

Convergência midiática: uma nova forma de participação democrática

Claudia Galante, mestranda do PPG em Psicologia da UFRGS
galanteclaudia@gmail.com

Dr. Pedrinho Guareschi, professor do PPG em Psicologia da UFRGS
pedrinho.guareschi@ufrgs.br

1. Introdução

A sociedade vive hoje uma realidade cujo fator principal de desenvolvimento é a informação, dentro de um contexto de inovações tecnológicas que caminham em ritmo acelerado. Tal avanço tecnológico, aliado à necessidade da troca de informação, criou um ambiente propício para que os meios de comunicação se desenvolvessem e ocupassem um lugar central e influente na sociedade.

Vemos nascer um novo paradigma dentro do processo comunicacional: a convergência dos meios. No emergir deste fenômeno, novas e antigas mídias interagem de forma complexa e inesperada, alterando significativamente nossa relação não só com os meios de comunicação, mas também nossas relações sociais, políticas e culturais. Esta tecnologia possibilita que todos nós possamos ser não só consumidores de informação, mas também produtores e, desta forma, expandir nossa participação nos processos democráticos.

Nosso objetivo é chamar o leitor para uma visão crítica acerca das discussões tratadas aqui, a fim de que possamos aproveitar esta tecnologia para que mais vozes possam ser ouvidas. Queremos apresentar o fenômeno, a visão de alguns autores sobre suas concepções e implicações e também nossas próprias impressões. Nosso objetivo não é apresentar nenhuma definição ou conclusão fechada. A convergência dos meios é um processo que está apenas começando e estamos todos aprendendo.

Para possibilitar um entendimento do contexto em que a convergência dos meios acontece, estruturaremos o trabalho da seguinte maneira: primeiramente vamos expor a concepção do ser humano. Assumimos o ser humano como resultado de suas relações, experiências e acontecimentos que ocorrem consigo e à sua volta. Na medida em que grande parte dessas experiências é disponibilizada através dos meios de comunicação, em detrimento de vivências locais, a natureza das relações se transforma.

Num segundo momento apresentaremos o fenômeno da comunicação. Temos acompanhado, na contemporaneidade, o surgimento de uma nova produção da subjetividade, na qual as experiências e relações são pautadas pela mídia. Portanto, crianças, jovens e adultos alteraram suas relações intersubjetivas a partir das influências que os meios de comunicação exercem.

A partir desta contextualização do ser humano e do fenômeno dos meios de comunicação, vamos trazer o novo paradigma da convergência dos meios. Este novo processo não é um fato isolado, pois está emergindo da complexidade das relações com as mídias, que vem ocorrendo a partir da revolução digital. Este novo território representa uma novidade nas formas de relações e interações sociais e expande representativamente a quantidade de vozes que podem ser ouvidas.

A grande pergunta que queremos trazer é: estamos prontos para expandir a participação ou propensos a conformar-se com as antigas relações, apenas através de um novo espaço?

2. A concepção do ser humano no contexto dos meios de comunicação

Vivemos hoje dentro de um contexto em que grande parte das experiências acontece através de processos midiáticos. O surgimento de uma sociedade em rede traz novas formas

comunicacionais, e, mais importante ainda, possibilita novos processos discursivos de produção e de construção de identidades. Assim, induz a novas formas de construção social, principalmente no que diz respeito à socialização, já que os formatos de interação já não estão atrelados a um tempo e espaço determinado.

Esta nova ambiência comunicacional reflete diretamente nas práticas sociais. A implantação tecnológica é alimentada pelo uso e vice-versa. A aplicação intensa presente em todas as instâncias da população está alterando hábitos e conceitos sobre o uso do ciberespaço. O virtual se desloca no espaço físico e cria com ele uma relação complexa de cooperação. A questão de onde se está fisicamente não é mais central. Conforme Lévy (1996, p. 22) “O universo cultural, próprio dos seres humanos, estende ainda mais esta variabilidade de 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”.

Um dos principais apontamentos neste fenômeno é o processo de transformação cultural que está intrínseco nesta ambiência. De acordo com Pellanda (2004, p.5), “desta maneira se junta através da técnica três anseios do homem da contemporaneidade: a rapidez, a eficiência de locomoção e o permanente contato com os demais membros da comunidade”.

