas ainda mais isoladas, mas elas são apenas mais uma forma de socialidade. Não há substituição. O que existe é uma potencialização das condições para que se estabeleçam diferentes relacionamentos sociais.

Com relação à pergunta feita no fórum do *site* de relacionamentos “Orkut” sobre o sentimento de pertencimento que os membros sentem ter em relação às suas comunidades virtuais e suas comunidades “locais”, nota-se que reconhecem a grande diferença que existe entre os dois tipos de comunidade, mas consideram ambos importantes, já que cada um tem suas próprias características e contribuições em suas vidas.

Com base na análise do questionário de 10 perguntas aplicado aos usuários do “Comunique-se”, nota-se que mais de 80% das pessoas estabelecem novas amizades e relações de trabalho por meio dessa comunidade virtual. Já que os entrevistados são jornalistas, que trabalham como repórteres, assessores de imprensa, editores, professores, ou são estudantes dessa área, com certeza usufruem dessa comunidade virtual como uma forma de relacionamento e de formação.

Com relação aos conceitos durkheimianos de solidariedade, pode-se afirmar, com base na observação do “Comunique-se” e em algumas entrevistas realizadas com os usuários, que o portal apresenta mais características da solidariedade orgânica, pois os membros que compõem a comunidade são diferenciados e individualizados. Mas é Maffesoli quem reflete melhor sobre os laços sociais existentes nessas comunidades virtuais. Ao se levar em conta o pensamento de Maffesoli, partindo ele também dos conceitos de Durkheim, tem-se que a comunidade virtual do “Comunique-se” apresenta características “tribais” afetivas, com laços sociais de ordem orgânica, presentes na pós-modernidade. Vale lembrar aqui que Michel Maffesoli considera o Brasil como “o laboratório da pós-modernidade” (BULIK, 2002).

Além destes conceitos, vale pensar o portal em termos de socialidade e sociabilidade. O “Comunique-se” pode ser tido como propiciador de uma socialidade, pois não se trata de um grupo envolto em laços sociais institucionalizados, mas, ao contrário, os vínculos entre seus membros se dão de forma muito mais afetivas e, portanto, subjetivas.

Em Castells (2002) é possível verificar a descrição das relações sociais pessoais consideradas de laços fortes (mais íntimos) ou fracos (úteis para o fornecimento de

informações e abertura de novas oportunidades). A maior parte dos contatos pela Internet pode ser caracterizada como de laços fracos, mas isso é um dos pontos interessantes para as pessoas que vivem em um mundo tecnologicamente desenvolvido.

Essa interação entre as pessoas por meio do ciberespaço se dá em diferentes aspectos, tanto para discutir assuntos de interesse público, como para entretenimento. No caso da comunidade virtual do “Comunique-se”, os temas discutidos são sempre relacionados aos profissionais de comunicação ou à população de uma forma geral. Mas não se pode negar que também há espaço para amizade e bate-papo sem grandes pretensões.

A geração de rede da era digital desenvolverá cada vez mais laços fracos para auxiliar em assuntos diversos, mas terá mantido, ao mesmo tempo, os laços fortes (amigos e família). Em função da distância geográfica e, geralmente, do curto tempo disponível para a navegação, os laços feitos com os usuários do portal tendem a ser considerados fracos, o que não significa dispensável ou sem importância.

Negroponte (2002) acredita que o futuro da humanidade está em boas mãos, pois a geração de rede é muito mais flexível, tolerante, harmoniosa, livre, etc. Na Era da Inteligência Interconectada, como define Cebrián (1999), há a integração dos seres humanos em função da tecnologia a fim de combinarem seus conhecimentos para se desenvolverem.

A geração de rede poderá ter mais facilidade em lidar com o ambiente virtual, pois, muitas vezes, já participa de jogos coletivos no ciberespaço, como é o caso do RPG (Role Playing Game) e também por trocar informações diversas (textos, fotos, jogos, softwares, etc.) por meio da napsterização. Os *chats*, as listas de discussão e, principalmente, os *e-mails* são amplamente usados pela geração de rede. Esse ambiente de coletividade e de troca é a base da cibercultura que se estabelece.

É possível notar em crianças bastante pequenas uma grande facilidade em lidar com aparelhos eletrônicos e até com a Internet. Muitas, sem ao menos saber ler, acabam sendo capazes de brincar com mais desenvoltura com diferentes jogos no espaço virtual que um adulto. A falta de barreiras e a aproximação com essas ferramentas desde muito pequenas, faz com que não tenham dificuldade em enfrentar o que as novas tecnologias oferecem. A chamada geração de rede se desenvolve em um ambiente muito mais interativo e, possivelmente, menos autoritário que o das gerações anteriores.

A comunidade virtual do “Comunique-se” não pode ser considerada como parte da geração de rede, pois seus membros são pessoas que nasceram em outra realidade,

uma vez que os usuários têm mais de 20 anos. No entanto, aprendem com a chamada geração de rede, ou seja, crianças e jovens que vivem essa situação desde que nasceram e que, talvez, nem consigam imaginar como é a vida sem a Internet.

É possível, dessa forma, que as próximas comunidades a se formarem no ciberespaço sejam muito mais engajadas em função da participação mais ativa de seus membros. É preciso levar em consideração muitos outros aspectos, mas essa é uma suposição palpável e bastante coerente tendo em vista o panorama atual e as especulações para o futuro. Caso o “Comunique-se” perdure por mais alguns anos, será possível verificar mudanças significativas, que possibilitarão maior consistência na sua comunidade virtual, mesmo sem levar em conta os aspectos de desenvolvimento técnico.

