

mas não simplesmente transposta, do campo da Comunicação.

Entre primórdios e o tempo presente podemos selecionar na literatura diferentes pesquisas de cunho epistemológico, seja no rumo da constituição de um novo campo do conhecimento – os *new media studies*; seja no desdobramento e adequação dos pilares do campo da Comunicação às especificidades do meio digital; e seja, por fim, no aporte de modelos epistemológicos dos campos correlatos da Informática, das Telecomunicações, das Ciências da Informação, das Ciências Cognitivas, entre outros e sua integração ao que poderíamos chamar de Comunicação Digital ou Multimídia.

Posicionamos este trabalho como uma reflexão sobre as correntes existentes para a proposição de alguns possíveis caminhos epistemológicos que demonstrem como a comunicação digital opera sua práxis de produção de conhecimento.

Para isso, iniciaremos com a discussão sobre o conceito de novas mídias e seu respectivo novo campo de conhecimento; a seguir, discutiremos as correlações possíveis entre “estudos de novas mídias” e a Comunicação de forma mais ampla; tais discussões desembocam nas questões referentes aos procedimentos de pesquisa mais adequados à um modelo epistemológico para a comunicação digital embasado nos indícios singulares e acidentais e nas especificidades decorrentes da complexidade do objeto; por fim, apresentaremos pontos para discussões futuras e um esboço de modelo.

Finalmente, é importante esclarecer que o trabalho ora apresentado tem o caráter de contribuir para as discussões acerca da uma epistemologia para a Comunicação Digital em nível inicial e exploratório do tema. Temos claro que ainda estamos em processo de construção temática.

Em busca de conceitos e objetos

A primeira questão que surge ao examinarmos a literatura refere-se à diversidade de definições atribuídas à “nova mídia”. Embora possa parecer um tema exaustivamente discutido e esclarecido em suas delimitações, consideramos importante retomá-lo por conta das reflexões epistemológicas.

No mesmo quesito de oportunidade, temos ainda a considerar o fato de que as “novas mídias” já não são tão novas assim em termos de aplicação e uso corrente pela sociedade. Temos por posição que o melhor termo para as velhas novas mídias seria “mídias digitais”. Optamos por manter, neste trabalho, o termo novas mídias por coerência às referências bibliográficas mais recentes que ainda o utilizam como forma de diferenciação.

Em sentido estrito, nova mídia poderia estar limitada ao âmbito técnico, sendo o tráfego de dados codificados em protocolo internet (IP) que têm alcance externo às redes locais de computadores. Tal delimitação é adotada por Röhle (2005: 420) ao caracterizar o campo dos *new media studies*. Por outro lado, Pablo Boczowski entende que as novas mídias ultrapassam os limites da introdução de inovações tecnológicas aos suportes midiáticos, afirmando:

“Tal compreensão das novas mídias sensibilizou analistas para a interdependência entre os elementos tecnológicos e sociais da mídia, numa perspectiva alternativa que convida pesquisadores a focar estudos, por exemplo, tanto voltados à análise das capacidades técnicas de novos artefatos, como para as construções simbólicas deles derivadas”. (Boczowski, 2004: 144).

Já as pesquisadoras Leah Lievrouw e Sonia Livingstone (*apud* Matheson, 2004) têm uma visão tridimensional das novas mídias – aparatos tecnológicos, as práticas comunicativas que se constituem em tais aparatos, e os contextos sociais e as instituições que se apropriam de tais práticas.

Lev Manovitch (2003) apresenta a visão mais agregadora, conferindo às novas mídias características aplicáveis a diferentes cenários. Para ele são oito as propostas para se entender as

novas mídias: como uma oposição à cibercultura; como tecnologia computacional e utilizada como uma plataforma de distribuição; como dados digitais controlados por softwares; como um mix entre as convenções culturais existentes e as convenções de softwares; como uma estética vinculada ao surgimento de cada inovação nos campos da mídia e da tecnologia de comunicação; como uma meio mais rápido de execução de algoritmos anteriormente executados manualmente ou através de outras tecnologias; como meta-mídia; e como uma articulação paralela das idéias similares surgidas no pós-guerra e a computação moderna.

Temos aqui a constatação de que a produção de conhecimento em novas mídias decorre obrigatoriamente da tríade tecnologia, comunicação e sociedade. Encontramos análises e estudos ora enfatizando um ou outro dos três elementos, ora analisando os fenômenos numa correlação de simetria, mas, de qualquer forma, fica evidente a necessidade da análise tríplice, sem a valorização de determinismos tecnológicos, ou a perspectiva de substituição midiática, muitas vezes enfatizadas em pesquisas das décadas de 1980 e 1990.