A subjetividade humana, a qual Thompson (1998) chamou de *self*, torna-se totalmente dependente deste tipo de experiência. Nas palavras de Thompson (1998, p.202) “Enquanto experiências vividas permanecem fundamentais, há uma crescente suplementação das experiências mediadas, que possuem um papel cada vez maior no processo de formação do *self*”.

Desta forma, faz-se necessário, para podermos nos aprofundar no estudo da influência dos processos midiáticos, a apresentação de como se dá a concepção do indivíduo. Apontamos ainda, que essa nova configuração social, mediada por computador, mantém a presença de elementos próprios da interação face a face.

Assumimos o ser humano como sendo o resultado de todas as relações que o vão construindo e transformando. Dentre estas relações estabelecidas, ele agrega para si fragmentos diferenciados de cada uma, tornando-se um ser único. Desta forma, podemos dizer que o ser humano é um ser social. Como diz Neves (2004, p.13) “o homem é, por excelência, um ser social, visto que ele tem necessidade de outros homens para se construir enquanto tal”.

E já que são as relações que concebem o ser humano, torna-se imprescindível definir o que é relação. A relação é muito mais que a troca entre duas pessoas. Ela ocorre sempre que há a necessidade, para que exista, de uma orientação intrínseca de um ser em direção a outro. De acordo com Guareschi (2005, p. 61), “relação existe sempre que uma coisa não pode, sozinha, dar conta de sua existência, de seu ser”.

Ainda sobre a importância das relações na concepção do ser humano, afirma Durkheim (apud Moscovici, 2003, p.180) “Um homem que não pensa com conceitos não seria um homem, pois ele não seria um ser social. Restrito apenas a percepções individuais, ele não seria diferente de um animal”.

Como os processos midiáticos alteram as relações e a forma como se dão as trocas simbólicas, é imprescindível o entendimento do contexto no qual as relações mediadas por computador ocorrem.

3. O fenômeno da comunicação

É impossível imaginar uma sociedade ou entender qualquer fenômeno fora do contexto da comunicação. Em qualquer civilização, as formas simbólicas assumem um papel fundamental à medida que a linguagem se desenvolve. A comunicação torna-se então a relação básica para essas trocas simbólicas. Atualmente, com o advento tecnológico, seu papel

passa a ser cada vez mais central e importante. Houve um tempo em que a produtividade esteve ligada à terra, depois à indústria. Hoje, o desenvolvimento está diretamente ligado à informação. Guareschi (2000, p. 38) diz que “foi no bojo da comunicação que as novas tecnologias foram geradas e desenvolvidas. E é a informação o novo modo de desenvolvimento responsável pela produtividade do sistema capitalista nos dias de hoje”.

Não há instância da sociedade que não tenha uma relação profunda com a mídia. Vamos apresentar aqui alguns pontos que demonstram a relevância dos meios de comunicação.

Citando Thompson (1995, p. 285) “para a maioria das pessoas hoje, o conhecimento que nós temos dos fatos que acontecem além do nosso meio social imediato é, em grande parte, derivado de nossa recepção das formas simbólicas mediadas pela mídia”.

A mídia, hoje, constrói a realidade, instituindo o que é real ou não. Algo passa a existir ou deixa de existir se é, ou não, midiado. É por isso que a comunicação é duplamente poderosa: tanto pode criar realidades, como pode fazer com que elas deixem de existir pelo fato de serem silenciadas. Para complementar esta afirmação, podemos ainda dizer que a mídia tem o poder de valorizar negativa ou positivamente coisas já existentes. Como diz Guareschi (2005, p. 83) “as coisas veiculadas pela mídia são boas e verdadeiras, a não ser que seja dito expressamente o contrário”. A mídia propõe ainda a pauta de discussão. A grande maioria dos temas e assuntos falados em casa, no trabalho, nos encontros sociais, etc. é colocada em discussão pela mídia.