4.2 “Comunique-se” - Resultado de Co-criação Interativa entre Usuários

Um dos pontos mais importantes deste estudo é, justamente, a questão da interatividade, pois é ferramenta básica para que os usuários do “Comunique-se” exponham e compartilhem suas opiniões a respeito dos assuntos tratados no portal.

De uma forma geral, praticamente todas as páginas do “Comunique-se” possuem ferramentas para que os usuários comentem notícias, coloquem seus dados para busca de empregos, enviem sugestões de pautas, participem de entrevistas *on-line*, conversem com outros interessados pela área de comunicação por meio de *chats* ou pelo comunicador, além de poderem desenvolver seu próprio *blog*. Como o portal é muito interativo, é possível dizer que, realmente, só se constitui quando existe a participação dos usuários.

Assim, tendo como base teórica que uma obra qualquer que seja, é sempre resultado do esforço conjugado entre autor e leitor, pode-se dizer que o que faz do “Comunique-se” o que ele é hoje, é sempre a interação que existe entre seus responsáveis e seus usuários.

Há, portanto, duas questões sendo tratadas sob esse aspecto: o portal é resultado da ação de seus co-criadores, como diria Eco (1971, 1984) e representa, além disso, uma obra aberta, pois cada usuário faz uma determinada interpretação do conteúdo e das ferramentas do portal.

É preciso esclarecer que essa intertextualidade só é possível em função das características da Internet e que é tão valorizada no “Comunique-se”.

Ao interagir mais diretamente com o portal, os usuários deixam de se encontrar em uma posição de certa passividade e se transformam em emissores também. Na opinião de Leão (2001), no ambiente digital, o leitor exerce uma função primordial, pois sem ele a obra se reduz à mera potencialidade.

É certo que, com base nos dados apurados nas entrevistas realizadas com os usuários do portal, ainda é pequena sua participação efetiva, mas não deixa de ser um fato explorado. No entanto, a mudança de hábito tende a se fortificar aos poucos. Possivelmente, a chamada geração de rede será muito mais ativa, já que cresce em um ambiente altamente interativo.

Esse processo interativo vai moldando o que Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003) chama de tecnologias intelectuais. Para ele, a técnica não deve ser vista como algo alheio ao homem, pois seu desenvolvimento depende da interação entre ambos.

Com relação às categorias de dispositivos comunicacionais propostas por Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003), ou seja, um-todos (mídias tradicionais), um-um (correio e telefone) e todos-todos (ciberespaço), pode-se dizer que no portal “Comunique-se” predomina a comunicação todos-todos, embora exista um incentivo à comunicação um-um, possível por meio de ferramentas como *chats* e comunicador.

Quando o assunto é interatividade e co-criação, não se pode esquecer da responsabilidade que tais ações geram. É preciso se preparar para expressar opiniões e agir sempre apoiado na ética.

No “Comunique-se”, em função do compromisso que o portal tem com seus usuários, só podem navegar pelo portal e agir interativamente por meio de comentários, *chats* e *blogs*, por exemplo, aqueles que já estão cadastrados. Assim, é possível saber sempre quem está se expressando. É a responsabilidade do portal e dos usuários que está em jogo. É polêmica a questão da necessidade de se informar o número do CPF (Cadastro de Pessoa Física) para se inscrever no portal, mas, segundo informações do próprio “Comunique-se”, essa é uma maneira de se evitar inscrições em nomes de outras pessoas e enviar comentários que possam prejudicá-la.

Para que a rede seja tida como absolutamente positiva, tem que ser baseada na responsabilidade de seus co-criadores, a fim de servir como um verdadeiro canal de expressão do pensamento.

No “Comunique-se”, a responsabilidade com a qualidade das informações é primordial, segundo Azevedo, mas para conseguir a atenção das pessoas é necessária muita criatividade. Para os usuários, em contrapartida, tais requisitos também são indispensáveis para que sejam “ouvidos” e respeitados.

Para que a interatividade gere tais resultados positivos, é preciso, sempre, valorizar e incentivar a crítica em relação às mídias. No entanto, não se trata de uma crítica positiva ou negativa, mas que admita o fundo dúbio em que o universo da comunicação virtual está inserido.

Marcondes Filho (2002) lembra que a velha crítica buscava uma verdade, enquanto a crítica atual deve levar em conta o paradoxal, o que não significa contraditório. Essa atividade de crítica tende a gerar certa autonomia interpretativa no usuário, importante devido à ampliação das possibilidades interativas por meio do ciberespaço.

Ser mais crítico não significa que nada estará bom o suficiente, como é aceito no senso comum, mas buscar conhecer algo em toda a sua complexidade e verificar que tudo é paradoxal. É preciso notar que nem mesmo a ciência pode ser tida como uma verdade, como afirma Rubem Alves, pois sempre se caracteriza como “verdade” dentro de certos parâmetros pré-estabelecidos e que podem mudar conforme novas coisas são descobertas. Ter uma visão mais aberta e menos preconceituosa faz com que o indivíduo se desenvolva plenamente. Basta navegar por alguns instantes pelo ciberespaço para verificar que a ambigüidade está em sua essência.

O “Comunique-se” admite e estimula essa crítica, principalmente ao permitir que seus usuários emitam opiniões a respeito de qualquer assunto tratado no portal. No caso das colunas, por exemplo, é publicado um texto e o usuário tem a chance de opinar sobre ele. Além disso, outra pessoa ainda pode ler o comentário postado e concordar ou discordar do que é dito. Essa atitude gera os comentários em destaque.

4.3 O Portal “Comunique-se” Situado na Curta História da Internet

Para muitos, a Internet, que teve início em 1970, é um fenômeno recente e que ainda não se difundiu por completo. Apesar de sua popularização ser bastante atual, cresce em ritmo acelerado.

