

Redes sociais e os estudos de recepção na internet¹

Social Networks and reception studies on Internet

■ DENISE COGO*

LILIANE DUTRA BRIGNOL*

RESUMO

Propomos um itinerário de reflexão em torno das redes sociais como ambiência mediada na busca por situar suas incidências nos estudos de recepção na internet. Partimos da compreensão de que o papel desempenhado pelas redes sociais no modo de organização das relações contemporâneas traz consequências para a configuração e os usos das mídias, com destaque para a internet, o que exige uma reconfiguração do olhar sobre os processos de recepção. São discutidos aspectos conceituais referentes ao reposicionamento do interacional nos estudos da recepção no contexto da sociedade em rede, com destaque para cinco dimensões que exigem a atenção nesse reposicionamento: a facilidade de acesso à esfera da produção, a convergência midiática, a interatividade, a hipertextualidade e a heterogeneidade das características da internet.

Palavras-chave: redes sociais, estudos de recepção, internet

ABSTRACT

We propose an itinerary for thinking about social networks as environments and the search for placing its incidences in reception studies on internet. We start from the comprehension that the role developed by social networks in the organization of contemporaneous relations brings consequences for the configuration and uses of media, highlighting the internet. This demands a reconfiguration of the perspective on reception processes. We discuss conceptual concepts concerning the repositioning of interaction in reception studies in the context of connected society. We draw attention to five dimensions that demand attention in this repositioning: access facility to the production field, media convergence, interactivity, hypertextuality and heterogeneity of internet characteristics.

Keywords: social networks, reception studies, internet

* Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Pesquisadora produtividade nível 2 do CNPq.

** Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos e professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano.

1. Versão ampliada e revisada de trabalho apresentado ao GT Recepção, usos e consumo midiático, do XIX Encontro da Compós, na PUC-Rio, Rio de Janeiro, em junho de 2010.

INTRODUÇÃO

NESSE ARTIGO, PARTIMOS da constatação da centralidade das mídias na contemporaneidade e de uma breve revisão dos estudos de recepção para situarmos, por um lado, as contribuições da perspectiva da midiaticidade para tais estudos e, por outro, os limites dessa mesma perspectiva no reconhecimento da emergência da sociedade em rede como uma ambiência organizada pela mediação das mídias. Essa dupla perspectiva nos conduz a focalizar as repercussões da sociedade em rede nos processos de interação que constituem objeto de interesse dos estudos de recepção, especialmente a partir do desenvolvimento e da crescente presença da internet na vida social.

Na construção desse itinerário de reflexão, abordamos a noção de redes sociais por meio de uma breve distinção entre sociedade de meios, sociedade das mídias e sociedade em rede como ambiências organizadas em diferentes níveis pela mediação tecnológica, a fim de levantarmos e discutirmos aspectos conceituais referentes ao reposicionamento do interacional nos estudos de recepção da internet no contexto das redes sociais. Distinguímos, no marco desse debate, cinco aspectos que demarcam o reposicionamento do interacional nos estudos de recepção da internet: a facilidade de acesso à esfera da produção, a convergência midiática, a interatividade, a hipertextualidade e a heterogeneidade das características da internet.

SOCIEDADE MUDIATIZADA E ESTUDOS DE RECEPÇÃO

A centralidade que a esfera midiática assume na vida cotidiana e nas relações sociais vem sendo discutida como uma importante reconfiguração com implicações de diversas ordens, inclusive nas relações de tempo e espaço e nas vivências identitárias. As mídias penetram todas as instâncias da vida social, estão no foco das discussões sobre globalização, mundialização da cultura e aceleração dos fluxos informacionais, sendo apontadas como protagonistas de mudanças nas interações sociais e nas formas de reconhecimento.

A tese da centralidade crescente (e quase determinação) das mídias na vida social pode se apresentar, inclusive, pouco permeável a perspectivas interacionistas, como aquelas relacionadas aos estudos de recepção, que apontam, como outra característica das sociedades contemporâneas, justamente distintos posicionamentos, interpretações e temporalidades que demarcam as apropriações e usos das mídias. Ao postular que a comunicação se tornou “questão de *mediações* mais do que de meios, questão de *cultura* e, portanto, não só de conhecimentos, senão de re-conhecimento”, Martín-Barbero (1987: 10) sintetiza uma das principais premissas em torno da qual se articularam, nessas últimas décadas, diferentes contribuições de autores latino-americanos

que, desde o consumo e a recepção comunicacional, vêm se dedicando a pensar a comunicação no marco do processo das culturas. Pesquisadores como Néstor García Canclini (1996), Guillermo Orozco Gómez (1993) e o próprio Martín-Barbero (1987), convergem na definição da cultura como um processo plural, instável, ambíguo, conflitivo e complexo, que se dinamiza no cotidiano e conforma distintos processos comunicacionais mediados ou não pelos meios de comunicação.

Em torno dessa vertente, podemos situar um conjunto de pesquisas que tem se voltado à análise da recepção dos meios de comunicação ou das práticas de recepção midiática no contexto latino-americano. Como premissa orientadora, está a percepção de que, embora os processos midiáticos intervenham fundamentalmente na constituição e na conformação das interações, memórias e imaginários sociais, os indivíduos são sujeitos ativos em todo o processo de comunicação, conferindo usos específicos às ofertas midiáticas. Não há garantia, portanto, de que os conteúdos e sentidos ofertados pelos produtores dos meios de comunicação sejam aqueles a serem apropriados pela recepção, tendo em vista que são permanentemente negociados com base nas experiências identitárias e práticas sociais individuais e coletivas dos receptores (Cogo, 2008).