A concepção do homem e o poder do processo comunicacional foram trazidos por constituírem pano de fundo para emergência da convergência dos meios. Desta forma, vamos discutir, em seguida, este fenômeno que altera profundamente nossas relações com a mídia, e conseqüentemente, nossas relações sociais, políticas e culturais.

4. A Convergência dos Meios

As sociedades contemporâneas vivem uma virtualização dos meios de comunicação, o que adiciona uma outra dimensão ao debate. É esta nova realidade que pretendemos analisar. Prevenimos que, devido ao tema ser abrangente e multifacetado, não pretendemos abordar todos os aspectos deste objeto. A complexidade deste fenômeno se dá não só pelo aumento das interações, mas pelo número de efeitos que o acompanham. Quando buscamos a compreensão do novo cenário comunicacional, torna-se limitante a abordagem de um só aspecto. Qualquer análise desta virtualização torna-se reducionista sem considerarmos o objeto por vários ângulos e contradições.

Faz-se necessário nesse momento, expormos as discussões que ocorrem no que se refere às definições de termos muito utilizados quando se fala em interações midiadas. A definição do que é virtual e real torna-se imprescindível para qualquer estudo acerca da virtualização dos meios de comunicação.

Esta definição tem sido tema de extenso debate na filosofia contemporânea, com destaque aos trabalhos de Pierre Lévy (1996). Segundo o autor, o virtual é um complexo problemático, enquanto o potencial é um conjunto de possíveis que aguardam por sua realização. O autor aponta ainda que existe uma certa confusão na análise do real e do virtual. O real é costumeiramente entendido como uma efetuação material, uma presença tangível. Já o virtual é visto como a simples ausência da existência. Lévy entende que essa abordagem é muito restrita e não expressa o todo de seu significado.

Etimologicamente, virtual deriva do termo medieval latino *virtualis*, que teria vindo de *virtus*, isto é, força, potência. Desta forma, ele é exatamente como o real, só lhe faltando a existência. Dentro deste contexto, o virtual não é uma oposição ao real, mas sim ao atual. Virtualidade e atualidade seriam então duas maneiras diferentes de ser. A atualização é "uma

produção de qualidades novas, uma transformação das idéias, um verdadeiro devir que alimenta de volta o virtual" Lévy (2006, p. 17). Sendo assim, não se pode também confundir o atual com o real, que é a ocorrência de um estado predefinido. A realização é, assim, uma seleção de possíveis predeterminados e definidos. Se o possível é uma forma, uma estrutura ou uma reserva, a realização lhe confere "matéria".

Se o real se assemelha ao possível, o atual em nada se parece com o virtual, porém, responde a ele. Enquanto o virtual é uma problematização, o atual é a sua solução. O virtual não pode ser confundido com uma desrealização, nem, portanto, com a passagem do real para um conjunto de possíveis. Também não podemos pensá-lo como um desaparecimento no ilusório ou uma desmaterialização. Ao contrário, é preciso entender que a virtualização é um dos principais elementos da criação de realidade. Podemos entendê-la como uma "dessubstanciação".

Deste modo, a virtualização nos traz novas relações, em que a unidade de tempo está dissociada da unidade de lugar e continuidade de ação, apesar da duração descontínua. Porém, não podemos, erroneamente, entender o virtual como imaginário, tendo em vista que ele produz efeitos.

De acordo com Lévy, no que se refere à informática, a execução lógica de um programa se refere ao par possível/real. Já a interação de humanos com sistemas informáticos relaciona-se com a dialética do virtual e do atual, a qual utilizamos neste estudo.

Voltando à nossa discussão, vivemos hoje a formação de um novo ambiente midiático. As distâncias estão cada vez mais virtuais e as conexões em rede são permanentes. Este contexto proporciona uma revolução impactante no modo de relacionamento dos seres humanos com a comunicação, com conseqüências imensuráveis para a forma como as sociedades vivem e se organizam. Todas as ações, interações, formas de trabalho, relacionamentos, transportes, organizações e trocas são transformados.