Por ser uma tecnologia de mídia, acaba afetando amplamente a vida em sociedade, por isso não deve ser ignorada. A Internet, que está no Brasil há 10 anos, é a base para a formação do principal objeto deste estudo, ou seja, a comunidade virtual de comunicação criada pelo portal “Comunique-se”.

O caráter descentralizado do ciberespaço, que se deu em função de sua criação militar para impossibilitar sua destruição e o envolvimento de uma contracultura que tinha a intenção de transformar o computador pessoal em uma ferramenta amigável, é a base fundamental para que as pessoas possam fazer parte dessa rede mundial e utilizá-la em prol do desenvolvimento social.

No cenário da Internet encontram-se todos os tipos de pensamentos, idéias, atitudes, reflexões, tanto relacionados a coisas boas quanto a ruins. Desta maneira, é possível encontrar grupos de apoio humanitário, assim como *sites* neo-nazistas ou tão amenos que não causam tanto impacto, como é o caso de pessoas que se reúnem para idolatrar um artista, por exemplo.

Nesse universo tão recente está inserido o “Comunique-se”, que tem apenas três anos. O panorama é, ainda, apesar do profissionalismo com que vem sendo desenvolvido, de experimentação. Como diz o próprio presidente do portal, Azevedo, o “Comunique-se” é totalmente diferente, hoje, do que foi no seu início e, segundo ele, daqui a mais três anos, será absolutamente diverso do que é atualmente.

A constante modificação da Internet, em função do seu caráter descentralizado e interativo, não permite que seja estabelecido um formato padrão e ideal. Cada nova técnica traz consigo várias formas de usá-la. Por esse motivo, é impossível estabelecer como o portal será em poucos anos ou até mesmo meses. Mas o ponto mais importante é, justamente, esse processo de mudanças incessantes que se dá com a participação de navegantes do ciberespaço.

4.4 Conceitos de Tempo e Espaço Aplicados ao “Comunique-se”

Com relação ao fato de que o tempo e o espaço sofrem profundas alterações na era digital, pode-se dizer que, ao analisar o portal “Comunique-se” e com base nas entrevistas realizadas com seus usuários, as distâncias parecem realmente não fazer muita diferença nos relacionamentos sociais.

A comunidade virtual é formada por pessoas que simplesmente têm interesses pela mesma área de comunicação, não importando de onde são ou onde estão localizadas. São poucos os perfis de usuários que mostram, por exemplo, o estado brasileiro em que as pessoas vivem. Essa é, sem dúvida, uma grande mudança no que diz respeito à possibilidade de interagir umas com as outras pessoas.

Com relação ao tempo, vê-se que é muito mais rápido, atualmente, conseguir compartilhar informações por meio das comunidades virtuais. Basta conectar-se à Internet para verificar que é possível trocar informações a qualquer momento e em tempo real.

Apesar dessa característica ser bastante valorizada, quando se quer mostrar quão moderna uma tecnologia pode ser, o tempo real, como afirma Negroponte (2002), será cada vez menos necessário.

No portal “Comunique-se”, por exemplo, é possível tirar proveito dessa situação em coletivas realizadas *on-line*, mas nada impede que o usuário leia, depois, em um resumo da entrevista, quais questões foram feitas e quais as respostas dadas pelo entrevistado. Além disso, é possível enviar comentários e até e-mails para dar continuidade ao assunto tratado.

O “Comunique-se”, assim como a maior parte dos *sites*, realmente preza por apresentar as informações em tempo real, mas, excluindo as coletivas e *chats*, quase todo o portal poderia ser apreciado sem a necessidade desse recurso.

4.5 “Comunique-se” - Virtual por Essência

É muito comum que se associe a realidade virtual com algo relacionado às novas tecnologias, principalmente o computador. Mas, toda realidade é sempre virtual, como diz Cadoz (1997), pois todo real tem o virtual em sua essência. Pode-se dizer que o portal “Comunique-se”, desde sua criação, apresentava a potencialidade de formar uma comunidade virtual de comunicação, pois sempre primou pela integração de todos, por meio de ferramentas de interatividade.

No que diz respeito à realidade virtual de imersão, o portal realmente não possui tais ferramentas. O efeito de telepresença, que segundo Santos (2002) é a ilusão de ser transportado para um lugar criado por uma mídia, não é explorado. Esse é um campo que, no futuro, deve ser bem utilizado a fim de auxiliar na formação de comunidades virtuais ainda mais fortes.

No entanto, apesar de distante, esse é um panorama de virtualidade, ou seja, existe em potência. O que hoje pode parecer ficção científica será a realidade das futuras gerações ciberculturais.

4.6 “Comunique-se” no Contexto da Mudança de Paradigma da Comunicação

A Internet poderia ser considerada uma mídia de massa, cujas mensagens são produzidas, armazenadas e transmitidas por um emissor a uma ampla gama de receptores? Pode-se dizer que é uma mídia híbrida, pois se caracteriza como de massa, em determinadas situações, mas poderia, ao mesmo tempo, ser segmentada, pois apresenta muito mais possibilidades de interação entre seus co-criadores.

O portal estudado é, justamente, a soma da contribuição de seus responsáveis e a participação dos usuários. Ambos são agentes de criação desse ambiente virtual que é o “Comunique-se”. Nesse sentido, não se caracteriza como mídia de massa.

Vale lembrar que a impossibilidade de participação do receptor na mídia de massa não se caracteriza por falta de atitude, mas por uma deficiência do meio de comunicação.