Outro posicionamento ou modo de abordagem dos estudos de recepção tem sido representado por pesquisas que buscam estudar processos e práticas socioculturais e comunicacionais em que não estão implicados, necessariamente, os meios de comunicação ou materialidades midiáticas específicas, como, por exemplo, os estudos relacionados às manifestações culturais juvenis. Embora alguns pesquisadores da comunicação venham assumindo posicionamentos que tendem a afirmar o midiático como lugar preponderante a partir do qual se possa pensar a recepção, entendemos a instância do comunicacional como inerente a qualquer processo midiático que envolva ou não a recepção. De um lado, porque, em termos epistemológicos, as pesquisas de recepção vinculadas aos estudos culturais se fundam historicamente na ruptura com visões instrumentalistas sobre a incidência dos meios de comunicação na vida social que desfrutaram de hegemonia no contexto dos estudos de comunicação. Esse deslocamento colabora para afirmar que nenhuma prática de recepção em que estejam implicadas materialidades midiáticas pode estar isenta de interações comunicacionais providas de historicidade e contextualizadas socioculturalmente. De outro lado, as pesquisas de recepção vêm sinalizando para modos de usos sociais das mídias que se estendem ou desdobram para além dos momentos e espaços de consumo midiático, podendo gerar dinâmicas comunicacionais que, embora guardem marcas, podem assumir certa autonomia ou constituir repertórios próprios em relação a essas materialidades.

Além disso, esses usos têm colaborado, de modo crescente, para a gestão e produção de experiências individuais e coletivas de apropriação das mídias por parte dos receptores que, se já podiam ser verificadas em projetos midiáticos geridos pelos movimentos sociais (como boletins, jornais, vídeos etc.), vão se intensificar a partir da expansão da internet. Na perspectiva do que podemos denominar de cidadania comunicativa (Mata, 2006), autores como o próprio Jesus Martín-Barbero (2008) vêm se preocupando, na atualidade, em postular para as pesquisas de recepção latino-americanas o deslocamento da instância consumo ou da leitura dos meios para a compreensão de processos de *empoderamento* ou de *políticas do sujeito* gestados dessas experimentações dos receptores com as tecnologias da comunicação.

Podemos afirmar que esse alargamento da compreensão da *atividade* do receptor para além da dimensão das leituras e interpretações produz, em certo sentido, um espaço de diálogo dos estudos de recepção com alguns aportes de pesquisadores do fenômeno da midiaticização. Em suas reflexões, aparecem enfatizados os processos de transformação acelerada da comunicação midiática decorrente do desenvolvimento de dispositivos tecnológicos e da reconfiguração de seus usos (Verón, 1997; Mata, 1999).

Sem desconsiderar as críticas daqueles que enxergam os estudos de midiaticização como um retorno ao determinismo tecnológico, as reflexões daí oriundas podem colaborar com os estudos de recepção na perspectiva de valorizar e distinguir a incidência das lógicas midiáticas tanto nas práticas sociais e em suas representações, como na constituição dos vínculos e sociabilidades contemporâneas que podem derivar dos usos e experimentações das tecnologias da comunicação por diferentes setores sociais.

Nessa perspectiva, em diferentes abordagens para compreender o fenômeno da midiaticização, Verón (1997) chama a atenção para a situação de mudança acelerada da comunicação midiática, como resultado da evolução dos dispositivos tecnológicos e da emergência de novas tecnologias, assim como resultado da evolução da demanda – e dos usos, poderíamos dizer, destas tecnologias. O autor problematiza o conceito de midiaticização tomando como ponto de partida a dimensão coletiva da mídia ao considerá-la a partir do acesso, por uma pluralidade de indivíduos, das mensagens produzidas e postas em circulação. Segundo o autor, um meio de comunicação social é um dispositivo tecnológico de produção e reprodução de mensagens associado a determinadas condições de produção e a certas modalidades (ou práticas) de recepção dessas mensagens, em que os contextos se tornam imprescindíveis no estudo da comunicação midiática.

Silverstone (2002) refere-se à textura da experiência através da mídia como impossibilidade de escapar à sua presença e à sua representação quando sintetiza que “passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e, também, de quando em quando, para as intensidades da experiência” (Silverstone, 2002: 12). O autor não desconsidera, contudo, os modos como nos movemos entre espaços midiáticos e, para além deles, em uma dinâmica de fluxos para dentro e fora da mídia, mas de algum modo sempre impactada por sua presença.

Mata (1999) destaca a passagem de uma cultura massiva a uma cultura midiática na perspectiva de compreender a insuficiência da noção de *massa* para explicar a produção e o consumo de significados na sociedade contemporânea. Como instituição geradora de sentidos e dinamizadora de relações sociais, a mídia passa a ocupar espaços e a assumir funções antes pertencentes a outras instituições (política, educação, justiça etc.). Como lembra a pesquisadora, os meios alcançam aonde a interação pessoal e a influência institucional não chegam, gestando uma cultura midiática que se constituiria por um novo modo de desenho das interações e por uma nova forma de estruturação das práticas sociais marcada pela existência dos meios. A midiatização da experiência configuraria, segundo Mata (Ibid.), outra circunscrição político-epistemológica da ação humana, em que os meios e tecnologias da informação e comunicação (TICs) se constituiriam em garantias da possibilidade de ser e atuar dos indivíduos.