A segunda questão que abordamos refere-se à configuração das novas mídias num nível do mundo real e não imaterial.

Se retomarmos os autores precursores do tema, a exemplo de Alvin Toffler, Nicholas Negroponte e até mesmo Bill Gates já em meados dos anos 1990, podemos constatar que o espaço das novas mídias esteve separado do mundo físico, real. Diríamos que a apologia da quebra de distâncias e barreiras ocorria no ciberespaço e não levava em consideração a permanência e os limites do corpo, das cidades do espaço real que sempre abrigou todo o aparato tecnológico, físico e humano para sua própria ocorrência. Mais adiante, pesquisadores como Lev Manovitch, Jay Bolter e Richard Grusin, entre outros, pintaram o mundo das novas mídias como um ponto futuro, uma expectativa de narrativas e informações contidas em computadores em rede, acrescentando um caráter etéreo e distanciado.

O urbanista Stephen Graham propõe uma visão mais contemporânea na qual as novas mídias influenciam e são influenciadas pelo espaço urbano, pelas relações sociais e pela vida rotineira dos grandes centros. Sugere que

“a vida urbana e as novas mídias tendem a se constituir um meio integrado por meio do qual a pesquisa em Ciências Sociais ultrapasse os discursos genéricos e deterministas sobre o ‘impacto’ do ‘ciberespaço’ na sociedade, e passe a olhar em detalhes empíricos as formas complexas pelas quais das tecnologias digitais de informação e comunicação são utilizadas na prática, em espaços reais”. (Graham, 2004: 17).

Na mesma linha de discussões de Graham temos a considerar também os pesquisadores William Mitchell e Neil Postman, entre outros.

Ainda no sentido de incorporação da imaterialidade ao mundo real, é relevante acrescentar a visão de Muniz Sodré (2007) ao afirmar que “o tempo real é um tempo desrealizado”. Ou seja, em tempos de novas mídias é difícil conceber qualquer ação de comunicação associada a variáveis como cronologia, duração e segmentação por conta da velocidade de transmissão da rede. Para ele, a fusão dos diferentes tempos (anteriormente separados por dedicação, como o tempo do trabalho, do lazer, da educação, entre muitos) acaba gerando um verdadeiro “frenesi de presença em rede”, modificando a perspectiva entre real e virtual.

Portanto, em acréscimo à constatação da tríade integrada, anteriormente exposta, temos que considerar que a produção de conhecimento em novas mídias se dá na vida real, tirando o ciberespaço da imaterialidade e atribuindo ao mesmo a condição de espaço eletrônico de circulação da comunicação e da sociabilidade.

Isto posto, a terceira questão surge naturalmente: qual(is) é o(s) objeto(s) de pesquisa das

novas mídias?

Se aceitarmos a validade das proposições anteriores, ainda que aqui tratadas de forma exploratória, podemos afirmar que não existem nas novas mídias objetos diversos daqueles do próprio campo da Comunicação. O que antevemos, diante do cenário transformador e multi-campos que as novas mídias trazem, é a necessidade de uma redefinição das tradicionais teorias da comunicação de massa de forma a explicar e sustentar os aportes tecnológicos e as decorrentes novas relações de interação e sociabilidade.

Importante esclarecer que não falamos de uma reposição teórica. Falamos, sim, da consideração/inclusão de novos (ou outros) modelos epistemológicos no campo da Comunicação que levem em conta, no dizer do pesquisador José Luís Braga o fato de que “os fenômenos comunicacionais, na sociedade contemporânea, apresentam uma diacronia muito dinâmica – não apenas consequência do avanço tecnológico, mas também dos processos sociais interacionais que se diversificam correlatamente”. (Braga, 2007: 4).

Reforçando esta proposição, Muniz Sodré afirma que “É particularmente visível a urgência de uma outra posição interpretativa para o campo da comunicação, capaz de liberar o agir comunicacional das concepções que o limitam ao nível de interação entre forças puramente mecânicas e abarcar a diversidade da natureza das trocas, em que se fazem presentes os signos representativos ou intelectuais, mas principalmente os poderosos dispositivos do afeto”. (Sodré, 2006: 13).

A capacidade de incorporação de novos modelos epistemológicos por parte de um dado campo do conhecimento revela seu grau de resiliência às transformações do mundo que o contém. Nesse sentido, se posicionarmos o campo da Comunicação como célula *mater* da produção de conhecimento em novas mídias, encontramos ali terreno fértil para adequações e incorporações pelas próprias características do campo.