O modelo matemático de Shannon e Weaver, que apresenta o processo de comunicação como sendo, basicamente, a transmissão de uma mensagem produzida por um emissor e que chega a um receptor por meio de um canal, não é mais aplicável na concepção moderna das teorias de comunicação, sendo, inclusive, altamente contrária às possibilidades atuais de interação por meio das novas tecnologias.

Essa concepção linear e funcionalista de comunicação está cedendo lugar a uma visão “rizomática”, de redes acentradas e não hierárquicas, ou seja, hipertextuais. A visão transmissiva de informação está sendo, no dizer de Bulik (2001, p.61), substituída por outra que ela chama de visão ritual da comunicação e que encontra eco na comunicação virtual e, certamente, nos laços sociais ou vínculos encontrados na composição da interatividade.

Para fundamentar teoricamente o conceito de webcomunicação, torna-se necessário pensar em algo totalmente novo, como diz Sodré (2002). Essa nova teoria da comunicação faz-se necessária, pois o ciberespaço apresenta características muito diversas das que especificam as mídias de massa. De uma forma geral, o ciberespaço pode ser descrito como um espaço sem dimensões e em tempo real, como diria Lemos (2002). Também pode ser caracterizado como um ecossistema complexo, de livre circulação de informações, disseminadas de forma aleatória, associativa, caótica, multidirecional, coletiva, mas, ao mesmo tempo, individual.

Vale lembrar as palavras de Lemos (2002, p.131): “O ciberespaço é, assim, um hipertexto mundial interativo, onde cada um pode adicionar, retirar, modificar partes dessa estrutura telemática, como um texto vivo, um organismo auto-organizante (...)”.

Essa é, sem dúvida, uma das melhores descrições do ciberespaço e parece estar traçando, justamente, o perfil do “Comunique-se”. Assim, o portal está respeitando as características do meio onde está disponível para seus usuários.

Por ser um organismo sem controle centralizado, o ciberespaço permite que os usuários tornem-se co-autores das informações com que lidam na Internet. Portanto, só é possível utilizar-se das ferramentas de interação do portal “Comunique-se”, em função dessas características do ciberespaço. Caso houvesse um centro controlador, poderia ser considerado como uma mídia de massa tradicional.

Essa mudança de paradigma com relação à maior participação das pessoas no processo de comunicação não se desenvolveu com o advento da Internet, mas em função de todos os recursos formadores das redes eletrônicas pessoais, que, na visão de Dizard (2000), envolvem a formação de redes via telefones comuns e celulares, áudio e

videocassetes, aparelhos de fax, conferência via satélite em pequenos grupos e transmissores de TV de baixa potência que foram projetados para servir a públicos especializados.

Mas é a crescente digitalização dos dados, áudio e imagem que é responsável por uma mudança realmente radical no modo de vida das pessoas. No futuro, todas as redes de telefonia e radiodifusão, por exemplo, serão digitalizadas. Assim, será mais fácil desenvolver as ferramentas necessárias para que haja uma interação mais difundida entre os indivíduos.

Muitos se questionam a respeito da qualidade das informações que circulam no ciberespaço e sobre a questão da propriedade intelectual. Será que não há uma total banalização da informação? A resposta é complexa, pois assim como há, de fato, a vulgarização também representa a possibilidade de que muitos exponham seus pensamentos, que podem ser bastante válidos quanto ao bem-estar social. No “Comunique-se”, os usuários possivelmente escrevem de forma ética, pois estão em um ambiente basicamente profissional e seus nomes são divulgados a todos.

Assim, com o aparecimento da Internet e a formação de comunidades virtuais, há necessidade de que sejam estabelecidos novos paradigmas para a teoria da comunicação, pois tudo o que se pensou até então, tornou-se inadequado e insuficiente.

4.7 “Comunique-se”: Interface Hipermediática

O “Comunique-se” pode ser classificado como uma interface (mediadora entre usuários e computadores) hipermediática, pois possui características da multimídia (mistura de áudio, vídeo e dados) e do hipertexto, que é um documento digital composto por blocos de informações interconectadas.

No “Comunique-se”, os recursos de voz e imagem são ainda pouco utilizados, mas esse panorama condiz com a situação de grande parte dos *sites* disponíveis na Internet. Porém, como diz Azevedo, presidente do portal, todas as ferramentas que permitem o desenvolvimento de uma comunidade virtual de comunicação serão sempre aperfeiçoadas.

Um dos aspectos mais destacados é o percurso realizado pelo usuário no ambiente virtual, ou seja, não há hierarquia ou caminho a seguir. Cada um desenvolve seu

próprio texto ao ler os assuntos que mais lhe interessam ou tecer os comentários que considera relevantes. Isso pode ser comprovado com base nos motivos pelos quais os usuários navegam no portal e quais as suas preferências, evidenciados no questionário que foi aplicado para este estudo.

Ao serem questionados a respeito do que costumam fazer no portal, 27% respondeu que lêem notícias, 14% fazem comentários, 11% participam de *chats*, 10% procuram ofertas de emprego, 10% sugerem e buscam pautas, 10% lêem artigos, 7% participam de coletivas, 6% criam e entram em *blogs*, 3% buscam informações sobre cursos e 2% respondem enquetes.

Nota-se que uma atividade não exclui a outra. Cada usuário desenvolve diversas atividades no portal, mas a pesquisa mostra, por exemplo, que de todos os entrevistados, 27% lêem as notícias. Mas podem, por exemplo, ter também outros interesses, como buscar pautas.