As reflexões de autores como Verón, Mata e Silverstone informam os estudos de recepção ao assinalarem a passagem de uma *sociedade dos meios*, responsáveis pela veiculação de mensagens para as *massas*, para uma *sociedade midiatizada*, em que os meios não apenas constroem e fazem circular sentidos, mas configuram uma ambiência e redefinem nossa experiência. Tais reflexões não alcançam, entretanto, pensar a *sociedade em rede* no marco do qual essa ambiência organizada pela mediação das mídias se torna responsável por uma interconexão em escala antes inconcebível e a partir de uma participação individual e coletiva, implicando em reordenamentos nos processos comunicacionais, incluindo aqueles no âmbito da recepção e que envolvem especialmente as materialidades da internet e seus possíveis usos pela sociedade.

SOCIEDADE EM REDE E AMBIÊNCIA MEDIADA

A noção sobre o que entendemos por rede, definida genericamente como um conjunto de nós interconectados, caracterizada pela flexibilidade e adaptabilidade, supõe concebê-la como produto da intervenção e interação humanas sobre a materialidade tecnológica. Como lembra Castells (2003), a formação

D

de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes redimensionaram-se a partir de três processos alavancados nas últimas décadas do século XX e elencados pelo autor.

[...] as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitados pela revolução microeletrônica (Ibid.: 8).

A compreensão da interconexão dos mercados, das sociedades e das tecnologias é compartilhada por pesquisadores que destacam uma reconfiguração da sociedade contemporânea a partir de uma dinâmica de interações não-hierárquicas, flexíveis e interdependentes. Como refere Molina (2004), a emergência do debate a respeito das redes está associada a uma sensação de interconexão que acompanha as relações contemporâneas e que não é somente próprio das redes, senão um fenômeno amplamente difundido.

Martín-Barbero (2004) ajuda a pensar a questão ao caracterizar mudanças na política a partir de fatores como a desarticulação das massas em uma nova organização das sociabilidades: “Una socialidad de red, hecha de nudos que la rearticulan cuando las grandes instituciones de la modernidad, la política, el trabajo y la escuela, han entrado en crisis” (Ibid.: 31). Segundo o investigador, estamos diante de novas maneiras de “estar juntos” (Ibid.), em vinculações que não provêm de um território fixo ou de um consenso racional e duradouro, mas de identidades plurais, nutridas em vários repertórios.

Para Manuel Castells (1999), as redes configuram as lógicas da organização social contemporânea, caracterizando-se pela geração, processamento e transmissão da informação como fontes fundamentais de produtividade e poder. Para o pesquisador, os aspectos essenciais da constituição dessa organização social condicionam ou impactam de alguma forma dimensões tão diversas quanto a economia, o conhecimento, o poder, a comunicação e a tecnologia, sugerindo que a sociedade em rede seria a estrutura social dominante do planeta. (Castells et al., 2007). Castells pensa a sociedade em rede em uma abrangência transversal, a partir da análise de aspectos econômicos, culturais, políticos e sociais, ao mesmo tempo em que reconhece que a lógica de rede, embora assuma uma dimensão global, não substitui outras estruturas sociais, mais centralizadas e hierárquicas. A dinâmica não seria de substituição imediata, mas de convivência e adaptação, a exemplo do que percebemos no modo de organização das mídias, em uma combinação entre o que é possível identificar como mídias de massa e mídias em rede.

Em pesquisa sobre usos da internet na região da Catalunha, Espanha, Castells et. al. (2007) ressaltam, ainda, o caráter não homogêneo do que propõe chamar de sociedade em rede, ao considerar que as pessoas que incorporaram ao seu cotidiano o acesso e consumo da internet constituem apenas uma parcela da população mundial. Nessa sociedade em rede, como também considera Cardoso (2007), a autonomia das escolhas de decisão está diretamente ligada à nossa capacidade de interação com as mídias, sem excluirmos, no entanto, a importância das interações face a face assim como os limites impostos pelas estruturas e relações de poder que incidem no acesso e usos das tecnologias.

Mesmo que o conceito de rede tenha alcançado repercussão no contexto atual, sobretudo desde a expansão dos usos das TICs, a análise de redes sociais remonta a estudos dos anos 1930 e 1940, marcadamente da antropologia, psicologia, sociologia e matemática. São, contudo, nos anos 1970 e 1980, segundo Lozares (1996) que serão propostas e consolidadas metodologias de análise de redes sociais a partir do desenvolvimento da base matemática da teoria dos grafos. Ugarte (2007) também aborda a origem da análise de redes remetendo-a a “una forma particular de análisis topológico: la descripción de las distintas estructuras que puede tomar una red y el estudio de las propiedades inherentes a cada una” (Ibid.: 3). O que, posteriormente, conforme o autor, vai repercutir no desenvolvimento dos estudos de redes sociais através da apropriação de uma linguagem descritiva da teoria dos grafos como base para a identificação de qualquer rede.

