

NUEVA ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS Y DESARROLLO CIUDADANO

DENIS RENÓ

LUCIANA RENÓ

CAROLINA CAMPALANS

— EDITORES ACADÉMICOS —





UR

Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano

Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano / editores académicos Denis Renó, Luciana Renó, Carolina Campalans – Editores académicos. – Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas, 2014. xii, 181 páginas: ilustraciones. – (Colección Textos de Ciencias Humanas).

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-738-529-8 (rústica)

ISBN 978-958-738-530-4 (digital)

Medios de comunicación de masas / Cultura / Sociología / Urbanismo – Aspectos sociales / I. Título / II. Serie

302.23

SCDD 20

Catalogación en la fuente – Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Biblioteca

amv

Septiembre 05 de 2014

Hecho el depósito legal que marca el Decreto 460 de 1995

Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano

Denis Renó
Luciana Renó
Carolina Campalans
—*Editores académicos*—



Colección Textos de Ciencias Humanas

© 2015 Editorial Universidad del Rosario
© 2015 Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas
© 2015 Denis Renó, Luciana Renó, Carolina Campalans, Cicilia M. Krohling Peruzzo, Octavio Islas, Vicente Gosciola, Jorge Alberto Hidalgo Toledo, Nidia Salomé Morais, João Batista, Fernando Ramos, Robert K. Blechman, Francisco Machado Filho, Mayra Fernanda Ferreira, Andrea Cristina Versuti, Daniel David Alves da Silva, Andressa Kikuti

Editorial Universidad del Rosario
Carrera 7 No. 12B-41, of. 501 • Tél: 2970200 Ext. 3112
<http://editorial.urosario.edu.co>

Primera edición: Bogotá, D.C., febrero de 2015

ISBN 978-958-738-529-8 (rústica)
ISBN 978-958-738-530-4 (digital)

Coordinación editorial: Editorial Universidad del Rosario
Corrección de estilo: Leonardo Holguín Rincón
Diagramación: Precolombi EU-David Reyes
Diseño de cubierta: Miguel Ramírez, Kilka, DG
Impresión: Xpress. Estudio Gráfico y Digital S.A.

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

Fecha de evaluación: 13 de octubre de 2013
Fecha de aceptación: 9 de julio de 2014

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida sin el permiso previo escrito de la Editorial Universidad del Rosario

Contenido

Introducción	ix
<i>Denis Renó</i>	
<i>Luciana Renó</i>	
<i>Carolina Campalans</i>	
Desafios da comunicação popular e comunitária na cibercultur@: aproximação à proposta de Comunidade Emergente de Conhecimento Local.....	1
<i>Cicilia M. Krohling Peruzzo</i>	
McLuhan, un pensador complejo	29
<i>Octavio Islas</i>	
Narrativa transmídia e sua influência em processos comunicacionais	51
<i>Vicente Gosciola</i>	
Macrotendencias de la cultura digital.....	63
<i>Jorge Alberto Hidalgo Toledo</i>	
Uso das Tecnologias da Comunicação em Contextos de Aprendizagem: Um estudo com Docentes e Estudantes no Ensino Superior Público Português	83
<i>Nídia Salomé Moraes</i>	
<i>João Batista</i>	
<i>Fernando Ramos</i>	

Interfaces e narrativas para espaços <i>elearning</i> : estudo de caso do portal educacional sapo campus.....	105
<i>Luciana Renó</i>	
The Tedium is the Message? Communicating and Creating With New Social Media.....	121
<i>Robert K. Blechman</i>	
Participación ciudadana en el documental transmedia Galego-Portugués.....	131
<i>Denis Renó</i>	
A tv Digital pública no Brasil em prol do telejornalismo cidadão	145
<i>Francisco Machado Filho</i>	
<i>Mayra Fernanda Ferreira</i>	
<i>Superman</i> e seu potencial para os recursos educacionais abertos (rea)	157
<i>Andrea Cristina Versuti</i>	
<i>Daniel David Alves da Silva</i>	
Cidadania, democratização e jornalismo sobre tecnologia: uma discussão sobre a reformulação do Link Estadão.....	171
<i>Andressa Kikuti</i>	

Introducción

La multiplicidad de las miradas propuestas desde la tradición de la *ecología de los medios* ha dado pie a algunas de las líneas teóricas e investigativas más fructíferas acerca del conocimiento de los lenguajes, estructuras, historia, usos sociales y tecnologías mediáticas. Aun así, la ecología de los medios no puede considerarse una disciplina, teoría o escuela particular. Antes bien, se trata de un lugar de convergencia entre enfoques variados, aglutinados por el hecho de que comparten “el estudio de los medios en cuanto ambientes”.¹ La ecología de los medios siempre ha hecho gala de una vocación interdisciplinaria, lo cual ha llevado a Christine Nystrom a afirmar que se trata de una “ciencia preparadigmática”.² Ciertamente es que el campo hasta ahora más fértil para la ecología de los medios ha sido Norteamérica (Canadá y Estados Unidos), con aportes puntuales provenientes de Europa, en especial del Reino Unido. Sin embargo, el pluralismo teórico y metodológico que la caracteriza facilita su aplicabilidad a ámbitos geográficos y problemas diversos. Por otra parte, el nuevo entorno digital también estimula la recuperación y actualización de algunos de sus planteamientos conceptuales.

La presente compilación ha intentado reflejar esa identidad múltiple de la ecología de los medios. Para ello, conforma una secuencia de capítulos, seleccionados para ofrecer al lector miradas diversas: la teoría y la aplicabilidad. Con ese objetivo, esta publicación reúne textos de relevantes investigadores en el campo, pertene-

¹ Postman, N. (1970). The Reformed English Curriculum. En A.C. Eurich (Ed.). *High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education*. Recuperado el 3 de marzo de 2014, de http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html.

² Nystrom, C. (1973). *Towards a Science of Media Ecology: The Formulation of Integrated Conceptual Paradigms for the Study of Human Communication Systems*. Doctoral Dissertation, New York University. Recuperado el 3 de marzo de 2014, de http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html.

cientes a seis países de América, Europa y Oceanía, que actúan en diversos ámbitos del estudio de medio. Asimismo, en aras de la diversidad de voces, los autores presentan sus textos en alguno de los tres idiomas propuestos: español, portugués e inglés, que corresponden a su lengua materna. Con esta diversidad de procedencias y de lenguas, esperamos que la difusión de las discusiones pueda alcanzar a un mayor número de intereses y de interesados en el tema. De este modo también damos continuidad a una línea de publicaciones sobre las transformaciones de los medios y sus narrativas, que se inició con la edición del volumen colectivo *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*³ y continuó con *Periodismo transmedia: miradas múltiples* (Renó *et al.*, 2013).⁴ Ambas publicaciones reunieron aportes de autores de diversos países, escritos también en su lengua de origen, convocados por un interés común en el nuevo ecosistema comunicativo.

El primer capítulo, “Desafios da comunicação popular e comunitária na cibercultur@: Aproximação à proposta de comunidade emergente de conhecimento local”, de la brasileña Cicília M. Krohling Peruzzo, es fundamental para contextualizar la discusión en el campo del desarrollo ciudadano y el escenario de la nueva ecología mediática.