Essa atividade interativa é comum, pois há links dispostos por toda a página do portal, que convidam o usuário a estar sempre percorrendo outros nós da rede. Esse percurso hipertextual é simples, pois a interface é bastante clara e objetiva. Enquanto os agentes de interface, expostos por Negroponte (2002), não ajudam na seleção e armazenamento das informações, esse é um aspecto que deve ser valorizado para facilitar a navegação do usuário pelo portal, já que é seu principal fator de interatividade.

4.8 Planetarização e suas Conseqüências no Universo dos Usuários do “Comunique-se”

A planetarização, ou mundialização da cultura, é abordada neste estudo, pois é um dos aspectos fundamentais da contemporaneidade. Não se pode estudar a sociedade digital sem dar ênfase a esse aspecto. A planetarização (LÈVY, 2001, p.111), não só atua no campo do mercado mas também da cultura e da consciência.

Apesar de não ser um fenômeno recente, na visão de Mattelart (1999, 2002), o termo global surge verdadeiramente com a comunicação eletrônica. É, justamente, o que McLuhan (1977, 1979) chama de aldeia global e que surgiu com as descobertas eletromagnéticas. A sociedade global da informação, como defende Cebrián (1999), começou

com o desenvolvimento dos satélites artificiais de comunicação, que foram responsáveis por desenvolver a idéia de aldeia global ou de um planeta completamente integrado em todas as áreas.

Hoje, nota-se que a Internet pode proporcionar um envolvimento global, já que possui as ferramentas para que isso aconteça. Povos de todas as nações, cidadãos do mundo, podem se encontrar *on-line* e trocar todo tipo de informações.

Essa busca por conhecimento tem ampla perspectiva na Internet. Os usuários do “Comunique-se” acreditam nesse desenvolvimento ao, por exemplo, buscar informações, conversar com outras pessoas em *chats*, tecer comentários sobre o que leram. A partir desse envolvimento vão se formando as comunidades virtuais que são a base para a realização de uma inteligência coletiva, objetivo principal da cibercultura.

Como se pôde notar, por meio das entrevistas, os usuários do portal buscam informações para se atualizar e melhorar, principalmente, no seu trabalho, já que a realidade atual não permite um conhecimento estagnado. Na verdade, o cenário hoje exige profissionais críticos, atualizados, com novas competências sempre em desenvolvimento. A regra é evoluir para continuar no mercado de trabalho. A leitura de notícias relativas à área, a realização de cursos, inclusive *on-line*, a reflexão gerada por artigos, entre outras coisas, são imprescindíveis para quem quer se atualizar constantemente.

Com relação a esse aspecto, pode-se dizer que as tecnologias não criam ou eliminam empregos, mas causam muitas mudanças na natureza do trabalho e na organização da produção.

Com o desenvolvimento seguindo nesse sentido, surge um outro aspecto, que é o teletrabalho, ou seja, uma alternativa para que os profissionais desempenhem suas atividades. Ao contrário do que muitos pensam, o teletrabalho não irá impedir que os profissionais se desloquem. Na verdade, Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003) diz que tal desenvolvimento é paralelo ao dos transportes físicos. Isso quer dizer que quanto mais as pessoas se comunicam, mais se deslocam. A Internet é uma nova mídia e está apenas começando a ser explorada nesse sentido.

Apesar do portal “Comunique-se” contar com duas sedes físicas, uma em São Paulo e outra no Rio de Janeiro, sua estrutura final dá-se no ciberespaço e, portanto, pode ser desenvolvido por meio do teletrabalho.

4.9 Ideais de Liberdade de Expressão Encontram Espaço no “Comunique-se”

Momentos de mudanças costumam causar nas pessoas ora insegurança, ora entusiasmo. Com o avanço da sociedade global da informação não poderia ser diferente já que não se trata somente de uma revolução tecnológica, mas de uma grande mudança na vida social.

Em um passado bastante recente, a Internet estava apenas chegando ao Brasil e poucos eram aqueles que tinham acesso a essa tecnologia digital tão moderna. Hoje, já é difícil imaginar como era a vida antes de seu aparecimento. Direta ou indiretamente, as pessoas se comunicam por meio da maior rede de computadores do mundo.

Sodré (2002), Santaella (2002), Sá (2002), Rüdiger (2004), Mattelart (1999, 2002), Castells (2002), Pignatari (1984), Cebrián (1999), Dizard (2000) Thompson (1998, 2002), Lemos (2002), Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003), McLuhan (1977, 1979) partilham de pontos de vista semelhantes, pois acreditam que a mídia tem uma relação direta com as formas de socialização e cultura da população. Assim, pode-se dizer que o ciberespaço influencia direta ou indiretamente a vida das pessoas.

Tendo em vista os dados colhidos por meio das entrevistas com usuários do “Comunique-se”, percebe-se que, para essas pessoas, a Internet não representa mais um objeto de curiosidade, mas um instrumento de comunicação, participação e de relacionamento humano. Quem conhece o portal, vislumbra um espaço de idéias diversas sobre um mesmo assunto e uma infinidade de possibilidades de mudanças sociais para em prol da população.

A possibilidade de expressar opiniões e, inclusive, obter um retorno de outros membros a respeito do que foi dito é um exemplo bastante claro de liberdade de expressão do “Comunique-se” e é, justamente, a base para a formação de uma inteligência coletiva. A comunidade virtual do portal forma-se a partir desse caráter interativo e abre espaço para a cibercultura.

4.10 Universo do Portal a Partir de Visões Otimistas e Pessimistas da Tecnologia

A crítica, de uma forma geral, segue sempre duas vertentes: uma positiva e outra negativa. Alguns autores como Negroponte (2002) e Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003) são nitidamente favoráveis ao desenvolvimento tecnológico e às mudanças que podem gerar na estrutura da sociedade. Outros, como Virílio (1993, 1996, 1999), questionam-se mais sobre as conseqüências sociais advindas das novas tecnologias. Eles não negam que pode haver um outro lado a respeito do que falam, mas mantêm uma posição muito bem definida.