Conforme as afirmações de Braga (2007)

“[...] temos que reconhecer, hoje, que cada uma das Ciências Humanas e Sociais se desdobra, nas suas pesquisas próprias e na sua interface com as demais, em uma variedade de modelos epistemológicos – em função dos objetivos de cada pesquisa, das sub-áreas de especialização disciplinar, dos enfoques teóricos que adotam e/ou constroem, e das relações que de elaboram com a realidade social pesquisada”.

O pesquisador considera que, neste cenário a Comunicação é uma disciplina indiciária, ou seja, que o exercício da produção de conhecimento no campo esteja próximo dos fenômenos de seu interesse, extraindo daí fundamentações relacionadas. Sugere, assim, como modelos epistemológicos mais adequados os estudos de caso e o paradigma “indiciário” de Carlo Guinsburg¹.

Em resumo, a primeira reflexão que apresentamos para consideração ao buscarmos a configuração de uma possível epistemologia para a comunicação digital envolve as seguintes caracterizações:

- a inserção do estudo das novas mídias como sub-campo da Comunicação, tomando para si os objetos do campo maior;
- a práxis entranhada na tríade tecnologia – comunicação – sociedade, configurando um cenário de resiliência à integração de conceitos e procedimentos de suas áreas correlatas; e
- a vinculação entre teoria e prática como condição fundamental para a construção de inferências e proposições epistemológicas.

¹ A base do paradigma indiciário não é colher e descrever indícios, mas selecionar e organizar informações da realidade para fazer inferências, implicando em fazer proposições de ordem geral a partir dos dados singulares obtidos. Ver Braga (2007) para maior aprofundamento do tema.

A relação teoria e prática na comunicação digital

As reflexões apresentadas no item anterior destacam o forte vínculo do sub-campo das novas mídias à observação empírica e à busca de fertilização teórica em outros campos correlatos. Fenômenos de comunicação digital se dão primordialmente no próprio interagir entre aparatos e suportes, protagonistas comunicantes e interagentes. Tais fenômenos se constroem a partir da experimentação que a criatividade humana imprime no próprio espaço de comunicação e sociabilidade.

Assim, poderíamos sugerir que observação empírica e abertura à correlação seriam elementos constituintes de um modelo epistemológico para o estudo das novas mídias.

Diversos autores reforçam tal proposição, a exemplo de Röhle:

“Numa visão geral, os estudos das novas mídias são caracterizados por uma excepcional abertura para a relação teoria e método e, pelo menos até agora, nos parece impossível distinguir algum cânone explícito que oriente as pesquisas neste campo. Tal ‘abordagem experimental para a teoria e a epistemologia’ permite valiosas correlações interdisciplinares que possibilitam a compreensão de fenômenos sociais e tecnológicos em constante evolução” (Röhle, 2005: 404)

O filósofo tcheco Vilém Flusser [1921-1991], a exemplo de outros modernos como Roland Barthes, Marshall McLuhan e Jean Baudrillard, não vivenciou a concretude das mídias digitais, mas teve a visão em sua obra de que os rumos da Comunicação seguiam para proposições teórico-práticas e para uma evolução tecnológica sem precedentes que desembocaria nas chamadas novas mídias. Suas colocações são bastante úteis para justificar nossas reflexões.

Flusser introduziu a questão da codificação do mundo a partir da relação forma/aparência, mas com plena aplicabilidade o mundo digital. Segundo Rafael Cardoso “As implicações da concepção flusseriana são imensas. No que tange à comunicação no seu sentido lato, ela nos instiga a rejeitar uma separação dicotômica entre representação e referente, entre signo e a coisa em si, entre teoria e prática das estruturas de linguagem. Fabricar e informar são aspectos de um mesmo programa, são manifestações da ação humana única de tentar impor sentido ao mundo por meio de códigos e técnicas”. (Cardoso *apud* Flusser, 2007: 14).

Uma contribuição significativa de Flusser, juntando-se a outros pensadores apontados por Braga (2007), é a visão de que a produção de conhecimento em Comunicação não pode ser similar àquela das ciências naturais, pois ele é uma disciplina interpretativa, tendo que criar significados². Com isso, podemos concluir que os fenômenos comunicacionais não são coisas fechadas em si mesmas, mais sim objeto de observação caso a caso. Por sua diversidade, não são, no dizer de Flusser, “a mesma coisa”, portanto há que se observar uma sucessão de fenômenos para encontrarmos as singularidades em comum. É deste processo de observação da prática, da associação dos significados que se produz o conhecimento.