A continuación, el mexicano Octavio Islas presenta un rico texto sobre las ideas de Marshall McLuhan. Con el título “McLuhan. Un pensador complejo”, Islas conceptúa las ideas del importante teórico y complementa la discusión del capítulo anterior para preparar al lector en el conocimiento del libro en sí.

Siguiendo con los aportes teóricos, “Narrativa transmídia e sua influência em processos comunicacionais”, escrito por el brasileño Vicente Gosciola, actualiza las discusiones de los capítulos anteriores y las enfoca hacia un lenguaje emergente de la comunicación (las narrativas transmedia), consolidando los aportes iniciales del libro.

Con el capítulo “Macrotendencias de la cultura digital”, el mexicano Jorge Hidalgo ofrece un complemento a los textos que anteceden su aporte, y presenta las posibilidades que surgen en el mundo digital, que son adoptadas con mucha frecuencia por la sociedad contemporánea.

³ Campalans, C.; Renó, D. y Gosciola, V. (Eds.) (2012). *Narrativas Transmedia: Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

⁴ Renó, D.; Campalans, C.; Ruiz, S. y Gosciola, V. (2013). *Periodismo Transmedia: Miradas múltiples*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

La segunda parte del libro, denominada *Práticas*, comienza con el capítulo “Uso das tecnologias da comunicação em contextos de aprendizagem: um estudo com docentes e estudantes no ensino superior público português”, un aporte de los portugueses Nídia Salomé Morais, João Batista y Fernando Ramos para comprender la adopción de las tecnologías de la comunicación en los procesos pedagógicos.

A continuación, la brasileña Luciana Renó presenta “Interfaces e narrativas para espaços elearning: estudo de caso do portal educacional Sapo Campus”, que consolida la discusión iniciada en el capítulo anterior, y además ofrece fundamentos para el estudio de las interfaces interactivas. El tema resulta relevante no solo para la educación, sino también para el desarrollo social.

El media-ecologista Robert K. Blechman presenta una novedad en el tema de la comunicación y el desarrollo, sumando a estos procesos la creatividad y la literatura en nuevos espacios ecológicos mediáticos. Para ello, en “The tedium is the message? Communicating and creating with new social media”, relata sus experimentos en producción de libros que abordan teorías de la comunicación con un lenguaje de ficción, producidos totalmente vía Twitter.

Aún en el terreno de la nueva ecología de los medios, el brasileño Denis Renó entrega resultados de su experimento sobre documental transmedia. En el capítulo “Participación ciudadana en el documental transmedia Galego-Portugués”, el autor presenta conceptos sobre el modelo de documental, poco estudiado en el mundo académico.

El capítulo “A tv Digital pública no Brasil em prol do telejornalismo cidadão” es el aporte que hacen los brasileños Francisco Machado Filho y Mayra Fernanda Ferreira. La discusión propuesta por ellos ofrece informaciones sobre el desarrollo de un formato televisivo que promueva la ciudadanía. Para ello, hacen un estudio de la televisión digital en Brasil y sus posibilidades.

Los brasileños Andrea Versuti y Daniel David Alves presentan un estudio transmediático de una película para apoyar la educación y la ciudadanía en el capítulo “Superman e seu potencial para os recursos educacionais abertos (REA)”, que tiene como pilar fundamental las teorías de las nuevas narrativas comunicacionales.

Finalmente, el capítulo “Cidadania, democratização e jornalismo sobre tecnologia: uma discussão sobre a reformulação do Link Estadão” cierra las discusiones. En él, la brasileña Andressa Kikuti se refiere a la fundamental discusión sobre el papel del periodismo en la ciudadanía y en el desarrollo de la comprensión de la nueva ecología de los medios a partir de las tecnologías emergentes.

El libro *Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano* presenta contenidos que aportan a la construcción del conocimiento y el desarrollo práctico de la comunicación y la comprensión de la nueva ecología de los medios. De esta manera, es posible prever un aprovechamiento de esa nueva ecología para la consecución de un desarrollo ciudadano impulsado por la comunicación, especialmente (pero no exclusivamente) por el periodismo, además de otras actividades sociales que cada día se apoyan con más frecuencia en las teorías y filosofías del lenguaje que se vinculan a dicha ecología. Feliz lectura.

Denis Renó
Luciana Renó
Carolina Campalans
Editores académicos

Desafios da comunicação popular e comunitária na cibercultur@: aproximação à proposta de Comunidade Emergente de Conhecimento Local*

Cicilia M. Krohling Peruzzo**

Introdução

No contexto da sociedade atual, caracterizada como sociedade da informação, há toda uma dinâmica social em busca da apropriação autônoma das tecnologias digitais e da comunicação mediada por computador (CMC). Mas, apesar do aumento progressivo do acesso à internet, grandes contingentes populacionais na América Latina ainda estão à margem dos benefícios desse ambiente comunicacional. No entanto, de algum modo, também as pessoas de baixo poder aquisitivo e suas organizações sociais que vivem ou atuam em regiões periféricas das cidades, ou no campo, procuram se inserir nesse ambiente de transformação de estruturas comunicativas e

* Este texto é resultante de parte de pesquisa realizada com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Docente (CAPES).

** Possui graduação em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação Social Anhembí, mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e pós-doutorado pela Universidad Nacional Autónoma de México. Atualmente é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Pesquisadora da área da Comunicação nas linhas popular, comunitária, alternativa e mídia local, além de Relações Públicas, na perspectiva crítica e dos movimentos sociais. Foi coordenadora do Grupo de Trabalho Comunicación Popular, Comunitária y Ciudadanía da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) e do GT Comunicação e Cidadania da Associação Brasileira de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Coordena o Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI). Pesquisadora PQ 1C. E-mail: cicilia.peruzzo@gmail.com

de relações sociais. Esse tipo de inclusão ocorre como parte de uma dinâmica social em que não se separa o mundo concreto daquela constituído pelo ciberespaço. Em outros termos, há um processo de inclusão individual e comunitária no universo da internet que não dispensa a continuidade das lutas presenciais em suas diversas formas de organização, sejam elas lutas por direitos sociais, comunicativo-culturais ou políticos de cidadania.

É nesse patamar que estudamos as possíveis intersecções entre cibercultur@¹ –com arroba– e a comunicação popular, alternativa e comunitária. Investigamos se sua proposta teórica, especialmente de *Comunidade Emergente de Conhecimento Local* (CECL), pode ajudar os movimentos comunitários na redefinição de práticas comunicativas incluindo o empoderamento² coletivo das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICC)³ para que realmente se efetivem na realização plena destas dimensões, incluindo o Conhecimento. O custo social do não empoderamento coletivo das TICC para efeito de implementação de alternativas duráveis de comunicação comunitária contribui para o atraso na transformação da realidade local.

Partimos da indagação sobre se há ou não pertinência em interrelacionar a comunicação popular e comunitária à proposta teórica e prática da cibercultur@. A hipótese é que a comunicação popular e comunitária poderia se revigorar ao assumir a cibercultur@ como práxis (teoria e prática), pois ajudaria a configurar processos organizativos autogestionários de alta conectividade tendo em vista a construção de uma nova sociedade.

Temos como objetivos, no sentido geral, identificar os principais pressupostos teóricos da cibercultur@⁴ –(com@)– no marco das dinâmicas de reestruturação cultural e comunicacional da sociedade contemporânea e suas possíveis intersecções com a comunicação comunitária. No nível específico buscamos: a) introduzir o tema da comunicação popular, comunitária e alternativa, de caráter coletivo, visando

¹ O uso do arroba indica a diferenciação que vamos discutir mais adiante em que o espiral traz a ideia de retroalimentação, na linha do Laboratorio de Investigación y Desarrollo en Comunicación Compleja (Labcomplex).