É importante destacar aqui que a virtualização não presume que as pessoas estão se comunicando por interfaces de computadores pessoais de maneira estática. Desde o início da humanidade, a necessidade de mobilidade está implícita ao ser humano. O desenvolvimento das tecnologias de Internet e telefonia e o advento da TV digital proporcionaram a liberação dos fios que, até então, serviam de cordões umbilicais dos usuários com os computadores, possibilitando uma maneira nova de comunicação. Pierre Lévy (1994, p. 147) mostra que acontece uma "(...) amplificação das funções cognitivas" porque as pessoas se relacionam não com uma máquina simplesmente: o processo é de simbiose.

A multiplicação de aparelhos com várias funções incorporadas está cada vez mais acentuada, o que leva a novos usos e combinações não imaginadas originalmente. Estes aparelhos traduzem a possibilidade de conexão sem limites de tempo e espaço.

Diante deste quadro, em que aparelhos conectados acompanham as pessoas em qualquer lugar, temos um novo cenário de convergência de mídia. O fenômeno desta convergência é ainda muito recente e, por isso, sua definição ainda não está bem amadurecida. Pellanda (2004, p. 6) propõe que "a convergência de mídias se dá quando em um mesmo ambiente estão presentes elementos da linguagem de duas ou mais mídias interligadas pelo conteúdo".

Deste modo, é possível navegar em páginas da internet, trocar informações, assistir TV, ouvir rádio, tudo em tempo real. A forma de interação com o conteúdo não é somente por intermédio de textos e fotos. Já se pode contar com áudio, vídeos e gráficos animados convergindo linguagens em uma nova grande mídia.

Nesta nova cultura de convergência, velhas e novas mídias colidem, a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. Jenkins (2008, p.27) definiu este fenômeno como:

Fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiência de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando.

Com a crescente expansão deste fenômeno, podemos observar uma mídia invisível. Por estar em todas as partes, passa a ser despercebida como mídia, criando um novo ambiente de comunicação. Nesta realidade encontramos, acima de tudo, a informação onipresente.

A mobilidade possui o poder de manter as pessoas em rede estejam elas onde estiverem. No início desta década, Costa (2002, p. 74) já colocava:

(...) parece que o início do século 21 está preparando outra mutação na maneira que as pessoas se comunicam. Se olharmos para a direção certa, será possível detectar os primeiros sinais de comunidades virtuais que se distanciam dos desktops e saem do ciberespaço. É a chegada dos sem fio. A essência desses novos grupos tem um nome: mobilidade. Eles se conectam por telefones, celulares, palmtops ou pequenos radiotransmissores de curto alcance. São os portáteis. O essencial é poder estar 'sempre' ligado em qualquer lugar.

Este é um sinal de que o virtual pode potencializar o mundo atual. Antes tínhamos uma ponte entre o virtual e o atual. Hoje, há a possibilidade do indivíduo estar envolto durante a vida atual em um ambiente de mídias conectadas. Desta forma, a rede quebra a fronteira rígida que existia entre o atual e o virtual e altera as formas de interação. As experiências da realidade virtual afetam a vida atual, alterando, de forma geral, a relação entre o virtual e o atual.

Com efeito, a compreensão do ambiente virtual, coexistindo cada vez mais no atual através das tecnologias, exige um novo olhar sobre a relação entre estes elementos. Precisamos olhar por vários ângulos a relação entre elementos que, até então, tinham limites rígidos. A internet em todo lugar é muito mais do que uma facilidade do cotidiano, ou uma onda de oportunidades comerciais; ela tem a potencialidade de mudar conceitos estabelecidos pela rede até esse ponto histórico. A convergência entre os meios altera a demanda da mensagem de acordo com a necessidade de expressão. Não só o emissor, mas o receptor passa a escolher e interagir com as mídias que mais lhe convém, tornando-se também autor.

O mais importante deste processo é, que a convergência, não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. Esta nova cultura ocorre dentro do cérebro dos indivíduos e em suas interações sociais.

Vemos nascer um novo paradigma. A revolução digital dos anos 90 presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, mas o que encontramos na emergência da convergência são antigas e novas mídias interagindo de formas cada vez mais complexas.