Esta junção entre teoria e prática pode ser aqui exemplificada por meio do fenômeno comunicacional dos *weblogs*. Atualmente vivenciamos o uso intenso desta ferramenta tecnológica que possibilita um processo comunicativo sincrônico, dialógico e ao mesmo tempo discursivo. Seu uso tem ocorrido em diferentes situações, como a disseminação de notícias, a expressão de opiniões, a correlação e a oposição de idéias de múltiplas fontes. Ao propormos um estudo formal do fenômeno

² Interessante a exemplificação apresentada por Vilém Flusser para compreendermos o caráter interpretativo da Comunicação: “[...] por exemplo, uma nuvem é explicada quando se indicam suas causas, e um livro é interpretado quando se remete a seu significado. [...] Portanto, a teoria da Comunicação será entendida como uma disciplina interpretativa (diferentemente, por exemplo, da ‘teoria da informação’ e da ‘informática’), e a comunicação humana será abordada como um fenômeno significativo e a ser interpretado.” (Flusser, 2007: 91 e 92)

weblogs nos veremos diante da relação teoria-prática para chegarmos a resultados propositivos.

No caso específico de estudos acadêmicos de *weblogs* jornalísticos³ observamos que muitos, apesar de serem produtos típicos e exclusivos do meio digital, são regidos pelos parâmetros teóricos da *old media*: a preservação do papel do *gatekeeper*, a autoridade editorial e a inexistência de diálogo com o leitor (usuário, no caso). Ainda na observação empírica, constatam-se *weblogs* jornalísticos que assumem uma postura rearticuladora com relação às instâncias básicas da teoria do jornalismo, onde a autoridade editorial é substituída pelo consenso das múltiplas vozes que interagem neste espaço; onde a construção de significados é, em grande parte, de responsabilidade do usuário.

Na verdade o que temos neste exemplo são observações diversas de um mesmo fenômeno comunicacional – os *weblogs* – sem, contudo, podermos discernir formas “certas” ou “erradas” apenas por alguns estarem sustentados por vertentes teóricas consolidadas e, outros revelarem rearticulações deste cabedal teórico. A observação empírica destas formas rearticuladoras criadas pelos usuários é enriquecedora sob o ponto de vista epistemológico, subsidiando novas possibilidades de produção de conhecimento que não ocorreriam sem este processo de trocas teórico-práticas. No dizer da Mathenson “mais do que assumir uma dissociação radical entre velhas e novas formas [comunicacionais], é necessário explorar como as formas das novas mídias se posicionam nas estruturas sociais vigentes”. (Mathenson, 2004: 461).

Assim, ao refletirmos sobre um modelo epistemológico para a comunicação digital temos que considerar seu caráter processual, ou parafraseando um termo bastante *new media*, um modelo “em construção”.

As singularidades e algumas especificidades

Retomando as colocações de Braga descritas no item inicial deste trabalho quando o paradigma indiciário e os estudos de caso foram considerados como os mais apropriados para o estudo dos fenômenos comunicacionais, concordamos e assumimos com sua proposição dos elementos centrais de um modelo epistemológico resiliente: “o estudo de casos singulares; a busca de indícios que remetem a fenômenos não imediatamente evidentes; a distinção entre indícios essenciais e acidentais; o trabalho de articulação entre os indícios selecionados; e a derivação de inferências”. (Braga, 2007: 6).

Para tanto, Braga sugere alguns procedimentos que resumimos a seguir:

- a realização de um levantamento extensivo e detalhado dos traços de caracterizam o objeto;
- operar seleções destes traços que busquem reduzir o objeto a seus elementos mais significativos;
- derivar critérios *ad hoc* (tentativos) para fazer a separação entre indícios essenciais e acidentais, levando em conta variáveis como o problema de pesquisa, as estruturas e processos próprios do objeto ou situação, e o conhecimento disponível sobre esse tipo de objeto;
- articular conjuntos de indícios que possibilitem as inferências sobre o fenômeno.

Segundo Braga, tais procedimentos vão ocorrendo na medida em que o pesquisador promove um tensionamento triangular entre situação empírica, bases teóricas e problemas de pesquisa.