² De “empowerment” em inglês e empregado no sentido do uso das TICC com poder de controle e sob a direção dos grupos populares e comunidades.

³ Reintroducimos a sigla com duplo C para indicar a idéia da existência do conhecimento em todo processo tecnológico.

⁴ Conforme aponta o Labcomplex em sua apresentação (CIBERCULTUR@..., s/d). Ver <http://labcomplex.ceiich.unam.mx>

explorar sua presença no ciberespaço, e b) analisar a pertinência em se relacionar os conceitos de cibercultur@ e sua aplicabilidade aos estudos e práticas de comunicação popular, comunitária e alternativa.

Do ponto de vista metodológico, este texto remete para parte de uma pesquisa mais ampla que consiste em estudo teórico e trabalho de campo realizados junto ao Laboratorio de Investigación y Desarrollo en Comunicación Compleja (LabCOMplex), coordenado por Jorge A. González, e que envolveu pesquisa de campo por meio de investigação participante em Comunidade Emergente de Conhecimento em Charcas, do Altiplano Potosino, San Louis Potosí, México. Os procedimentos técnicos relativos à parte ora apresentada neste texto são os de pesquisa bibliográfica e documental. A abordagem se fundamenta no materialismo histórico-dialético (MINAYO, 2007), pois busca compreender o objeto em sua totalidade e provisoriedade.

Breves aspectos conceituais e sinais da comunicação popular, comunitária e alternativa na atualidade

A comunicação popular, comunitária e alternativa gera processos cooperativos de organização e se pauta por transmitir conteúdos info-comunicativos tratados de maneira diversa daqueles que circulam nos *mass media* tradicionais, embora não se constitua como “alternativa” no sentido de substituir ou dispensar o acesso aos meios convencionais de comunicação.⁵ Em outras palavras, como comunicação dos setores organizados das classes subalternas (já explicitado em PERUZZO, 2009, p. 132), ela se baliza por uma proposição diferente daquela comumente presente na grande mídia privada (de base comercial) e na pública estatal (vinculada a governos). Tem um caráter público civil, portanto não governamental e não empresarial. Suas especificidades são percebidas em múltiplos fatores, tais como na linha político-ideológica (crítica e propositiva); nos modos de organização (de base popular, coletiva, feita em espaços, por vezes, privados, como na casa de militantes); na ligação com as organizações civis sem finalidade lucrativa); nas estratégias de produção/ação (colaborativa, com vínculo local, participação ativa e liberdade de expressão, uso mobilizador); e na proposta editorial (tanto pelo enfoque dado aos conteúdos como pelos assuntos abordados).

⁵ Estes transitam num universo peculiar em decorrência do tipo de informação, cobertura e amplitude de abrangência que caracterizam sua performance.

Os autores Isabel Gatti e Raúl Bermúdez (2010, pp. 18-19), também observam aspectos semelhantes ao analisarem a situação da comunicação comunitária na Argentina:

A construção da mensagem não é realizada por um profissional individual – o comunicador social que responde ao estereótipo das profissões [...]. É uma construção coletiva e participativa que assume um ponto de vista situado e ligado a interesses e projetos populares concretos sem nenhuma pretensão de objetividade como a que se predica pelos grandes multimeios com o fim de tornar opacos os verdadeiros enunciadores da mensagem, também ligados a interesses concretos, só que não os populares.

A efetividade desse tipo de proposta comunicacional levada a efeito por segmentos das classes subalternas remete a uma situação peculiar da história da América Latina, a qual, como mostram Gatti e Bermúdez (2010, pp. 17-18), é marcada por encontros e desencontros de diversos grupos de atores antagônicos: “no tempo da colonização, das migrações e depois, com a imposição do projeto moderno, que deixou como herança zonas de desenvolvimento desigual, grandes massas da população em condições de extrema pobreza”. É neste contexto que se desenvolvem projetos sociais comunitários voltados a garantir direitos humanos, no bojo dos quais a comunicação é um dos seus componentes.

No fim da década de 1970 do século passado, período do auge do seu ressurgimento num contexto de distensão da ditadura militar no Brasil, e nos anos seguintes, essa outra comunicação “representou um grito antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformações, exteriorizado sobretudo em pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos, volantes, vídeos, audio-visuais, faixas, cartazes, pôsters, cartilhas etc.” (PERUZZO, 2004, p. 115), portanto incluem meios artesanais, além da comunicação face a face e grupal. A dimensão de denúncia e reivindicação ainda permanece nas configurações recentes, contudo perdeu muito o caráter contestador ao Estado dos anos 1980. Outra nuance interessante é que ela vem incorporando as tecnologias de radiodifusão (rádio, televisão) e digitais (internet) conforme as circunstâncias de cada tempo histórico.

Há muitos precursores dos estudos desse tipo de comunicação que tiveram em Paulo Freire uma base conceitual inspiradora, principalmente, no que se refere à dialogidade e à democracia a partir nos processos educacionais. Fernando Reyes Matta (apud BELTRÁN, 1981, p. 30), desenvolveu um modelo macro operativo de

comunicação participativa. Luis Ramiro Beltrán (1981) desenvolveu conceitos de comunicação horizontal enfatizando suas múltiplas finalidades: “acesso, diálogo e participação”. Outros pensadores como Mário Kaplún, Juan Diaz Bordenave, Gilberto Gimenez, Miguel Azcueta, Máximo Simpson Grinberg, Daniel Prieto Castillo, José Martínez Terrero, Jesús Galindo Cáceres, entre vários outros, também contribuíram teoricamente para a compreensão e a prática da comunicação popular, alternativa e comunitária na América Latina.

Entre estes expoentes acima mencionados dessa perspectiva comunicacional, Mário Kaplún (1998, p. 17), a concebeu como uma “comunicação educativa [...] [produzida democraticamente] ‘para que os destinatários tomem consciência de sua realidade’, ou para ‘suscitar uma reflexão’, ou ‘para gerar uma discussão’”. E completa: “concebemos pois os meios de comunicação que realizamos como instrumentos para a educação popular como mentalizadores de um processo educativo transformador”.

Com a citação acima queremos enfatizar o caráter processual nas práticas dessa comunicação, ou seja, não trata-se apenas de criar meios ou canais de comunicação, mas sim de inseri-los como facilitadores de processos de mobilização social, razão pela qual suas expressões originárias e, em muitos casos também atuais, se desenvolvem no contexto dos movimentos sociais. Um exemplo:

Integrante da Rede de Mulheres no Rádio, o Centro das Mulheres do Cabo (CMC) entendeu, ainda em 1997, que o movimento feminista necessitava se apropriar do veículo rádio como mídia imediata para o estabelecimento de uma comunicação direta com vistas à desconstrução do machismo e do patriarcado na Zona da Mata Sul [estado de Pernambuco, nordeste do Brasil]. A entidade necessitava travar uma relação democrática com a população de uma área geográfica onde, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), quase 60% da população das mulheres eram analfabetas em 1995 (VELOSO; FARIAS, 2011, p. 6).