Alguns autores se referem aos otimistas em relação às novas tecnologias, como integrados, tecno-utópicos ou até eufóricos, enquanto os pessimistas são chamados de apocalípticos, neo-luddites ou disfóricos.

A análise do portal “Comunique-se” não pretende assumir uma posição tão extrema para nenhum dos lados, mas tem predominância otimista. É certo que ainda há muito a ser feito no que se refere às novas tecnologias e também à união para a formação de uma verdadeira comunidade virtual de comunicação, mas, dentro do panorama atual, pode-se dizer que o portal é bastante representativo no meio.

O importante não é dizer que o “Comunique-se” é bom, ruim ou melhor que outros, se a linha do estudo é eufórica ou disfórica, mas apontar algumas características do portal e verificar como seus usuários se sentem com relação a ele.

De uma forma geral, o “Comunique-se” tem desempenhado seu papel, que segundo Azevedo, presidente do portal, é ser a maior comunidade de comunicação do Brasil e a primeira empresa em relacionamento *on-line* com a imprensa. Para atestar que está cumprindo seus objetivos, basta verificar o número de usuários cadastrados de todo o país (cerca de 40 mil em um universo de 60 mil jornalistas do Brasil) e o sentimento de pertencimento que os usuários têm em relação à comunidade do portal (84% dos entrevistados dizem que se sentem parte de uma comunidade virtual de comunicação).

4.11 Miniaturização e Comandos de Voz são o Futuro do Portal

A idéia que se tem a respeito do futuro da humanidade em relação às novas tecnologias, pode ser da mais cética à mais extraordinária. Não há como prever, nem em um panorama bastante próximo, quais ferramentas terão evoluído em função de sua utilização humana e nem como serão apresentadas.

Lembrando as palavras de Azevedo em função de como é o “Comunique-se” hoje e o que era em seu início, há apenas três anos, não há como visualizar como ele será daqui a três anos. A única certeza que se tem é que o portal será totalmente diferente do que é agora e isso se refere tanto a seu conteúdo quanto às ferramentas que estarão sendo utilizadas a fim de otimizar a relação entre os membros da comunidade virtual que se desenvolve no portal.

A mídia tradicional (rádio, TV, jornais, revistas) continuará a fazer parte da vida das pessoas por um longo período, mas não se deve ignorar a presença cada vez mais concreta das novas tecnologias baseadas em computadores no panorama da comunicação. Isso não significa que haverá uma substituição das velhas mídias pela nova, mas, pelo contrário, poderá haver uma fusão.

O que se espera para o futuro é a união, principalmente, da televisão e do computador, como afirmam Dizard (2002) e Castells (2002). Esse “telecomputador” seria capaz de oferecer uma gama de serviços de vídeo, voz e dados.

Hoje, o que mais existe é a tentativa de inserir uma mídia na outra. Isso não quer dizer que a iniciativa não seja válida. Na verdade, ela simplesmente condiz com a situação atual. Na entrega do prêmio “Comunique-se”, por exemplo, houve a transmissão ao vivo da cerimônia pelo portal. Mas o futuro reserva muito mais que essa simples apropriação.

Com relação ao panorama futuro do portal estudado, crê-se que deverá priorizar a sua navegação em telas cada vez menores como, por exemplo, de palmtops (computadores de mão), que já estão se popularizando. Em função de seu tamanho e dificuldade de manusear, talvez haja a necessidade de se levar em consideração comandos controlados por voz.

A idéia é que os *sites*, de uma forma geral, utilizem tais progressos de miniaturização e incrementem suas ferramentas para que haja uma interação ainda mais direta que a proporcionada pela escrita.

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO

A sociedade atual, o que não significa a totalidade das pessoas, é marcada, definitivamente, pelo ciberespaço e, dependendo do grau de desenvolvimento em que se encontra, utiliza-se de todas as suas potencialidades. É certo que existem pessoas que não participam diretamente do espaço virtual, mas é muito provável que um dia passem a freqüentar esse ambiente, seja em função do trabalho ou mesmo de necessidades pessoais. Talvez não seja uma mídia para todos, no momento, em função de seus custos, mas é possível, tendo como referência o caso da televisão, que em pouco tempo, a inclusão no ciberespaço seja mais abrangente.

Torna-se necessário, portanto, agir criticamente neste processo desencadeado pelas novas tecnologias, a fim de garantir melhores condições de vida para a humanidade e não mais uma forma de exclusão.

Pode-se dizer que o ciberespaço é orientado por três princípios fundamentais, que são a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. A interconexão é o processo de rede, em que predomina a união de todos com todos, estabelecendo uma relação recíproca e interativa. As comunidades virtuais têm leis e dinâmicas próprias, distinguindo-se das comunidades físicas principalmente pela questão do espaço geográfico e do tipo de relação que estabelecem. A inteligência coletiva, por sua vez, pode ser o resultado da ação da sociedade nesse novo contexto e representa o principal objetivo da cibercultura.

Dessa maneira, tem-se que, por meio da interconexão digital, podem-se criar comunidades virtuais de debate que, por sua vez, podem formar uma inteligência coletiva com o objetivo de alcançar o bem-estar social. Sendo essa situação um fim para a cibercultura, não significa, no entanto, que é uma regra. Muitos podem utilizar-se do ciberespaço para arquitetar comunidades que não vão se constituir em uma inteligência coletiva em prol da sociedade. Isso não acontece nem mesmo na sociedade “física”.