Lembramos que o foco central de nossas reflexões é a comunicação digital, portanto, ao implementarmos os procedimentos anteriormente sugeridos objetivando busca de um modelo epistemológico, é importante situar quais os fenômenos que a caracterizam e, num segundo

³ Embora tal denominação ainda suscite polêmicas, entendemos aqui como “jornalísticos” aqueles *weblogs* vinculados e suportados no ciberespaço por organizações tradicionais de mídia, cujo conteúdo dissemina informação noticiosa.

momento, quais as suas singularidades, ou seja, aquelas características sempre presentes, que sustentariam a seleção de indícios e a proposição de inferências.

Propomos caracterizar fenômenos de comunicação digital como aquelas manifestações da comunicação humana – os conteúdos, que ocorrem exclusivamente no ambiente tecnológico de bits; utilizando as ferramentas técnicas possibilitadas por este ambiente para promover trocas, interações, relações de sociabilidade; e levando em consideração que tudo isso ocorre num contexto social existente e algumas vezes determinante.

Ressaltamos que a característica de ocorrência “exclusivamente no ambiente tecnológico de bits” questiona a consideração daqueles fenômenos transpositivos, como por exemplo, sítios que copiam conteúdos gerados em suportes não digitais, áudio e vídeos gerados em radiodifusão e retransmitidos pelo protocolo IP, entre outros.

Seriam exemplos de comunicação digital: weblogs de qualquer tipo, fluxos multimídia (noticiosos, visuais, musicais, entretenimento, etc.), intranets, portais de acesso, portais corporativos, mensagens SMS e MMS.

Com relação às características fundantes e sempre presentes nestes fenômenos (as singularidades, os indícios essenciais), recorreremos inicialmente a autores que desde os primórdios das novas mídias vêm se dedicando ao seu estudo e caracterização. Iremos condensar os conceitos e visões apresentados por Fidler (1997), Hayles (1999), Lunenfeld (2000), Janet Murray (2001), Lev Manovitch (2001) Bolter (2003), Jenkins & Thornburn (2003), Salaverría (2005), entre os mais destacados.

Tal condensação está bastante bem realizada em estudo de Bertocchi (2006) quando postula o problema da tríplice exigência narrativa, condicionando as formas comunicacionais do ciberespaço à hipertextualidade, multimedialidade e interatividade. Tais condições também são enfatizadas por Salaverría, e podem ser assim resumidas: “Salaverría entende por hipertextualidade a capacidade de conectar diversos textos digitais entre si. Define a multimedialidade como a capacidade outorgada pelo suporte digital de combinar em uma mesma mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som. E por interatividade entende a possibilidade que o usuário tem de interagir com a informação apresentada pelo cibermeio”. (Bertocchi, 2006: 57).

Além destas três características Salaverría afirma que

“A comunicação por meio das redes digitais interativas se caracteriza, em primeiro lugar, pela ruptura de dois condicionantes clássicos de toda a Comunicação: o tempo e o espaço. As mensagens na rede possuem elasticidade temporal e não estão submetidas às distâncias físicas. Nesse sentido, a comunicação em rede se caracteriza pelo policronismo e pela multidirecionalidade”. (Salaverría, 2005: 23).

O autor define policronismo como as múltiplas possibilidades de relação temporal que se produzem entre a emissão e a recepção das mensagens no ciberespaço; e por multidirecionalidade como a possibilidade de transmissão de mensagens de um ponto a outro, de um ponto para muitos outros e, de muitos pontos para muitos.

Considerando policronismo e multidirecionalidade, entendemos a obrigatoriedade da presença na rede, ou seja, da conexão para se configurar o ato da comunicação digital.

Assim, retomando os procedimentos sugeridos por Braga para a construção de um modelo epistemológico para a comunicação digital definimos como indícios essenciais: a conexão à rede para absorção das mensagens, o uso do hipertexto na construção narrativa destas mensagens, agregado ao uso de pelo menos um dos recursos de imagem ou som, e a disponibilidade de recursos de interação com o espaço comunicativo.

Podemos afirmar que estes quatro indícios são determinantes na comunicação digital; sempre

estiveram possíveis desde as primeiras experiências na rede; e continuarão presentes e disponíveis independentes do patamar tecnológico da rede. O que também podemos afirmar (tema que será aprofundado mais adiante quando falarmos das especificidades) é que estes indícios apresentarão variações conforme o contexto no qual o objeto de pesquisa estará inserido⁴.

Neste ponto, propomos a reflexão sobre mais alguns indícios decorrentes exatamente da dinâmica veloz e evolutiva do contexto tecno-social das mídias digitais. É fato que a rede enquanto aparato tecnológico, relações de comunicação e sociabilidade por ela geradas, e inserção de seu uso na rotina da contemporaneidade não é a mesma desde seu surgimento comercial, em meados dos anos 1990 e o presente momento. Também é premonitório que a rede permanecerá em mutação constante nos tempos futuros.