Para Gatti e Bermúdez (2010, p. 18), a comunicação comunitária “se orienta para uma função educativa e de conscientização dos próprios direitos e necessidades, com a consequente valorização das identidades territoriais”, e, complementaríamos, histórico-culturais.

Essa outra comunicação ganhou várias denominações: comunicação popular, participativa, horizontal, alternativa, dialógica, radical, para se referir ao processo

comunicativo levado a efeito por movimentos sociais populares e organizações sem finalidades lucrativas da sociedade civil. Portanto, são atores coletivos que se articulam de modo a provocar a mobilização social e realizar ações concretas com vistas à melhoria nas condições de existência das populações empobrecidas e a elevar o nível de consciência sociopolítica. No Brasil, nos últimos anos, os termos “comunitário” e “alternativa” vêm ganhando predominância possivelmente refletindo as práticas sociais mais presentes na sociedade.

Dadas as configurações recentes, a comunicação popular, a comunitária e a alternativa podem ser tomadas em suas singularidades, ou seja, é factível tratá-las remetendo a práxis mais específicas, não obstante em muitos aspectos há interfaces que não recomendam visões estanques e separações rígidas entre elas. Em outro texto (PERUZZO, 2009) tratamos das especificidades dos termos. Neste artigo estamos tomando-as numa visão de conjunto, pois interessa discutir suas possíveis intersecções com o tema da cibercultur@.

Em síntese, entre suas principais características estão as seguintes: os protagonistas são pessoas do próprio povo (daí o vocábulo popular), porém apenas aquelas ligadas a organizações e movimentos sociais; é baseada na participação ativa e aberta; não tem fins lucrativos; os conteúdos tratados estão em sintonia com a realidade local ou com a comunidade de interesse a que se vincula; institui processos compartilhados e não hierarquizados de produção e difusão de mensagens; se funda a propriedade coletiva (quando privada, esta é colocada a serviço público); e se realiza de diferentes formas, canais e modalidades de comunicação, mas se modifica ao longo da história.

A comunicação popular, comunitária e alternativa, na América Latina, representa uma contra-comunicação ou uma outra comunicação elaborada no âmbito dos movimentos sociais, “comunidades”⁶ e outros grupos sociais orgânicos às classes subalternas com a finalidade de exercitar a liberdade de expressão e oferecer conteúdos na ótica das mesmas. Ao mesmo tempo, serve de instrumento de conscientização e mobilização visando a organização de base e a transformação social começando sempre pela busca da superação de carências e necessidades imediatas dos segmentos populacionais a que se vincula.

Nos anos recentes, no Brasil, simultaneamente à continuidade de experiências tradicionais de comunicação dos segmentos organizados das classes subalternas,

⁶ As aspas indicam a existência de conceitos e percepções contraditórios acerca de comunidade. Porém, doravante, neste texto o termo será empregado indistintamente.

há incremento de novos canais, formatos e organizações de comunicação, em grande parte perpassados pela comunicação mediada por computador (CMC), e que ganham mais expressividade com a Web 2.0 e a Web 3.0 pois facilitam o papel protagonista do usuário como emissor. Apesar da disparidade do acesso populacional às benesses tecnológicas, as TICC ajudam a configurar um momento histórico que potencializa uma comunicação bidirecional e de múltiplas fontes abertas que favorecem a retomada crescente de iniciativas comunitárias e alternativas de comunicação.

Nesse cenário, a comunicação comunitária e alternativa se realiza tanto na sua forma grupal e presencial, como por meio de instrumentos de comunicação dirigida a públicos específicos, tais como a faixa, o cartaz, alto-falante, panfleto, poesia de cordel, teatro popular, vídeo, jornal, revistas etc. Mas, ela também se apropria de tecnologias mais avançadas, como as do rádio e da televisão e mais tarde das digitais. No universo da internet, se manifestam com páginas virtuais, comunidades virtuais e plataformas interativas, mas também há experiências de webtv, webradio comunitários, *blogs*, *fotolog*, *videolog*, *twitter*, *podcast*, entre outros. No entanto, como já dissemos, não estamos tratando neste texto da criação de canais de comunicação em si ou daqueles protagonizados por pessoas individualmente, mas aqueles inseridos nas dinâmicas de mobilização e organização de grupos subalternos progressistas, pois interessa compreender o sentido coletivo aí constituído.

A título de exemplificação, apontamos a seguir algumas experiências de coletivos de comunicação alternativa, tais como o Indymedia que está em 200 cidades do mundo,⁷ e no Brasil recebe o nome de Centro de Mídia Independente (CMI),⁸ o Overmundo⁹ (canal brasileiro de expressão para a produção cultural de comunidades), o Coletivo de Notícias del Sur (CoNoSur),¹⁰ o Centre des Médias Alternatifus du Québec (Cmaq),¹¹ e o Nodo50¹² da Espanha. Todos operam com a contra-informação em sistema de publicação aberta, além de outros formatos de plataformas de comunicação colaborativas. Na mesma linha de comunicação alternativa, surgem também agências alternativas de notícias, como, por exemplo, a Agência de

⁷ Ver Moraes (2008).

⁸ <http://www.indymedia.or> ou www.cmibrasil.org.br

⁹ <http://www.overmundo.org.br>

¹⁰ <http://ar.geocities.com/agenciaconosur>

¹¹ <http://cmaq.net>

¹² <http://www.nodo50.org>

Informação Frei Tito para América Latina (ADITAL),¹³ a Agência Carta Maior,¹⁴ a Informação Social¹⁵ - agência de notícias que enfatiza a divulgação de temática relacionada aos direitos humanos na região da Amazônia Oriental (Tocantins, Maranhão, Pará e Amapá) brasileira, e a Agencia de Noticias Red-Acción (ANRed),¹⁶ todas difundindo informações na ótica progressista acerca de assuntos pouco tratados pela grande mídia, ou deturpados e omitidos por ela. Cresce o número de Observatórios de Mídia e da Comunicação, os quais monitoram criticamente a mídia comercial, além de analisarem acontecimentos relacionados à Comunicação e aos sistemas midiáticos. Entre dezenas de experiências existentes mencionamos três, em distintos níveis: o Observatório Iberoamericano de la Libertad de Prensa (Infoamérica),¹⁷ sediado na Universidade de Málaga-Espanha e presente em 19 países, o Observatório do Direito à Comunicação, sediado em São Paulo-Brasil, e o Observatório da Mídia Regional – direitos humanos, políticas e sistemas, que funciona na Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória-ES (Brasil).

Entre os espaços de comunicação colaborativa criados no ciberespaço há aqueles orgânicos a movimentos sociais e comunidades, bem como os pertencentes a outros coletivos cívicos em rede.¹⁸ Claro que, além de plataformas e canais como os mencionados, há também outras formas de redes sociais¹⁹ que favorecem a formação de comunidades virtuais de interesse, ou comunidades de escolha, na denominação de Goldsmith(1999).²⁰

Salientamos que as novas manifestações alternativas e comunitárias de comunicação, ao incorporarem suportes digitais e interativos e se constituírem fundamentalmente como formas coletivas de organização, engendram não só conteúdos diferenciados a partir de novos olhares tendo em vista a desalienação, mas também novos procedimentos de ação na construção e difusão de mensagens, na socialização de conhecimentos técnicos (e outros), criação de códigos compartilhados

¹³ www.adital.org.br

¹⁴ www.cartamaior.com.br

¹⁵ www.informacao-social.com

¹⁶ www.anred.org

¹⁷ http://www.infoamerica.org/libex/libex_7_d_9.htm

¹⁸ Ver León, Burch e Tamayo (2001), Finkelievich (2000) e González (2008, 2009).