O processo de convergência está tornando as fronteiras entre os meios de comunicação imprecisas. Desta forma, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo. As mídias antigas são obrigadas a conviver com as mídias emergentes. Os meios de comunicação são muito mais que sistemas de distribuição e tecnologia, são sistemas culturais, construídos sobre protocolos que expressam uma grande variedade de relações sociais, econômicas e materiais. Assim, a convergência de mídia é muito mais do que uma mudança tecnológica, ela altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos.

A convergência vai além de uma mudança tecnológica, ela representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias, tendo implicações no modo como

aprendemos, trabalhamos, participamos do processo político e nos relacionamos com as outras pessoas.

A convergência refere-se a um processo, não há um ponto final. Estamos vendo a emergência de um novo paradigma que afetará profundamente nossas relações sociais, políticas e culturais.

5. Convergência dos meios: uma participação possível?

Conforme vimos, o ambiente digital expande o alcance e a esfera da ação das atividades dos indivíduos. Hoje, o fenômeno da convergência é a maior expressão desta complexidade comunicacional. Ele permite a criação de um sistema de significados e interatividade baseado na liberdade de produção e de busca de informação. Os sujeitos podem, facilmente, se expressarem, se comunicarem e criarem redes de sociabilidade através dela.

Esse novo território representa uma novidade nas formas de relações e interações sociais. Gera formas de relações com códigos e estruturas próprios, não necessariamente inéditos, mas uma adaptação de formas conhecidas de sociabilidade às condições de tempo e espaço virtuais.

A atual diversificação dos canais é importante porque expande o conjunto de vozes que podem ser ouvidas, mudando assim, a natureza do debate.

Se informação é poder, então a nova tecnologia, que tem condições de distribuir informação de forma justa e possibilita também que os indivíduos sejam produtores desta informação, está realmente distribuindo poder. O poder está se deslocando de um governo de cima para baixo, para um novo paradigma, distribuído democraticamente e compartilhado por todos.

Desta forma, podemos pensar de forma otimista que a convergência possibilitará a construção de uma esfera pública no ciberespaço.

Habermas (1962) demonstra que uma parcela importante das conquistas e liberdades que desfrutamos hoje se deveu à formação de uma esfera pública, em que sujeitos, em princípio livres, se reuniam para discutir e deliberar sobre seus interesses comuns. Transferindo para a atualidade, a economia de mercado criou em seus primórdios um espaço público sustentado pela circulação de mídia impressa que permitiu à burguesia desenvolver uma consciência crítica em relação às autoridades tradicionais, encarnadas no estado e na Igreja. Entretanto, a expansão do aparelho de Estado e do poder econômico, ocorrida no século XX, rompeu com o frágil equilíbrio em que se sustentava essa forma de sociabilidade, transformando o papel da mídia ao mesmo tempo em que sua base tecnológica. Desta forma, a esfera pública passou a ser colonizada pelo consumismo promovido pelos interesses de mercado. A figura do cidadão passou a ser a figura do consumidor e do contribuinte. Assim, a mídia passou a ser empregada a serviço da razão de estado e a política converteu-se em objeto de espetáculo.

A comercialização da comunicação de massa alterou o caráter da esfera pública de maneira fundamental: o que tinha sido, numa época, um fórum privilegiado de debate racional crítico, se transformou em mais um campo de consumo cultural. Nas palavras de Thompson (2007, p.148) “A comercialização da comunicação de massa destruiu, progressivamente, seu caráter como um meio da esfera pública, pois o conteúdo dos jornais e dos outros produtos foi despolitizado, personalizado e transformado em sensacionalismo”.

Analisando alguns estudos de Habermas, Thompson (2007) coloca que, no nível da política nacional e internacional, e nos níveis superiores onde o poder é exercido em organizações civis e comerciais de grande escala, é difícil ver como a idéia de formação de opinião participativa poderia ser implementada de maneira significativa. No início dos anos 90, quando foi feita essa análise, Thompson propôs que num mundo em que há ampla escala e

complexidade dos processos de tomada de decisão, a idéia original da esfera pública, enquanto ligada à noção de formação de opinião de maneira participativa, é de importância limitada.