O que temos em mãos e em cena atual é uma rede que opera a partir de suas quatro singularidades originais, enfatizando características adicionais de presença ubíqua, de estabelecimento de conversações como meio de troca social, de crescente uso de formas expressivas imagéticas, e de configuração de processos de produção cada vez mais integradores.

Com isso, parece-nos oportuno incluir mais três características da comunicação digital: a simetria comunicacional, as conversações participativas e a integração midiático-informativa.

Evidentemente que tal inclusão implica em justificativas e reflexões aprofundadas que ultrapassam os limites deste trabalho. Mas, consideramos importante descrevê-las minimamente para que possam ser posteriormente discutidas.

Primeiro, temos a vinculação das três variáveis ao contexto tecno-social da vida em rede. Repetimos a citação de Braga já referida no item inicial: “os fenômenos comunicacionais, na sociedade contemporânea, apresentam uma diacronia muito dinâmica – não apenas consequência do avanço tecnológico, mas também dos processos sociais interacionais que se diversificam correlatamente”. Com isso, ainda não podemos atribuir a elas o mesmo estatuto determinante das características originais, uma vez que estamos no momento da vivência das práticas. Poderiam estar categorizados como indícios acidentais, na sugestão de Braga.

Na cena real e rotineira da grande rede vemos e muitas vezes nos envolvemos diretamente nos fenômenos comunicacionais movidos pelo caráter participativo. Sem abrir mão das fontes e ferramentas consolidadas – o acesso a informações em páginas de importantes marcas midiáticas, o simples uso do correio eletrônico, a participação em listas especializadas de discussão, ou a vida profissional se desenrolando nos bits das redes corporativas – recorreremos com significativa assiduidade a novas práticas de comunicação digital que, em sua essência, conectam simetricamente os participantes em termos de emissão, recepção e retro-alimentação de conteúdos.

Falamos, portanto, dos fenômenos comunicacionais explicitados por: *weblogs* como meio e ferramenta de participação, opinião e de conversação; redes de relacionamento por meio de texto, imagem e som, a exemplo do *Orkut*, *LinkID*, e *MySpace*; conversações em tempo real por meio de sistemas de mensagens instantâneas, como o *GoogleTalk* e *MSN*; compartilhamento de conteúdos de caráter audiovisual de produção do próprio usuário, como o *Slideshare* e o *YouTube*; áreas de agregação e compartilhamento de notícias e serviços gerados pelas fontes originais, como o Centro de Mídia Independente, o *Slashdot*, e *OhMy News*; ferramentas de edição, rastreamento e disponibilização de informações individualizadas por meio do RSS; e formas expressivas de mundos artificiais povoados por avatares a exemplo do *Second Life*.

Tais fenômenos originados na experimentação decorrente da tecnologia em rede começam a

⁴ A discussão de tais variações, como por exemplo, o grau de interatividade/imersão do usuário, uso de contexto na hipermídia, extrapolam os limites deste trabalho, mas são essências na construção de estudos que interpretem fenômenos de comunicação digital.

gerar conceitos fundantes como as redes sociais e a web 2.0⁵, o jornalismo 3.0⁶ e a web semântica⁷. São elementos em comum de todos estes conceitos: conversações, trocas, interações *inter* e *intra* usuários conectados à rede; um equilíbrio ou simetria destas conversações, oportunizando a todos o mesmo nível de participação; e uma transformação estrutural e processual⁸ dos núcleos de produção de conteúdo para a rede, especialmente quanto à incorporação do quesito simetria produtores e receptores, e também com relação à produção convergente.

Por fim, é importante incluímos no conjunto de considerações de um modelo epistemológico para a comunicação digital, a questão das especificidades. Ela se relaciona a dois aspectos recorrentes no estudo dos fenômenos comunicacionais: a complexidade do objeto em estudo; e a linguagem/forma expressiva assumida pelo objeto.

Segundo Braga,

“um objeto complexo funciona segundo múltiplas lógicas, relacionadas a aspectos internos e contextuais diferenciados. Conforme nossa pergunta de pesquisa, estaremos interessados em ressaltar algumas destas lógicas e daremos menos relevância a outras. [...] Essa situação exige processos tentativos, idas e vindas entre os três determinantes, utilizando indicações de cada um deles para testar e questionar os outros – em um processo de tensionamento mutuo”. (Braga, 2007: 8).