¹⁹ Ver Recuero (2009).

²⁰ Ver Peruzzo e Berti(2010).

de conduta e na instituição de novas relações sociais de produção²¹ que põem em suspensão a hierarquia e a burocracia tradicional, o sentido da propriedade privada e da força de trabalho como mercadoria, pois funciona como trabalho voluntário, entre outros aspectos (Peruzzo, 2009, p. 143).

As potencialidades participativas/interativas que as tecnologias digitais e a comunicação mediada por computador possibilitam no que se refere à criação de instrumentos autônomos e comunitaristas de produzir, controlar, difundir e receber conteúdos são indiscutíveis, mas encontram-se imersas num conjunto de contradições que inibem ou dificultam o avanço da comunicação das classes subalternas. Tais contradições advêm das condições estruturais da sociedade geradoras de desigualdades no empoderamento das tecnologias, antagonismos derivados das diferenças nos níveis de escolaridade, nos valores culturais e ideológicos expressos nas práticas e linguagens sociais, assim como nas singularidades locais que nem sempre apontam para a necessidade comunicativa através de plataformas digitais. A situação de existência concreta ajuda a configurar formas específicas de apropriação por parte da população e grupo sociais das TICC. Em última instância, há um desnivelamento de acesso e aproveitamento das possibilidades que a rede das redes oferece, além da pouca efetividades de programas públicos que tentam solucionar esse tipo de problema, tanto no Brasil como na América Latina como um todo, tema que será abordado mais adiante no bojo da discussão da cibercultur@.

Ciberespaço como novo espaço para a comunicação comunitária e alternativa

Há uma visão quase consensual reproduzida ao longo do tempo que pode ser vista na citações abaixo, escritas em épocas diferentes, que apontam o ciberespaço como espaço virtual ou imaterial criado pelos meios informáticos e dependente de computadores. Vejamos:

Para Heim (1993, 78-79),²² por exemplo, ciberespaço

sugere uma dimensão computadorizada onde podemos transmitir e mover informação e onde encontramos nosso caminho entre dados. O ciberespaço cons-

²¹ Porém, tais dimensões já faziam parte da comunicação popular e alternativa de outros tempos históricos. O novo a que nos referimos é relativo a cada tempo histórico.

²² As citações de autores estrangeiros extraídas de obras publicadas em inglês e espanhol foram por nós traduzidas.

trói um mundo artificial ou representado, um mundo composto de informações que nossos sistemas produzem e que re-alimentamos neste mesmo sistema. Do mesmo modo que um tabuleiro de xadrez estrutura o espaço do jogo de xadrez dentro de seu próprio mundo de torres e cavaleiros, peões e bispos, a interface do computador também estrutura seu campo de movimentações, hierarquia de arquivos, acessos e distâncias relativas entre pontos de interesse.

Para Lemos (2008, p. 128), ciberespaço pode ser entendido à luz de duas perspectivas: “como o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (realidade virtual), e como o conjunto de redes de computadores interligadas ou não, em todo o planeta, a internet”.

No entanto, ciberespaço aponta para um fenômeno complexo que esse tipo de visão tecnicista não consegue explicar.

Se partirmos do sentido da palavra ciberespaço como derivado dos vocábulos cibernética e espaço, a partir de Norbert Wiener (1948),²³ cujos estudos ligados a programas militares no contexto da Guerra Fria, criaram o conceito de cibernética (teoria geral dos sistemas). A palavra cibernética vem do grego *Kybernetes* (*Cybernetics*) e significa piloto, timoneiro, controlador ou a possibilidade de controle e da comunicação, tanto na máquina (engenharia) como de organismos vivos e da linguagem (Miège, 2000; Gómez Cruz, 2007, González, 2008). Portanto, entra um elemento importante, a ideia de direção, capacidade de dirigir ações, que não se circunscreve apenas ao circuito técnico.

A reintrodução na linguagem acadêmica do prefixo “ciber” (*kyber*, *cyber*) é como uma matriz que parece indicar (e de alguma forma reduzir-se) o uso de “máquinas de controle” (quer dizer, computadores) (Gómez Cruz, 2007, p. 28). No final, como diz o mesmo autor (2007, p. 28), “na linguagem popular, começou a aplicar-se a tudo aquilo que tem como centro o uso de computadores, especialmente, aqueles conectados à internet” e surgem termos como ciberespaço, cibersociedade, cibercidade, ciberlavanderia, cibercafé, cibercultura.

Já espaço, segundo Wertheim (apud Gómez Cruz, 2007, p. 29), até o século XIV ou XV, na cosmovisão medieval, existia um espaço “real” e um “divino”. A partir do século XVIII, com o deslocamento que colocou a ciência como explicação imperante do mundo, surgiu uma visão mais racionalista e mecanicista do espaço. Nessa visão, a dualidade medieval se perdeu em favor de um “espaço físico, total e

²³ No livro “*Cybernetics, or control and communication in the animal and machine*”.

absoluto”. No entanto, a autora assinala que o ciberespaço, não só em sua narrativa mas em seu “manifestar-se”, abre a possibilidade de um “espaço” que não é cartesiano: ao interagir no ciberespaço, minha localização não pode ser estabelecida puramente pelas coordenadas do espaço físico.

Como bem assinala Wertheim (apud Gómez Cruz, 2007, p. 30), o ciberespaço recupera a cosmovisão de “um espaço dual onde o espaço físico não é o único espaço possível”. Mas, do nosso ponto de vista, também se constitui num cosmo harmônico próprio, embora, se pensarmos para além das “máquinas de controle”,²⁴ não deixa de se interconectar com o mundo físico.

Cosmos, do grego, significa harmonia, ordem, beleza. Seu antônimo é caos,²⁵ também do grego. Esse mundo constituído pelo ciberespaço sugere simetria, uma combinação e um equilíbrio de traços em formatos de redes²⁶ que se conformam em mecanismos identificados do ponto de vista do determinismo tecnológico, mas os ultrapassam. Talvez seja oportuno lembrar, com Jesús Galindo (1998, p. 4), que a “sociedade do ciberespaço é uma nova forma ecológica no devenir humano. [...] Algo que chama a novos tipos de relações sociais, a construção de um novo tipo de civilização”. Portanto, o ciberespaço se constitui num fenômeno das últimas décadas. Como disse Heim (1993, p. 84), “algo se torna um fenômeno quando capta e prende a atenção da civilização. Só então nossa linguagem comum pode articular a presença da coisa de modo que possa aparecer em sua identidade ‘estática’ [sic] no curso da história”.

É assim que o fenômeno ciberespaço se apresenta nebuloso e movediço. Atrai distintos movimentos societários e, ao mesmo tempo, se refaz continuamente.

Não é a intenção deste texto adentrar aprofundadamente na discussão do ciberespaço, nem cair em qualquer uma das vertentes teóricas prodominantes, entre os prometéicos²⁷ e os fáusticos,²⁸ na linguagem de Rudiger (2007, p. 14; 184) que, como pensadores da técnica oscilam, respectivamente, em visões do ciberespaço a

²⁴ No sentido original dado por Norbert Wiener.