No marco deste enfoque, é possível distinguir que “la red se define como un conjunto de *nodos* (también llamados puntos o vértices) que en análisis social representan a los *actores* de la red, unidos por *líneas* que representan la relación o relaciones que les unen” (Ibid.). Boa parte da trajetória desenvolvida pela análise de redes sociais está relacionada com uma perspectiva estrutural, cuja recuperação ajuda a entender a necessidade de diferentes estudos fazerem uso de metáforas como *teia* e *tecido* para compreender a realidade social de entrelaçamento e interconexões das interações humanas.

Os anos 1990 são marcados pela emergência de pesquisas multidisciplinares sobre redes sociais com base em diferentes enfoques, muitas das quais motivadas pelo aumento da complexidade da vida urbana e pelas comunicações mediadas pelo computador. Com uma abordagem mais ampla do conceito, em um afastamento do enfoque teórico-metodológico de análise de redes, pesquisadores de distintas áreas do conhecimento propõem refletir sobre a ideia de *rede* como articuladora de uma reconfiguração no modo de pensar as organizações sociais. Uma proposição que requer um

ponto de vista epistemológico que possibilite reconhecer aproximações entre instâncias como o local e o global, o particular e o universal, cada vez mais imbricados e responsáveis pela interconexão das identidades no cenário contemporâneo.

Lozares (1996) fala das redes sociais como conjuntos de atores (indivíduos, grupos, organizações, comunidades) vinculados através de um conjunto de relações sociais. Em formulação similar, Rizo García (2003) trata das redes como formas de interação social, espaços de convivência e conectividade, que se definem fundamentalmente por intercâmbios dinâmicos entre os sujeitos que as formam. Na compreensão da autora, as redes constituem organizações sociais que permitem a potencialização de recursos e a contribuição para a resolução de problemas a partir de uma lógica de não homogeneização dos grupos sociais, mas de organização da sociedade em sua heterogeneidade, mediante a estruturação de vínculos entre grupos com interesses e preocupações comuns. Embora a reflexão de Rizo García (Ibid.) sobre as redes seja sugestiva, deve ser tomada com precaução no que se refere ao princípio de que as redes sociais, sempre e por definição, tenderiam à busca de soluções de problemas. O movimento de organização social em redes pode ser acompanhado, muitas vezes, pela simples necessidade de formar vínculos, sem um fim concreto de ação e intervenção social ou propósito de redimensionamento das hierarquizações ou de situações de fragmentação e desarticulação sociais.

Neste texto, partimos, portanto, do entendimento das redes como estratégias de interações sociais, espaços de intercâmbios flexíveis, dinâmicos e em constante movimento, que não deixam de comportar relações de poder expressas nas disputas, hierarquias e assimetrias que constituem a esfera da comunicação e da cultura. As redes manifestam uma forma de estar junto, de conectar-se e formar laços, ao mesmo tempo em que podem implicar em um modo de participação social cuja dinâmica conduza ou não a mudanças concretas na vida dos sujeitos ou das organizações.

Entendemos, ainda, que as redes sociais configuram interações entre sujeitos, podendo apresentar-se como redes informais, configuradas por demandas subjetivas, ou podem ser organizadas formal ou institucionalmente a partir da atuação coletiva de grupos com poder de liderança, podendo, ainda, ser híbridas entre as duas configurações. Além disso, as redes contam, para sua organização e funcionamento, com a mediação das tecnologias da informação e da comunicação, especialmente a internet, ao mesmo tempo em que são dinamizadas por espécies de *teias invisíveis*, formadas por interações entre sujeitos não mediadas pelas tecnologias.

(RE)POSICIONANDO O INTERACIONAL: REDES SOCIAIS, INTERNET E ESTUDOS DE RECEPÇÃO

O lugar que as redes ocupam no modo de organização das relações sociais contemporâneas certamente traz consequências para a própria configuração e usos das mídias, com destaque para a internet. A principal consequência centra-se na passagem de uma lógica hegemônica de transmissão das informações de forma massiva e generalizada, de um pequeno grupo produtor a um coletivo indiscriminado, para a possibilidade de produção de informação e estabelecimento de comunicação de uma forma mais descentralizada e distribuída para públicos segmentados.

Um primeiro aspecto que se torna necessário destacar em torno das transformações provocadas por essa outra ambiência das redes sociais é o de que um meio não substitui o outro, assim como os modelos de comunicação não são imediatamente suplantados por novas experiências midiáticas. O que percebemos é a complementaridade entre diferentes meios de comunicação, a proliferação da oferta midiática e a ampliação dos usos possíveis oferecidos para cada um deles ou, cada vez de forma mais incisiva, entre eles e de forma combinada. Assim, podemos dizer que o modelo de comunicação massiva se mantém e pode ser identificado em lógicas presentes na própria internet, mas é impactado por um modelo de comunicação que se baseia, entre outros aspectos, na relação entre as mídias, em um espaço de participação maior do público na produção da informação e de autonomia no processo comunicativo.