Tal complexidade do objeto também decorre das diferentes possibilidades do uso de linguagens, gêneros e formatos narrativos múltiplos na expressão comunicacional. Aqui temos formas embasadas nos preceitos do Jornalismo, da Publicidade, das Relações Públicas, do Cinema, do Rádio e da Televisão, que mesmo concebidas para o ambiente digital, não se distancia de tais preceitos, pelo contrario, busca integrá-los e/ou adaptá-los.

Portanto, no contexto de uma epistemologia para a comunicação digital, por conta da tríplice exigência a ela atrelada, há que se incorporar outras lógicas na definição do enfoque e do problema de pesquisa para além das lógicas do campo *mater* da Comunicação. São as lógicas das áreas correlatas já citadas nos itens iniciais deste trabalho: a Informática e a Cibernética, as telecomunicações, as Ciências da Informação, as Ciências Cognitivas, entre outras. Além disso, teríamos que levar em conta tais lógicas alinhadas aos preceitos do formato simbólico-expressivo em uso/estudo. E aqui, temos toda uma literatura específica referente às narrativas jornalísticas nos

⁵ Expressão usada pela primeira vez no final de 2004 para nomear uma conferência organizada por Tim O’Reilly, CEO da consultoria *O’Reilly Media*. Refere-se a um conjunto de princípios e práticas que agregam um verdadeiro “sistema solar” de sites, todos contendo alguma forma de ação participativa. São suas características principais: o posicionamento estratégico da web como plataforma social; o posicionamento do usuário no controle dos dados e da navegação; e *core competencies* em rede como oferta de serviços e não pacotes de softwares, arquitetura de participação, eficiência em economias de escala, infinitas combinações de dados (fontes e edição), e alavancagem da inteligência coletiva.

⁶ Refere-se à evolução do Jornalismo em rede, saindo daquele jornalismo inicial que transmitia o conteúdo tradicional de meios analógicos ao ciberespaço; passando pela fase de criação de conteúdo de e para a rede; e, desembocando em formas de socialização do conteúdo e dos próprios meios. (Orduña et al, 2007: 53)

⁷ A web semântica é uma das originais concepções de Tim Berners-Lee – o criador do WWW – que é por ele retomada para retratar o futuro (próximo) da internet: uma rede de dados que podem ser processados direta ou indiretamente pelas máquinas. Hoje, os dados das páginas web não são verdadeiramente processados nos computadores. Seu sistema capacitará os computadores a converter uma página web em dados armazenáveis que o computador poderá utilizar para avaliar a utilidade da página para o usuário. Tal sistema será a sustentação de uma rede de agentes inteligentes.

⁸ Entendemos por transformação estrutural e processual dos núcleos de produção de conteúdo para a rede uma reconstrução da estrutura organizacional e do modelo de negócios que os sustentam. Tais transformações, segundo o professor Hamilton Luís Corrêa (2007), envolvem uma sucessão de níveis estratégicos com os quais uma organização de mídia se relaciona, a saber: o nível global, passando por políticas globais, blocos econômicos e organismos internacionais; o nível estrutural, no qual a empresa de mídia se posiciona em termos da economia, educação e tecnologia; o nível setorial e da cadeia produtiva, onde o foco é a ação coletiva, a integração com fornecedores e distribuidores de conteúdos; o nível da estratégia da própria empresa, onde se consideram variáveis como qualidade /inovação, desenvolvimento/ manutenção/ sobrevivência; o nível tático que pensa na organização e liderança de equipes e pessoas; e o nível operacional, que foca o comportamento, o conhecimento técnico, as habilidades de relacionamento e a produtividade.

cibermeios (o jornalismo digital ou o jornalismo online), à publicidade interativa, à infografia e ao design de interfaces, à interação homem-máquina, entre outros.

Discussões futuras e considerações finais

No discorrer dos itens deste trabalho procuramos oferecer pontos fundantes para a discussão e posterior proposição de um modelo epistemológico para a pesquisa em Comunicação Digital. Partimos do campo *mater* da Comunicação e adotamos a proposição do professor José Luis Braga do método do estudo de caso e do processo indiciário como procedimentos também adequados à pesquisa em Comunicação Digital.