²⁵ Aliás, caos, ou sistema da desordem, é como Lévy (1999, p.111) vê o ciberespaço, com o que discordamos.

²⁶ Ver Recuero (2009).

²⁷ De Prometeu, figura da mitologia grega. Para os prometéicos, a técnica, em última instância, representa o bem maior do ser humano.

²⁸ Da lenda do Dr. Fausto (sec.XVI), essa visão toma a técnica como uma força criada pelo ser humano que tende a dele se emancipar e, em seguida, a assumir um desenvolvimento autônomo, acarretando sua destruição (RUDIGER, 2007, p. 184).

partir de um pessimismo cultural ou do otimismo societário. Para os prometéicos, a técnica portaria uma faculdade emancipatória e beneficente pois representa o maior bem do ser humano, fator de progresso ou uma oportunidade de avanço no desenvolvimento. Por outro lado, para os fáusticos, a técnica é vista como força do ser humano, mas capaz de assumir um desenvolvimento autônomo e destruí-lo.

Interessa-nos discutir as possíveis interconexões entre a comunicação dos segmentos organizados das classes subalternas, tendo por base a experiência brasileira, e a cibercultur@,²⁹ que ao ser identificada por @, não se ocupa, em essência, das tecnologias digitais ou da comunicação mediada por computador, mas se caracteriza como um processo implicado no desenvolvimento das culturas da informação, da comunicação e do conhecimento.

Mas, como não há como deixar de considerar a centralidade das tecnologias da informação e comunicação no cotidiano e na vida em sociedade, consideramos necessário abordar a comunicação comunitária na atualidade também a partir do ciberespaço. Este é tomado como um fenômeno complexo que requer interpretações na perspectiva da cosmovisão que lhe é constitutiva, na imaterialidade como sua essência enquanto processo, mas que se interconecta com o espaço físico por meio das pessoas e organizações que o movem, dos consequentes reflexos reais nas suas vidas, dos processos históricos que não dissociam o mundo material ao do ciberespaço e da própria vida concreta que se efetiva para além das infovias.

Cibercultur@ e comunidades emergentes de conhecimento

Muito se falou em “brecha digital”, “barreira digital” ou em “digital divide” para designar a exclusão dos empobrecidos ao acesso a computadores e à internet em processo simultâneo de inserção dos setores dominantes neste ambiente comunicacional e seu encantamento diante das facilidades de interação e circulação de conteúdos que o mesmo oferece. Contudo, há que se atentar para o fato de que a dimensão econômico-financeira não explica a totalidade da problemática da infoexclusão. Há também razões educacionais, culturais e políticas que podem configurar as condições de não acesso ou mesmo o nível da qualidade de acesso conseguido por segmentos populacionais, segundo cada realidade. Também, convém ressaltar que não é apenas o acesso à internet que garante a inclusão das pessoas como sujeito político da sociedade, como veremos em seguida.

²⁹ Ver www.labcomplex.net.

Em suma, diante da importância das TICC na atualidade,

não ter acesso à principal fonte de mediação das relações sociais do século XXI agrava a exclusão social de todos os setores que ficam ‘de fora’, ou do outro lado dessa ‘brecha’. Por essa razão, considera-se que os países com abundância de populações ‘pobres’ devem ter e aumentar seu contato com as TICC, qualificadas como o instrumento privilegiado para acessar a informações e os conhecimentos organizados e criados para todos, por outros que estão do outro lado da ‘brecha’ (González, 2008, p. 123).

Nesse contexto, num primeiro momento, estudos e políticas públicas acerca do tema consideraram que as distorções quanto à apropriação competente dos serviços de informática e da internet, assim como a incorporação das pessoas às novas formas de relações e estruturação sociais, seriam resolvidas proporcionando habilidades para operar máquinas, programas (softwares) e a disponibilização de serviços (telecentros, centros de informática, cibercafés, cabines públicas etc.), principalmente de acesso gratuito. Mas, os debates não tardaram a demonstrar serem insuficientes esses tipos de iniciativas, apesar de se reconhecer a necessidade da incorporação de tais condições, porque as soluções sempre serão insuficientes se não forem resolvidos os problemas das contradições econômicas, políticas e culturais provindas das relações desiguais inerentes ao modo de produção capitalista.

Paulo Cunha (2003, p. 211) assim se expressou sobre o assunto:

a chamada *desterritorialização* produziu um novo tipo de usuário da comunicação, mas não venceu o desequilíbrio provocado pelas diversas dinâmicas nacionais. Novos padrões hegemônicos produzem novas centralidades. No entanto, grupos periféricos continuam isolados à margem do ciberespaço. As novas centralidades puramente informacionais convivem com as centralidades efetivamente geopolítico-econômicas, criadas no período colonial e incrementadas pela revolução industrial. De um lado, temos as periferias econômicas, repletas de desvalidos, marginalizados e miseráveis; de outro lado, vemos as *periferias-centrais* das redes digitais, as tribos e suas subculturas que, felizes em participar do *não-lugar* do ciberespaço, alienam-se das contradições da indústria da comunicação.

Com o passar do tempo, estudos e algumas políticas públicas incorporaram o discurso de que não basta disponibilizar suportes tecnológicos, nem promover programas de capacitação visando a aquisição de habilidades básicas, mas a melhoria da qualidade educacional e resolução de problemas de desníveis econômicos para que ocorra a apropriação, como esperada, e dentro do potencial que a rede oferece. No entanto, na prática, as distorções do acesso e do uso dado –e/ou do não uso– dos suportes tecnológicos seguem se configurando como dilemas políticos.

Para enfrentar esse tipo de problema, tendo como contexto o México, Jorge A. González (2008, p. 127) acredita ser necessário rever as

ferramentas teóricas e a estratégia prática para colocar em vigor uma diferente forma de apropriação da rede da internet e das tecnologias digitais existentes, para usá-las não apenas para acessar, mas também como plataformas geradoras de informação, de comunicação e especialmente de conhecimento locais.

Ele trabalha com um novo conceito de *cibercultur@*, identificado com @, que se distingue das abordagens predominantemente utilizadas na academia que a definem, à semelhança de Lemos (2003, p. 12),³⁰ como “a forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica”. González (2008, p. 127) entende *cibercultur@* a partir do prefixo grego *kyber* (ciber), na perspectiva anteriormente explicitada, da palavra latina *cultura* e do símbolo @. *Kyber* (*ciber*), porque

desenvolver *cibercultur@* implica gerar, incrementar, aperfeiçoar, melhorar e compartilhar as habilidades para conduzir, dirigir e ‘pilotar’ relações sociais, num exercício de autogestão coletiva, horizontal e participativa. [...] [Cultura é empregada no seu sentido original, como] ‘cultivo, cuidado, atenção e desenvolvimento’. A habilidade para se autoconduzir e se dirigir aos outros para soluções mais inteligentes frente aos enormes desafios do século XXI, pode ser aprendida, pode ser compartilhada, pode ser cultivada com outros e para outros. [E uso] o símbolo arroba @, [...] por sua semelhança gráfica com uma espiral, [...] para representar um circuito de retroalimentação positivo, um processo

³⁰ Ver também Lemos (2008), Lévy (1999), Primo (2007), Felice (2008), Rheingold (2002), Heim (1993) e Recuero (2009).

aberto e adaptável que gera uma resposta emergente que surge da densidade das relações do sistema e não se reduz à soma de seus componentes.