O que propomos pensar é que há aspectos da comunicação mediada por computador e pelas TICs no contexto da sociedade em rede que impactam a comunicação contemporânea, dentre os quais destacamos a interdependência entre as mídias, suas apropriações individuais e socialmente partilhadas, no que vem sendo chamado de convergência midiática, multimídia ou, como sugerido por Bolter e Grusin (1999), remediação, conceito que faz referência aos modos como uma mídia usa estéticas ou conteúdos desenvolvidos para outra mídia. A novidade das mídias digitais estaria em suas estratégias singulares de remediação da televisão, do cinema, da fotografia e da pintura, e de outros meios, através de releituras, referências, adaptação dos seus conteúdos, formatos e linguagens. Para Sodré (2002), o fenômeno é identificado como multimídia, marcado pela intertextualidade, a mistura de meios, e pela copresença de várias mídias produzindo diferentes significações. Fragoso (2005), por sua vez, aborda a convergência midiática a partir de três aspectos – dos modos de codificação, dos tipos de suporte e dos modos de distribuição midiáticos:

Por “convergência dos modos de codificação”, entendo a possibilidade de “empacotar”, em um único formato (no caso, o código binário), enunciados originalmente pertencentes a categorias semióticas distintas (texto, som e imagem). Essa indiferenciação viabiliza a reunião de tipos distintos de mensagens em um único suporte. Na prática, trata-se da possibilidade de utilizar uma mesma unidade de armazenamento (um disquete ou CD, por exemplo) para guardar indiferenciadamente e ao mesmo tempo o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma sequência melódica (Fragoso, 2005: 17).

A autora destaca que a combinação de linguagens em meios que podemos considerar multimídia é anterior à digitalização, chamando atenção ainda para o fato de que a possibilidade de unificar a codificação, armazenamento e distribuição de produtos midiáticos não leva necessariamente ao desenvolvimento de formatos mais criativos para mensagens com conteúdo de melhor qualidade, como costuma ser propagandeado.

Para os estudos de recepção, é importante considerar que a convergência pode ser pensada tanto como modo de apropriação do conteúdo, através do uso combinado de diferentes mídias, como padronização do formato de armazenamento e distribuição, e como referência de uma mídia em outras, através da aproximação de linguagens e lógicas. Ela pode ser entendida, ainda, como reconfiguração do sistema econômico e organizacional das mídias administrado por grandes grupos que, na maioria das vezes, unificaram o processo produtivo para diferentes mídias, gerando, frequentemente, uma hibridação do conteúdo.

Além da convergência midiática, outra noção a impactar o processo comunicacional, repercutindo no âmbito da recepção, é a de interatividade, apontada como “um dos elementos principais, senão o mais importante, da redefinição das formas e processos psicológicos, cognitivos e culturais decorrente da digitalização da comunicação” (Fragoso, 2001: 1). Embora a interatividade seja um termo criado para “denominar uma qualidade específica da chamada computação interativa” (Ibid.: 2), com a modificação na relação usuário-computador, temos que ter cuidado para não cair no equívoco de ignorar as possibilidades de interação entre produtores e receptores nas demais mídias.

Propomos, assim, um afastamento da classificação criada por Thompson (1998), em que as interações possíveis através dos meios de comunicação são ditas quase-interações mediadas, caracterizadas pela produção para um número indefinido de receptores e pelo fluxo de comunicação predominantemente de sentido único, além da maior disseminação no tempo e espaço e do estreitamento do leque de deixas simbólicas. Abandonando a concepção da mídia como monológica, entendemos que a interatividade “corporeifica uma atividade

interpretativa análoga àquela que se verifica em torno de todo produto midiático” (Fragoso, 2001: 9).

Embora reconheçamos a interatividade como característica também de outras mídias, é na internet que ela ganha força como prática efetiva nos usos midiáticos. Mesmo sendo, em grande parte das situações, limitada por um número finito e pré-definido de opções, podemos falar de interatividade maior no ciberespaço pela possibilidade mais concreta de aproximação entre as lógicas da produção e as do reconhecimento ou recepção. Vale ressaltar, nessa perspectiva, a necessidade de distinguir os limites e as diferenças nos sistemas interativos. Na web, é possível observar situações de desestabilização ou relativização desses enquadramentos da participação em padrões previamente estabelecidos com um empoderamento maior do receptor e o “aumento exponencial do número de indivíduos efetivamente capazes de desempenhar o papel de emissor em um processo comunicacional de ampla escala” (Fragoso, 2005: 19).

Também é a hibridação de diferentes formas discursivas (texto, som, imagem), que dá margem ao aparecimento de outro elemento essencial na comunicação mediada pelo computador, cuja apropriação traz consequências para o universo da recepção. O hipertexto, esse texto composto por uma estrutura não sequencial, faz pensar também sobre o conteúdo e as mensagens construídos através de fluxos heterogêneos, num contexto de processos inter-relacionados. Com a lógica do hipertexto, “a postura cognitiva mais adequada ao usuário é a da *exploração* interpretativa, em vez da dedução de verdades” (Sodré, 2002: 54).

O hipertexto amplia as possibilidades de leitura, mas também está longe de representar uma proposta inédita de produção de sentido a partir das lógicas do receptor. Mesmo em mídias com produtos caracterizados pela linearidade, os caminhos percorridos de acordo com as competências dos receptores são os responsáveis pela significação. Vale ressaltar, a partir de autores como Piscitelli (1995) e Landow (2005), que a leitura não sequencial, antes do advento do hipertexto (forma geral da escrita eletrônica), está presente na literatura, em artigos e em outros textos impressos, mas sua potencialização através das redes digitais transforma o suporte da escrita, seus modos de acesso, trazendo implicações para o nosso próprio modelo de pensar.