Deste quadro inicial de sustentação conceitual, resumimos a seguir os principais pontos de reflexão e composição de um modelo epistemológico:

1. A inserção do estudo das novas mídias como sub-campo da Comunicação, tomando para si os objetos do campo maior; com uma práxis entranhada na tríade tecnologia – comunicação – sociedade, configurando um cenário de resiliência à integração de conceitos e procedimentos de suas áreas correlatas.
2. A vinculação entre teoria e prática como condição fundamental para a construção de inferências e proposições epistemológicas. Uma vinculação de caráter processual, ou parafraseando um termo bastante *new media*, um modelo “em construção”.
3. A complexidade do objeto comunicacional por suas lógicas correlatas e suas especificidades de formatos.
4. A adoção de um conjunto de procedimentos na abordagem do objeto complexo baseados num constante tensionamento triangular entre situação empírica (tomada por meio do estudo de caso), bases teóricas e problemas de pesquisa, a saber:
 - 4.1. A ocorrência do fenômeno comunicacional “exclusivamente no ambiente tecnológico de bits”;
 - 4.2. A delimitação dos seguintes indícios essenciais: a conexão à rede para absorção das mensagens, o uso do hipertexto na construção narrativa destas mensagens, agregado ao uso de pelo menos um dos recursos de imagem ou som, e a disponibilidade de recursos de interação com o espaço comunicativo;
 - 4.3. A sugestão dos seguintes indícios acidentais: a simetria comunicacional, as conversações participativas e a integração midiático-informativa.
5. A consideração da questão das especificidades, vinculadas a dois aspectos recorrentes no estudo dos fenômenos comunicacionais: a complexidade do objeto em estudo; e a linguagem/forma expressiva assumida pelo objeto.

Propomos que os envolvidos no processo de produção de conhecimento no sub-campo da Comunicação Digital iniciem discussões e trocas para a construção de um modelo em comum. Sugerimos que tais discussões se iniciem pelas propostas aqui apresentadas. Consideramos que tais propostas são exploratórias e não-conclusivas.

Temos, por fim, a colocar que, por limitações decorrentes do formato solicitado para este trabalho, deixamos de abordar todo um conjunto temático vinculado aos recortes teórico-metodológicos originários na Teoria da Comunicação que deverão sustentar cada estudo de nosso sub-campo. Para isso, seria necessário um segundo trabalho.

Bibliografia

- Bertocchi, Daniela (2006). A narrativa jornalística no ciberespaço: transformações conceitos e questões. Dissertação de mestrado. Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais.
- Boczkowski, Pablo J. (2004). Books to think with. *New Media & Society*, v. 6 (1): 144-150.
- Bolter, David J. Seeing and Writing, in Wardrip-Fruin, Noah e Montfort, Nick. (2003). *The New Media Reader*. Cambridge: The MIT Press.
- Braga, José Luiz. (2007) Comunicação, disciplina indiciária. Trabalho apresentado junto ao GT "Epistemologia da Comunicação". Anais do XVI Encontro da Compós. Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, Junho 2007.
- Corrêa, Hamilton L. (2007). Avaliação organizacional. No prelo.
- Fidler, Roger. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. Estados Unidos, Califórnia: Pine Forge Press.
- Flusser, Vilém. (2007). O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. Org: Rafael Cardoso. Trad.: Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac & Naify.
- Graham, Stephen. (2004). Beyond the 'dazzling light': from dreams of transcendence to the 'remediation' of urban life. *New Media & Society*, v. 6 (1): 16-25.
- Hayles, N. Katherine. (1999) *How we became posthuman*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lunenfeld, Peter (ed.) (2000). *The digital dialectic: new essays on new media*. Cambridge: MIT Press.
- Manovitch, Lev *New Media from Borges to HTML*, in Wardrip-Fruin, Noah e Montfort, Nick. (2003). *The New Media Reader*. Cambridge: The MIT Press.
- Manovitch, Lev. (2001). *The Language of new media*. Cambridge; The MIT Pres.
- Matheson, Donald. (2004). Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. *New Media & Society*, v. 6 (4): 433-468.
- Murray, Janet. (2001). *Hamlet on the holodeck: the future of narrative in cyberspace*. Cambridge: MIT Press.
- Orduña, Octavio I. et al (2007). *Blogs: revolucionando os meios de comunicação*. São Paulo, Thomson Learning.
- Röhle, Theo. (2005). Power, reason, closure: critical perspectives on new media theory. *New Media & Society*, v. 7 (3): 403-422.
- Salaverría, Ramón. (2005) *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: EUNSA.
- Sodré, Muniz. (2006). *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Sodré, Muniz. (2007). Anotações em palestra "Epistemologia da Comunicação", proferida em 29/03/2007 como aula inaugural do PPGCOM – ECA-USP.