Questiona-se, também, se a cibercultura não está aumentando o abismo entre ricos e pobres, entre conectados e desconectados. Não se pode descartar completamente essa possibilidade, mas deve-se avaliar a importância do que está em jogo, pois as novas tecnologias podem revigorar os laços sociais, a fim de oferecer, inclusive, novas soluções para os problemas do homem e da sociedade.

Imprevisível, arriscada, essa situação assemelha-se a uma descida em corredeiras desconhecidas. Não só viajamos entre as paisagens exteriores da técnica, da

economia ou da civilização. Caso se tratasse apenas de passar de uma cultura a outra, ainda teríamos exemplos, referências históricas. Mas passamos de uma humanidade a outra; outra humanidade que não apenas permanece obscura, indeterminada, mas que até mesmo nos recusamos a interrogar, que ainda não aceitamos examinar.

(LÉVY, 1993, p.14).

Fique claro que não se trata de endeusar o ciberespaço ou negar-lhe conflitos, lutas de poder, exclusões, injustiça, miséria, mas esses problemas não devem impedir que a nova situação se realize. Afinal, há muitas possibilidades de que o ser humano, assim como por meio de outras formas de comunicação, venha a se desenvolver. Um dos grandes diferenciais do espaço virtual, no entanto, em comparação às mídias tradicionais (rádio, TV, revista, jornais, etc.), é, justamente, a gama de ferramentas interativas, que permite que todos possam participar da sua evolução. Assim, no momento, é preciso garantir que as pessoas tenham acesso à Internet e educá-las para agir mais ativamente e em favor dos demais.

É interessante lembrar a teoria de Lévy (1993, 1996, 1998, 1999, 2001, 2003) quando diz que o ciberespaço não cria um universal totalizante, que uniformiza, como é o caso das mídias tradicionais, mas de um universal sem totalidade. O ciberespaço, portanto, pode ser um local em que todos se encontram virtualmente, sendo o resultado da ação das pessoas e não apenas um espaço de observação.

Com base nos levantamentos teóricos para a realização da análise do “Comunique-se”, disponível em www.comunique-se.com.br, pode-se dizer que o portal ainda utiliza pouco do potencial e da linguagem específica das tecnologias avançadas, pois não usa muitos recursos de vídeo e áudio, entre outros. Apesar disso, permite um entrosamento significativo entre seus membros. Essa é, justamente, uma das principais possibilidades do ciberespaço, ou seja, a interação. Para isso, o “Comunique-se” oferece várias ferramentas para que o usuário faça comentários com relação às matérias e a *chats*, *blogs*, etc.

Outro aspecto característico do ciberespaço, que também pode ser percebido no portal, é seu caráter hipertextual, que não visa garantir uma uniformidade, mas, ao contrário, permite que o usuário percorra seu próprio caminho. O “Comunique-se” trata de comunicação, mas cada pessoa tem a possibilidade de escolher se prefere ler notícias ou colunas, escrever comentários, participar de entrevistas *on-line*, entre tantas outras possibilidades a respeito desse assunto.

Os diversos links dispostos no portal formam uma infinidade de alternativas de leitura e possibilitam que o usuário se torne mais atuante no processo de

comunicação. Esse aspecto é fundamental na mudança de paradigma de um receptor menos ativo para um co-criador ativo que deve ser mais responsável por seu comportamento.

Com relação à comunidade virtual de comunicação que existe no “Comunique-se”, pode-se dizer que cria um espaço para que ocorra essa mudança e também auxilia no estabelecimento de laços sociais fortes e fracos, que delineiam a socialidade virtual “tribal”, característica da pós-modernidade. Pelo menos é o que foi constatado com base nas respostas do questionário aplicado aos usuários do portal e também participantes de uma lista de discussão a respeito do “Comunique-se”, disponível no *site* de relacionamentos, “Orkut”.

É certo que somente 5% dos mais de mil participantes da lista responderam ao questionário que lhes foi enviado por *e-mail*, mas já é possível dizer que existe um espírito de grupo, que se deu em função dos laços sociais, capaz de ajudar na ampliação da comunidade, o que abre espaço, também, para o desenvolvimento de uma inteligência coletiva.

Vale lembrar que 85% dos entrevistados, que responderam às dez perguntas, consideram-se parte de uma comunidade virtual, independente do espaço em que se encontra cada um de seus membros e de suas particularidades (profissão, sexo, idade, etc.), pois o que importa em uma comunidade virtual é, justamente, seu interesse por um determinado assunto, que, no caso do portal, é a comunicação. Assim, uma comunidade virtual não é irreal nem imaginária, mas constituída sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou troca.

Apesar disso, 57% dos entrevistados diz que considera como baixa sua participação efetiva no portal e isso talvez se deva à herança de falta de interatividade que é característica das sociedades alfabetizadas e pela influência dos meios de comunicação massivos. A geração de rede, formada por crianças e jovens, poderá ter uma atuação muito mais significativa, já que nasceram inseridos em uma realidade totalmente interativa.

Para finalizar, vale dizer que o “Comunique-se” disponibiliza, dentro das possibilidades atuais, ferramentas que permitem o surgimento de laços sociais que se refletem na formação de uma comunidade virtual de comunicação que cresce e se modifica a cada momento. No entanto, a participação mais ativa vai depender de diferentes fatores como, por exemplo, desenvolvimento tecnológico e de uma mudança de comportamento das pessoas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALVES, Leange Severo. **O cotidiano da educação nas páginas dos jornais no Paraná.** Londrina, 2000. Dissertação (Mestrado em Educação). Departamento de Educação. Universidade Estadual de Londrina.