Do mesmo modo que a interatividade, a ideia de hipertexto altera as relações entre produção e recepção, constituindo-se em mais uma característica da comunicação mediada pelas TICs que demanda um olhar cuidadoso e uma reflexão teórica renovada ao apontar para uma reestruturação dos processos da comunicação a partir de uma lógica de redes. Partindo de uma concepção afastada de um determinismo tecnológico, percebemos que as mudanças surgem a partir de negociações e apropriações das mídias, em contextos culturais

específicos, responsáveis pela atribuição de sentido aos avanços tecnológicos. Em especial, a atenção se dá à internet, entendida como um ambiente comunicacional múltiplo e complexo no qual diferentes características, como indicamos aqui, entre elas, a facilidade de acesso à esfera da produção, a convergência midiática, a interatividade e a hipertextualidade, coexistem com a centralidade dos acessos e usos unidirecionais ou pouco participativos.

Poderíamos falar de *várias internets* com características diferentes, que combinam apropriações que se aproximam da lógica midiática, às vezes muito próxima às mídias tradicionais, e outras que se relacionam a um meio de comunicação interpessoal, pelo seu caráter interacional. Em função da impossibilidade de tratar a internet de forma homogênea, precisamos entendê-la como um ambiente comunicacional que combina elementos, processos e lógicas diversos. Cardoso (2007) trata a internet como uma tecnologia que, pela primeira vez, apresenta o mesmo padrão para as comunicações interpessoal e de massa, duas dimensões presentes simultaneamente, fazendo com que assumam um papel central no sistema da mídia. Para o autor, a internet surge como uma tecnologia que, pelas suas capacidades de adaptação e interação com outras tecnologias, se conforma como uma nova mídia, que “fruto da sua difusão e apropriação social, se constitui como a tecnologia com as quais todas as restantes parecem procurar interagir pelo estabelecimento de *links* digitais ou analógicos” (Cardoso, 2007: 129).

Grillo entende a internet como um conjunto de tecnologias diversas e conectadas, e não como um artefato único. O que faz, portanto, com que sejam ampliadas suas possibilidades de apropriação e significação:

Su apropiación puede abordarse como una acumulación de prácticas que requieren diversos grados de experiencia y habilidad, que los sujetos adquieren en determinados sitios de traducción (cibercafés, hogares, escuelas o programas estatales). Internet aparece, asimismo, como un espacio cuyo paisaje imaginario contribuye a construir y reproducir las demás industrias culturales (a través del cine, la TV y la literatura) (Grillo, 2007: 39).

Para Hine (2004) a tarefa de entender a internet holisticamente também é problemática. Na visão da pesquisadora, a internet pode ser compreendida simultaneamente como cultura e como artefato cultural. A primeira concepção baseia-se na premissa de que a comunicação mediada pelo computador estabelece espaços onde são mantidas interações relevantes, que podem ser entendidas como uma cultura em si mesma; e a segunda, funda-se na noção de que internet é, ao mesmo tempo, um produto da cultura, uma tecnologia gerada por pessoas concretas, com objetivos e prioridades contextualmente

situados e definidos, além de ser conformada pelos modos a partir dos quais é comercializada e utilizada.

Em uma perspectiva igualmente heterogênea, Fischer (2008), em análise sobre as lógicas operativas dos sites *Youtube* e *Globo Media Center/Globo Videos*, propõe três aspectos para caracterizar a internet: como banco de dados, como mídia e como ambiente de relacionamento. A primeira noção a reflete a partir de sua lógica de rede de redes de dados, ou seja, como banco de dados, conjunto de informações que podem ser arquivadas, indexadas e resgatadas por determinados procedimentos técnicos.

Outra faceta é a da mídia, incentivada pelo acesso privado à internet e o aparecimento de computadores pessoais com uma interface amigável, fatores que convergiram com a criação da *World Wide Web* (*www* ou *web*), através da qual diversos protagonistas do campo das mídias se fizeram presentes na internet. A web midiática ou em sua *faceta mídia* relaciona-se com a capacidade de permitir que os dados armazenados na internet sejam enunciados em linguagens que nos remetem àquelas presentes nos meios de comunicação tradicionais. Além disso, no caso de concentração de acesso a um número reduzido de páginas, como a de buscadores (sobretudo *Google*, *Yahoo* e *MSN*), há um movimento parecido com o que ocorre nos grupos corporativos de mídia, com a estruturação de uma lógica assimétrica de *poucos para muitos*. No entanto, Fischer (2008) destaca que a internet cresce a partir de um “binômio de concentração e multiplicação de suas propriedades comunicacionais” (Ibid.: 39).

A terceira faceta da internet é a de ambiente de relacionamento, que parte da ideia de que o usuário estabelece uma relação de diversos níveis de marcação de sua presença na internet:

O que percebemos é que, com a própria evolução da web, esta vai também potencializando que o indivíduo apresente-se, identifique-se, personalize suas ações e, na medida em que o faz, parece de alguma forma ingressar, estar em relação dentro da rede das redes (Ibid.: 43-44).

São considerados aqui os *softwares* de conversação ou mensageiros, uso do e-mail, salas de bate papo ou *chats*, *sites* de redes sociais ou de relacionamento, como *Orkut*¹, *Facebook*² e *MySpace*³, que se caracterizam pela criação de um perfil, construção e visitação de listas de contatos com outros usuários com os quais é possível interagir.