Aproveitando este viés deixado por Thompson, na emergência do novo paradigma, podemos pensar sim, por um prisma mais humanitário e menos tecnocrata, como um meio pelo qual a humanidade tem buscado se reconectar consigo mesma, através da gestão de novas formas de comunicação, sociabilidade e reorganização de uma esfera pública virtual.

Turkley (1997, p. 23) nos propõe o seguinte questionamento: “Ela (comunicação mediada por computadores) satisfará nossas necessidades de conexão e participação social ou minará ainda mais os frágeis relacionamentos?” Esta questão representa uma problemática fundamental diante do paradoxo de uma sociedade cada vez mais fragmentada e desinteressada com as coisas de ordem pública, paralelamente à proliferação cada vez maior de mecanismos tecnológicos a favor da comunicação.

Na cultura da convergência, ao invés vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. Desta forma, a convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa.

O ciberespaço possibilita um espaço para que nos tornemos mais livres, envolvidos e bem informados. O que muda é que amadores conseguem inserir suas imagens e pensamentos no processo político e, qualquer integração crescente entre política, cultura popular e vida cotidiana ajuda a mobilizar os indivíduos a pensar em uma cidadania democrática como estilo de vida. Há a possibilidade da entrega dos meios de produção, que é a lógica do acesso público. Neste processo, o monólogo do transmissor ao espectador agradecido tende a desaparecer.

A cultura da convergência está provocando constantes alterações na mídia e expandindo as oportunidades para os grupos alternativos reagirem aos meios de comunicação de massa. Este poder de participação deve ser direcionado a reciclagem, mudança e expansão destes meios, adicionando maior diversidade de ponto de vista, e não a destruir a cultura comercial.

A velha mídia está se tornando mais rápida, mais transparente e mais interativa. Como coloca Jenkins (2008, p. 310):

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo midiático específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em relação a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e da cultura participativa, de baixo para cima.

A mídia alternativa diversifica e a mídia de radiodifusão amplifica. Por este motivo faz-se necessária uma preocupação do fluxo entre as duas.

É muito provável que a mídia comercial vai monitorar as novas idéias e que, pontos de vista alternativos, surjam no ambiente digital, procurando conteúdos que possa cooptar e circular. Como aponta Jenkins (2008, p. 277):

Em algum ponto, claro, haverá convergência. Uma caixa. Uma tela. Você vai checar os emails, fazer comprar e verificar a lição de seu filho na mesma tela. Este talvez seja o momento mais perigoso para o movimento democrático que está desabrochando – o momento em que as corporações e os anunciantes ameaçarão

cooptar e corroer a ética democrática on line. O futuro talvez dependa do que irá exercer maior domínio sobre essa caixa: as regras da velha radiodifusão ou o poder popular da internet.

Neste ambiente onde velhas e novas mídias colidem, mídia alternativa e corporativa se cruzam, o poder do produtor e o poder do consumidor irá interagir de maneira imprevisível. O discurso da reforma midiática costuma ignorar a complexidade da relação do público com a cultura popular, ficando ao lado dos que se opõem a uma cultura mais diversificada e participativa.

É fato de que o ciberespaço representa uma novidade nas formas possíveis de relação e interação. Mas, de acordo com Santos (2005, p.42): “As conclusões postulam a tese de que a Internet representaria de fato uma inovação social, propiciando inclusive a construção de uma esfera pública virtual, carece ainda, ao meu ver, de consistência e evidências empíricas”. E acrescenta: “Não é exatamente a esfera pública que está sendo incrementada nesse processo, uma vez que a percepção do outro – presente no ciberespaço – é um artifício utilizado mais para a exclusão do que para a inclusão”.

De acordo com Santos (2005), este novo espaço tem se apresentado muito mais como um mosaico de distintas comunidades que ignoram a existência de outras comunidades, do que como um espaço de compartilhamento e organização. Desta forma, as interações mediadas estão muito distantes da visão otimista da construção de esferas públicas virtuais. As comunidades no ciberespaço representam um momento de comunicação com os semelhantes e não com o distinto.