Desenvolver cibercultur@ significa, portanto, um processo que “redesenha coletivamente e de baixo até em cima, uma atitude diferente” diante do mundo, e ao mesmo tempo, aprende uma série de “habilidades transmissíveis que nos permitam operar bem as tecnologias ao nosso alcance frente às necessidades de informação para gerar o conhecimento e para coordenar ações de comunicação que nos permitam romper o ciclo vicioso da dependência tecnológica” (González, s/da, p. 8).

Os conceitos de cibercultur@ são desenvolvidos no âmbito do *Laboratorio de Investigación y Desarrollo en Comunicación Compleja (Labcomplex)* e se fundamentam em Liev Vygotsky (zonas de desenvolvimento proximal –ZDP– e inteligência distribuída), Gavriel Salomón (cognição distribuída), Jean Piaget e Rolando Garcia (construção do conhecimento na perspectiva da epistemologia psicogenética), Carlos Lenkersdorf (o sentido do *nosotros, nosotricación*), Pierre Bourdieu (produção cultural e *habitus* de classe), Jesus Galindo (cibercultura), Immanuel Wallerstein e Robert Fossaert (sistema-mundo), Enrique Trueba e Concha Delgado (empoderamento social), Paulo Freire (educação dialógica), Celestin Freinet (desenvolvimento da autonomia e do espírito crítico), Felix Geyer (sociocibernética e sistemas de informação), Alberto M. Cirese (ecologias simbólicas) e Antonio Gramsci (hegemonia), entre outros.

O Labcomplex³¹ trabalha com cibercultur@ como objeto de conhecimento e como valor de desenvolvimento social. Nessa perspectiva, a ideia de empoderamento é apregoada no sentido de se constituir processos de autodeterminação e a instituição de condições para as comunidades se apropriarem coletivamente da informação, gerarem conhecimento e se tornarem capazes de se comunicar entre si e com a sociedade.

O redesenho do qual fala González (s/da) em citação anterior, quer dizer o resgate de nossas configurações históricas e identidades enquanto sociedades que passaram por processos de dominação, e como elemento para entender o presente e traçar nossos próprios caminhos na construção de um mundo possível. Trata-se de um processo (González, s/da) baseado na reflexibilidade –construída e compartilhada– dentro de redes horizontais onde a inteligência é distribuída. Assim sendo, cibercultur@ está mais direcionada a entender os processos de construção

³¹ http://computo.ceiich.unam.mx/labcomplex/labcc/c_omugf.html

do conhecimento e de transformação social e contribuir para que se efetivem, do que a se fixar em meandros do ciberespaço.

Ativar cibercultur@ no conjunto da sociedade, nas palavras de Jorge A. González (2007, p. 18), requer o desenvolvimento e cultivo de três culturas cognitivas, elementarmente humanas: a cultura de informação, a cultura de conhecimento e a cultura de comunicação. Um empenho que, ao realizar-se coletivamente, ajuda a redesenhar as ecologias simbólicas e a reconstruir relações que geralmente são negativas se vistas a partir do vetor tecnológico.

A cultura de conhecimento se refere à investigação, às perguntas que conseguimos fazer à realidade em nosso entorno e ao mundo e as respostas de conhecimento daí decorrentes. Porém, não se trata apenas de pesquisa formal, mas também das buscas investigativas que geram descobertas e as partilham entre os integrantes das comunidades.

Paulo Freire (1987, p. 36) já dizia que o conhecimento se constitui nas relações homem-mundo, relações de transformação, e se aperfeiçoa na problematização crítica dessas relações.

Conhecer é uma atividade humana porque somos a única espécie que desenvolve meta-ferramentas e meta-linguagens. Desta forma, as interações entre o ser humano e sua realidade, a partir de inferências, nos permitem estabelecer relações entre diferentes configurações de informação, que por sua vez são produto de construções e atribuições do sujeito ao objeto. Daí ser necessário gerar pautas de comportamento propícias a criar conhecimento (González, 2007, p. 18; 25).

Conhecimento e informação “são inseparáveis. Não há conhecimento sem informação, mas pode haver muita informação sem conhecimento. A informação e o conhecimento tornam possível e dão sentido à comunicação” (González, 2007, p. 25). A cultura da informação “se desenvolve a partir de uma aproximação à natureza da informação –já constituída em observáveis ou dados em sua dimensão espacial, estática– e como integrante dos processos de ‘comunicação/cognição’ em sua dimensão temporal, dinâmica” (Amozurrutia, 2007, p. 131). Ela se vincula aos processos de comunicação. A informação tem especial importância na organização e construção de memórias, nos sistemas de ordenamento e sua representação para potencializar a reflexão e conseqüentemente melhorar a tomada de decisões (Amozurrutia, 2007, pp. 131-132).

Trata-se, pois, de extrapolar a noção de dados e transforma-los em sistemas de informação. A informação é apropriada ou gerada, entendida, assimilada, transformada e sistematizada, daí resulta conhecimento. Conhecimento coletivo, uma

vez obtido por meio da colaboração estimulada –presencial e mais a distância–, uma vez processado na perspectiva da zona de desenvolvimento proximal (ZDP).³² Ao instituir relações que efetivem dinâmicas interconectivas que tornam visíveis as formas como a sociedade e as relações sociais se estruturam, a comunicação e o conhecimento se realizam. A comunicação viabiliza, então, os relacionamentos, a troca de saberes, a geração e a socialização do conhecimento, facilitado por meio dos mecanismos da chamada *inteligência distribuída*, como propriedade emergente e não imanente, a partir das ideias de Vygotsky (1995) e Salomón (2001). A formação de redes e sua articulação em comunidades emergentes de conhecimento local (CECL) e de investigação (CEI) se interligam ou se constituem em estrutura orgânica e afetiva “nosótrica” básica que garante essa dinâmica.

A cultura de comunicação supõe a necessidade de contato entre os atores sociais para compor e reorganizar o mundo social. Significa a capacidade de coordenar ações coletivas e necessita desenhar e estabelecer três modalidades de intervenção consciente sobre a forma social de organização do grupo: suscitar as diferenças, modificar a forma social para contemplar as diferenças e ocupar-se do ajuste da organização com o objetivo de integrar uma *rede inteligente*, ativa, efetiva e afetivamente construtora do espírito “nosótrico”,³³ (González, 2007, p. 18, p. 25; s/db, p. 6), ou seja, o nós, o espírito coletivo.

A cultura de comunicação implica também no desenvolvimento de três condições necessárias para a comunicação presencial e a distância, quais sejam: “a estimulação, a conectividade e a consistência. Do mesmo modo, requer a atitude básica de escuta para descobrir, suscitar, contemplar e gerar a diferença” (Maass, 2007, p. 234).

O estímulo é elemento central no processo de construção do conhecimento (Maass, 2007, p. 240). “Consiste conseguir a contínua expansão da *zona de desenvolvimento proximal* (ZDP) [referindo-se a Vygotsky] de cada um dos participantes e tem em vista generaliza-la ao conjunto do coletivo” (González, s/db, p. 4).

Por conectividade entende-se “o processo de comunicação que se inicia com a estimulação e é seguido de uma etapa de conexão estrutural de componentes conceituais” (Maass, 2007, p. 141) e significa a “construção, manutenção e expan-

³² ZDP, para Vigotsky, se refere às funções mentais presentes em estado embrionário, mas que avançam quando há interação e intervenção de outros indivíduos.