Destacamos, neste contexto, o desenvolvimento de sites que ampliam essas possibilidades interativas a partir do aproveitamento da dinâmica de redes sociais com a inserção, personalização e compartilhamento de conteúdo produzido ou selecionado por seus usuários, dinâmica ligada ao que se convencionou

1. www.orkut.com

3. www.myspace.com

2. www.facebook.com

4. www.youtube.com

5. www.flickr.com

6. www.lastfm.com

7. www.del.icio.us

chamar de *web 2.0*, com a ampliação das potencialidades colaborativas da web. Entre os exemplos de sites com essas características temos o *Youtube*⁴, que permite o compartilhamento de vídeos; o *Flickr*⁵, destinado a fotos; o *Last.fm*⁶, para músicas; o *Delicious*⁷, para indicação de *sites* favoritos, apenas para citar alguns.

Nessa perspectiva, como produto e como parte da cultura contemporânea, a internet é pensada, a partir de sua lógica de redes, em sua possibilidade de estabelecer conexões e dinamizar as interações sociais entre os sujeitos que a apropriam. Entendemos que é pertinente aos pesquisadores da recepção refletir sobre a internet em suas múltiplas dimensões. Ou seja, partindo da sua concepção como um ambiente comunicacional que permite a produção, circulação e troca de conteúdos e informações, a aproximação entre diferentes formatos e lógicas de mídias, a interação interpessoal e o diálogo, o estabelecimento de vínculos, a construção de projeções das identidades de seus usuários, a configuração de uma memória compartilhada e o estabelecimento de lógicas colaborativas. É preciso destacar, ainda, que a internet constitui-se sempre através de seus usos, que certamente não são livres, pois derivam de uma relação que decorre das próprias características da tecnologia, mesmo que muitas vezes possam ser negociadas ou subvertidas.

REFLEXÕES FINAIS

Como já assinalamos, não foi o surgimento da internet que exigiu questionar a ideia de comunicação de massa para enfatizar a emergência da sociedade em rede. Acreditamos que, associada à noção de redes sociais, a internet fez, sim, aumentar as evidências de que não é possível tratar a esfera da produção e da recepção midiáticas como blocos homogêneos. Problematização que, de certa maneira, não esteve ausente dos estudos de recepção nas últimas décadas se lembrarmos que as pesquisas se preocuparam em afirmar o papel das mediações socioculturais, de caráter tanto individual como coletivo, nos usos dos meios de comunicação. No entanto, as possibilidades múltiplas de produção de sentido abertas pelas práticas na *web*, com a individualização crescente das escolhas e a multiplicação dos conteúdos no ciberespaço, vem reforçar a necessidade de abandonar a ideia de massa e ampliar, no contexto dos estudos de recepção, o debate em torno das redes sociais como ambiência mediada.

É inegável que o ciberespaço altera substancialmente as relações entre emissor e receptor, fazendo com que as próprias categorias tenham que ser revisadas. Como denominar um sujeito que, a um só tempo, acessa um portal de notícias, cria uma mensagem em um fórum de discussão, envia um *e-mail* para um amigo e lê uma mensagem postada em um *site* de relacionamentos?

Difícil chamá-lo de receptor quando ficam evidentes os seus processos permanentes de experimentação e a sua produção constante de conteúdos e significações na *web*. Aquele receptor, como era identificado tradicionalmente nos estudos da comunicação, recebe outros atributos e passa a exercer atividades que fazem dele um “sujeito que está agora em situação de interface, transformando-se num operador” (Trivinho, 1998: 117).

Para além da descentralização do processo e da circularidade informacional, é o reconhecimento das alterações nos polos da produção e recepção que revela a dinâmica da complexificação do processo comunicacional que, no contexto de uma sociedade em rede, aparece expressa na própria dificuldade de nomear o sujeito que faz uso da internet. Nomeações como a de *internauta*, termo em desuso que faz referência ao movimento de navegação empreendido no ciberespaço, ou de *usuário*, categoria também redutora – embora bastante empregada (inclusive em nosso artigo), para enfatizar a distinção entre lugares de produção e de consumo e usos – revelam limites conceituais que buscam ser driblados com a opção, por exemplo, por designar o receptor de *leitor-produtor* (Brignol, 2010). Para alguns pesquisadores, aparece, ainda, o conceito de *interagente* (Primo, 2007) como o que mais abarcaria o lugar da participação e troca entre tecnologia-sujeito e sujeitos entre si na internet.

Consideramos aqui que a nomeação pode variar conforme a situação específica a ser referida nem que seja como estratégia para evitarmos preciosismos conceituais que enclausuram o debate. O que essa busca terminológica pode nos indicar, de modo produtivo, é a dimensão das transformações empreendidas pela lógica de redes como outro posicionamento a ser considerado nos estudos de recepção. Se já era problemático o estudo da comunicação através do isolamento de uma das partes do processo comunicacional, com a ênfase ora na produção, ora na recepção, sem um questionamento das aproximações e imbricações das duas esferas, a partir das práticas no ciberespaço, esse posicionamento revela-se ainda mais limitador.