ASSIS, Diego. **Orkut é a mais nova febre da rede a pegar no Brasil.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16038.shtml>> Acesso em: 5 set 2004.

ANTONÍNÍ, Eliana Pibemat. **Da Semiose Hermética: Releituras da Obra de Umberto Eco.** Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/11gt/Eliana%20Pibemat.rtf>> Acesso em: 6 fev 2004.

BARTHES, Roland. **Mitologias.** São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1972.

BLOGGER. **O que é um weblog ou blog?** Disponível em: <<http://www.blogs.com.br/oqueeblog.php>> Acesso em: 15 set 2004.

BULIK, Linda. “Uma Visão Ritual da Comunicação” In **Comunicação e Teatro.** Arte & Ciência, São Paulo, 2001. [Estudos da Comunicação, 1]

BULIK, Linda. **Entrevista com Michel Maffesoli** In SANTOS, Volnei Edson dos (org.) O Trágico e seus rastros. Londrina, EDUEL, 2002.

BULIK, Linda. **Na órbita da galáxia de Gutenberg.** Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisas de Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciências da Comunicação, Salvador, set 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

CEBRIÁN, Juan Luis. **A rede: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação.** Summus editorial, São Paulo, 1999.

COSCARELLI, Crislaine. **O fenômeno Orkut.** Disponível em: <<http://www.universiabrasil.net/materia.jsp?materia=4401>> Acesso em: 5 fev 2004.

DICIONÁRIO DE JORNALISMO: AS PALAVRAS DOS MEDIA. Portugal,, Lisboa: Ed. Verbo, 2001.

DIZARD, Wilson. **A Nova Mídia: a comunicação de massa na era da informação.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ECO, Humberto. **A Estrutura Ausente.** São Paulo: Perspectiva, 1971.

- ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: [Editora Nova Fronteira](#), 1984.
- HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. São Paulo: Objetiva, 2001.
- LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. Iluminuras. São Paulo, 2001.
- LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LÉVY, Pierre. **A conexão planetária: O mercado, o ciberespaço, a consciência**. Editora 34. São Paulo, 2001.
- LÉVY, Pierre. **A emergência do cyberspace e as mutações culturais**. Disponível em: <<http://empresa.portoweb.com.br/pierrelevy/aemergen.html>>. Acesso em 4 mar 2003.
- LÉVY, Pierre. **A ideografia dinâmica. Rumo a uma imaginação artificial?** Editora Loyola. São Paulo, 1998.
- LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. Editora 34. São Paulo, 1993.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência. O futuro do pensamento na era da informática**. Editora 34. São Paulo, 1993.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34. São Paulo, 1999.
- LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?** Editora 34. São Paulo, 1996.
- LÉVY, Pierre. **O universal sem totalidade, essência da cibercultura**. Disponível em: <<http://www.forum-global.de/soc/bibliot/levy/universallevy.htm>>. Acesso em: 4 mar 2003.
- LINS, Maria Ivone Accioly. **Winnicott: A Obra Como História de Vida**. Disponível em: <http://www.espacowinnicott.com.br/win_aprese.asp>. Acesso em: 18 mai 2003.
- MAFFESOLI, Michel. **A sombra de Dionísio: contribuição a uma sociologia da orgia**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
- MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- MATTELART, Armand. **História da utopia planetária: da cidade profética à sociedade global**. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2002.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutemberg**. São Paulo: Ed. Nacional, 1977.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1979.

MELO, José Marques de (org.), PERUZZO, Cecília Maria Krohling (org.), KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Mídia, Regionalismo e Cultura**. São Bernardo: Edumesp, 2003.

MIRSHAWKA, Victor. **Qualidade da Criatividade: a vez do Brasil**. São Paulo: makron Books, 1992.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web: produção e edição de notícias on-line**. Editora SENAC. São Paulo, 2002.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

ORSI, Carlos. **O ORKUT e eu**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/tecnologia/coluna/orsi/2004/jun/17/54.htm>> Acesso em: 5 set 2004.

PETITINGA, Verena Conceição. **O Jogador-Autor: a comunicação ativa dos jogos para computador**. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pex/verenapetitinga.doc>> Acesso em: 10 mai 2004.

PIGNATARI, Décio. **Comunicação e novas tecnologias: reflexões**. São Paulo: Com-Arte, 1984.

PLAZA, Júlio. **Arte e interatividade: autor-obra-recepção**. Disponível em: <<http://www.alfredo-braga.pro.br/ensaios/arteeinteratividade.html>>. Acesso em: 6 fev 2004.

PRADO, José Luiz Aidar (org.). **Crítica das Práticas Midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. Hacker Editores. São Paulo, 2002.

SAKAMOTO, Cleusa Kazue. **Criatividade: uma visão integradora**. Revista Psicologia: teoria e prática, São Paulo, v. 2, nº1, jan-jun 2000.

SANTOS, Gildasio Mendes dos. **A arte de comunicar: para uma nova relação entre tecnologia e arte na comunicação virtual**. Campo Grande: UCDB, 2002.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**. EDUSC – Editora da Universidade Sagrado Coração: Bauru (SP), 1997.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Editora Vozes. Petrópolis, RJ, 2002.

RODRIGES, José Albertino. **Durkheim**. São Paulo: Ática, 2000.

THOMPSON, B. John. **A mídia e modernidade: uma teoria social da mídia**. Editora Vozes. Petrópolis, 1998.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VIRILIO, Paul. **A arte do motor**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

VIRILIO, Paul. **A bomba informática**. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade: o uso humano de seres humanos**. Editora Cultrix. São Paulo, 1954.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003