Viver em comunidade é algo implícito e totalmente condicionante ao ser humano. As comunidades se afirmam e são possíveis na medida em que há a percepção do eu e do outro, isto é, da individualidade e da pluralidade. Porém, esta percepção não está direcionada à integração. Ainda citando Santos (2005, p. 43) “o que está por detrás da construção de comunidades virtuais no ciberespaço é precisamente a tentativa da exclusão e da diferenciação, na medida em que as comunidades não devem ser violadas por intrusos”.

Estamos num importante momento de transição, em que as antigas regras estão abertas a mudanças e somos obrigados a renegociar nossas relações. Estamos preparados para expandir a participação ou propensos a conformar-se com as antigas relações com as mídias?

Precisamos focar nas mudanças em sistemas de comunicação e normas culturais, que devem ser compreendidas por meio de ferramentas provenientes do estudo das mídias e da cultura popular. Assim que começarmos a falar em participação, a ênfase se deslocará para os protocolos e práticas culturais.

A ênfase deve ser dada na expansão das possibilidades de utilizar a mídia para nossos próprios fins. Precisamos enfrentar os protocolos sociais, culturais e políticos que existem em torno da tecnologia e definir como utilizá-la. Esse poder emergente de participar serve como um vigoroso corretivo às tradicionais fontes de poder, embora elas também procurem usá-la para seus próprios fins.

Podemos afirmar que este novo meio propicia novas formas de sociabilidade. Tais recursos tecnológicos ganharam o encargo de promover e tornar mais ágil aquilo que nos define como seres humanos: a comunicação. Mas, diante deste cenário, a grande pergunta é: os sujeitos estão prontos para expandir a participação ou propensos a conformar-se com as antigas relações, apenas através de um novo espaço?

A convergência não é um ponto final, é o início de um processo. Estamos ainda aprendendo a exercer este poder e iniciando a luta para definir em que condições nossa participação será permitida.

Precisamos lutar pelo nosso direito de participar, pelo acesso à informação e pelo poder de moldar os processos democráticos. Temos muito a aprender.

REFERÊNCIAS

ALONGE, Wagner. Ágoras digitais: a emergência dos blogs no ciberespaço e suas implicações na sociabilidade e cultura midiática. Anais I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, Salvador, 2006.

COSTA, Rogério da. A Cultura Digital. São Paulo: Publifolha, 2002.

GUARESCHI, Pedrinho (org). Comunicação e Controle Social. Petrópolis: Vozes, 1991.

_____. Os Construtores da Informação: meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. Psicologia Social Crítica como Prática de Libertação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.

_____. O que é virtual. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

MÁXIMO, Maria Elisa. Novos caminhos da socialização na Internet: um estudo das listas eletrônicas de discussão. Anais 22º Reunião Brasileira de Antropologia, Brasília, julho 2006.

_____. O eu encena, o eu em rede: um estudo etnográfico dos blogs. Civitas. Porto Alegre, v.7, n. 2, p. 25-47, jul-dez 2007.

MOSCOVICI, Serge. Representações Sociais: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.

NEVES, Rosane. Notas para uma Genealogia da Psicologia Social. Psicologia & Sociedade. 16 (2), 12-19, maio/ago. 2004.

PELLANDA, Eduardo Campos. A Internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagem própria. Porto Alegre, PPGCOM-PUCRS, 2001.

_____. Ambiente Midiático Potencializado pela Convergência de Mídias e Internet Móvel. Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre, RS, setembro de 2004. São Paulo: Intercom, 2004.

_____. Comunicação Móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, RN, setembro de 2008. São Paulo: Intercom, 2008.

_____. Convergências de Mídia Potencializada pela Mobilidade e um Novo Processo de Pensamento. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003.

_____. Olhar Complexo sobre a Internet Móvel e o rompimento do cordão umbilical com a informação. Razón y palabra, Cidade Del México, nº 49, p. 43, 2006.

SANTOS, Hermílio. Alteridade, decepção e estigma no ciberespaço: desdobramentos da interação social mediada. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 26, p. 41-46, abril 2005.

THOMPSON, John B. A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1997.

TURKLE, Sherry. La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet. Barcelona: Paidós, 1997.