A redução das distâncias entre emissor e receptor, num reconhecimento da multidimensionalidade do processo comunicacional, define, justamente, uma das características da internet na medida em que suas potencialidades técnicas e possibilidades de usos favorecem uma maior participação através da ruptura do modelo de *um para todos* e da instauração de dinâmicas de produção mais pautadas em um *todos para todos*, como aponta Lemos (2003) ao analisar o que chama de *liberação do polo da emissão*. Apesar de defendermos a impossibilidade de se falar na anulação dos dois polos (pois a emissão de *um para muitos* continua presente na internet, em *sites* de notícias e grandes portais, por exemplo, coexistindo com modelos em que *um fala para um* ou para poucos),

essas duas instâncias – a da produção e a da recepção – em muitas situações, se aproximam e se rearranjam.

Cabe assinalar, contudo, que essas características não são extensivas a todos os espaços da internet sob o risco de reduzirmos a discussão a uma contraposição entre mídias tradicionais e internet. É possível perceber, inclusive, que, como afirma Fragoso (2003), contrariando as expectativas de uso da *web* para a circulação horizontal e irrestrita de informações, “um número cada vez maior de usuários evita o terreno movediço das páginas independentes direcionando seus navegadores para endereços enraizados em instituições conhecidas e, preferencialmente, nascidas *fora da rede*” (Ibid.: 9). Essa constatação leva ao entendimento de que o modelo da *web* pode trazer uma estrutura muito parecida com a de outras mídias, em que se percebe segmentação e especialização de conteúdo, em uma tendência de centralização.

Entretanto, paralelamente a esse movimento, observa-se que há uma multiplicação das possibilidades de produção, com a proliferação de *sites* pessoais, *weblogs* e *sites* com temáticas específicas na *web*, fazendo vislumbrar espaços de experimentação comunicativa por aqueles que dispõem de acesso à internet com a oportunidade de criação e publicação de conteúdo e geração de intercâmbios e sociabilidades. ■

REFERÊNCIAS

- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. MIT Press, 1999.
- BRIGNOL, Liliane. *Migrações transnacionais e usos sociais da internet: identidades e cidadania na diáspora latino-americana*. 2010. 404 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2010.
- CARDOSO, Gustavo. *A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- _____. et al. *La transición a la sociedad red*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.
- FISCHER, Gustavo Daudt. *As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web*. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2008.

- FRAGOSO, Suely. Um e muitos ciberespaços. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Org.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- FRAGOSO, Suely. Reflexões sobre a convergência midiática. In: *Libero*. São Paulo, v. 8, n. 15-16, 2005.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas*. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Mexico: Grijalbo, 1996.
- GRILLO, Óscar. Internet como un mundo aparte e internet como parte del mundo. In: CÁRDENAS, Miriam; MORA, Martín (Org.). *Ciberoamérica en red: Escotomas y fosfenos 2.0*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.
- HINE, Christine. *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC, 2004.
- LANDOW, George P. *Hipertexto: La convergencia de la teoria critica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Gráficas 92, 1995.
- LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (org.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Mexico: Gustavo Gilli, 1987.
- . Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación – ALAIC*. v. 1, n. 1, jul./dez. 2004.
- . Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- . *Claves de la investigación en las políticas de la comunicación y la cultura*. Barcelona: Fundación CIDOB/Cátedra UNESCO de Comunicación (InCom-UAB), 2008. (Série Dinâmicas interculturales n. 11).
- MATA, Maria Cristina. Comunicação y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, v. 8, n. 1, jan.-abr. 2006.
- . De la cultura masiva a la cultura midiática. *Diálogos de la comunicación*. Lima: Felafacs, n.56, out. 1999.
- . De la presencia a la exclusión. La obliteración del conflicto y el poder en la escena mediática. *Diálogos de la Comunicación*. n. 51, 2001.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1993) Dialéctica de la mediación televisiva – estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Análisi*. Barcelona, n. 15, 1993.
- PISCITELLI, Alejandro. *Ciberculturas: En la era de las máquinas inteligentes*. Barcelona: Paidós, 1995.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

D

Redes sociais e os estudos de recepção na internet

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

TRIVINHO, Eugênio. *Redes: obliterações no fim de século*. São Paulo: Annablume, 1998.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs, out. 1997.

Endereços eletrônicos

COGO, Denise. *Los Estudios de Recepción en América Latina: perspectivas teórico-metodológicas*. Barcelona: Portal de la Comunicación do Institut de la Comunicació (Incom/UAB), 2009. Disponível em: <<http://www.portalcomunicacio.com/download/48.pdf>>. Acesso em 24 mar. 2011.

FRAGOSO, Suely. De interações e interatividade. *Anais do X Compós – Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação*. Brasília: Compós, 2001. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1297.pdf>. Acesso em 10 jul. 2008.

LOZARES, Carlos. La teoría de redes sociales. *Papers*. n. 48. 1996. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/papers/article/view/25386/58613>>. Acesso em 2 maio 2007.

MOLINA, José Luis. La ciencia de las redes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*. n. 11, jun. 2004. Disponível em: <http://revista-redes.rediris.es/recerca/jlm/public_archivos/ciencia.pdf>. Acesso em 23 mar. 2011.

RIZO GARCÍA, Marta. *Redes: Una aproximación al concepto*. Disponível em: <http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/62.pdf>. Acesso em 23 mar. 2011.

UGARTE, David de. *Breve historia del análisis de redes sociales*. 2007. Disponível em: <http://www.deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf>. Acesso em 7 ago. 2008.