³³ Vem do sufixo mayense Tik que significa “nosotros” e foi amplamente adotado por Carlos Lenkersdorf (2008) no livro “Los hombres verdaderos” para explicar a cosmovisão Tojolabal.

são dos vínculos entre todos os elementos estimulados de um sistema concreto” (González, s/db, p. 4).

Já a consistência é relativa à natureza “nosótrica” da vinculação. “À medida que aumenta a “conectividade faz com que se comece a produzir um efeito de *nosotricación*, a construção de um sentido renovado do nós que não só se manifesta na identidade do grupo, mas no aumento da capacidade para processar a informação, definir os problemas e resolvê-los de maneira coletiva” (GONZÁLEZ, s/db, p. 6), na perspectiva tojolabal (LENKERSDORF, 2008).

Tojolabal é um dos povos Maya, do Alto dos Chiapas, no México, cujo modo de viver em comunidade é expresso em sua língua (tojolabal), fundada na intersubjetividade e na participação de todos e de cada um na condição de sujeito. Como comprova Carlos Lenkersdorf em seu livro “Los hombres verdaderos” (2008, p. 14), entre os *tojolabales* “não há objetos nem no contexto do idioma nem da cultura”.

Um dos pressupostos na efetividade da estimulação, conectividade e consistência em comunidades emergentes é a escuta, ou seja, o saber escutar³⁴ o outro e auscultar a realidade e o mundo. Trata-se também de um princípio básico da cultura tojolabal. Para González (s/db, p. 8), o primeiro passo para se tornar uma comunidade de investigação ou de conhecimento local “é estabelecer as bases de uma estrutura individual e coletiva de escuta autodeterminante”.

Portanto, cibercultur@ não refere às teias intercomunicativas, às sociabilidades no ciberespaço ou às habilidades para operar destramente máquinas e programas de informática, se não precisamente para o cultivo e a geração de três tipos de *saber fazer* que conduzem a) à forma com que aprendemos a perguntar sobre o mundo, a converter problemas práticos em problemas de conhecimento; b) às habilidades e destrezas para criar, administrar e utilizar configurações de observáveis e dados de nosso entorno; c) à capacidade de coordenar ações com outros dentro de estruturas de organização horizontais nas quais se possa distribuir a inteligência (CIBERCULTUR@..., s/d, online).³⁵

A questão-chave é desenvolver conhecimento, mas um conhecimento contextualizado em seu entorno, na história e no mundo, e em processo constitutivo de relações comunicacionais densas e capazes de facilitar a participação ativa e o compartilhamento constante do aprendizado, a sistematização dentro do grupo

³⁴ Jorge González e Margarita Maass insistem nesse princípio em várias passagens dos seus textos sobre cibercultur@.

³⁵ Ver <http://labcomplex.ceiich.unam.mx/labcomplex02/>

(comunidade ou rede), entre redes e na sociedade. Em suma, nas palavras de González (s/da, p. 7), cibercultur@ é uma forma de “empoderamento que interessa três frentes estratégicas: a informação, o conhecimento e a [comunicação como coordenação de ações e] capacidade de criar redes de ação para usar a informação e o conhecimento em projetos específicos de autogestão”.

Trata-se de

construir redes que aumentam a massa crítica de geradores de informação e de comunicação, que dignifiquem o ofício de investigar, que permitam uma relação horizontal entre os diversos grupos sociais e que, dessa forma, ponham a nosso serviço as tecnologias digitais de informação e não o contrário (González, 2007, p. 19).

Tal processo não significa rechaço as tecnologias. Para efetiva-lo, González propõe a criação de comunidades qualificadas como emergentes de conhecimento local e/ou de informação, e a formação de redes entre essas comunidades.

O desenvolvimento destas redes emergentes de comunidades busca tornar concreta a apropriação prática, dialógica, comunitária e criativa dessa dimensão do vetor tecnológico submetido às necessidades de criação e de informação e de conhecimento autogerado, porém, com toda uma estrutura autoprojeta e aberta para compartilhar e avançar sobre as particularidades encontradas, ao incluí-las em uma rede de relações com outras formas de conhecimento de outras comunidades, deslocadas de maneira similar e localizadas de forma dispersa, mas que compartilham os mesmos efeitos de processos em escala mundial (González, 2008, p. 131).

Breves apontamentos sobre o conceito de comunidade emergente de conhecimento

Comunidade Emergente de Conhecimento é “uma rede virtual e comunitária ativada para a geração de conhecimento local mediante o aproveitamento intensivo das tecnologias de informação e comunicação (TICC) em um ambiente de inteligência distribuída” (Maass, 2007, p. 312).³⁶ Cada CEC corresponde a um nó (ou nodo) “de uma rede em construção permanente [...]” (González, Maass, s/dc, p. 7).

³⁶ Versão digital disponível em: www.labcomplex.net

O desenvolvimento de comunidades emergentes se concentra em facilitar uma dinâmica horizontal, próxima à educação popular de Freire e outros, que lhes permite apropriar-se coletivamente da tecnologia para gerar uma capacidade de narrar-se e de construir-se um ‘nosotros’³⁷ [referindo-se a Lenkersdorf] auto-determinante e não derivado de imposições externas” (González, 2009, p. 65).

Uma Comunidade Emergente de Investigação (CEI) forma um coletivo que se organiza com finalidade de realizar investigação e gerar informação e conhecimento. Nela, “cada participante é um nó interconectado de trabalho para conformar com o tempo, uma rede sistêmica inteligente”. Uma vez ativada em *cibercultur@*, a CEI é capaz de realizar e cultivar habilidades concernentes aos processo de informação, comunicação e conhecimento (González, s/db, pp. 2-3).

Comunidades Emergentes de Conhecimento Local (CECL) são coletivos, ou redes, que se organizam para construir um processo de desenvolvimento social. Segundo Jorge González (2009, p. 64), são redes horizontais que se ocupam em desenvolver seus “próprios sistemas de informação e de comunicação para gerar respostas de conhecimento frente a problemas concretos e significativos de sua localidade [...]: migração, pobreza, desemprego, contaminação, violência, fome, deterioração ambiental, água e tantos mais”.

Por intermédio da aplicação dos princípios da *cibercultur@* se inicia um

processo de empoderamento a partir de uma nova e potenciada capacidade coletiva de narrar seu passado, redefinir seu presente e de redesenhar seu futuro e mundos possíveis mediante outras formas de narrar-se e de visibilizar-se emanadas de sua capacidade de gerar e manter sistemas de informação e de conhecimento, primeiro local e posteriormente situado, quando cada comunidade emergente se converte em um nó de uma rede que se vincula às demais comunidades emergentes (González, 2009, p. 65).

Embora se revistam de especificidades, é possível ser feita uma analogia entre a concepção de *cibercultur@* e a dos movimentos sociais populares do Brasil e de outros países da América Latina, principalmente quanto a aspectos como a organização popular autônoma e da práxis desenvolvida a partir da ação coletivizada com vistas a solucionar problemas que degradam as condições de existência das

³⁷ Forjar-se em um nós, uma comunidade com espírito extremamente coletivo.

populações empobrecidas. Tais problemas afetam grandes contingentes populacionais das classes subalternas, mas, como as contradições trazem em seu interior o germe de sua própria negação, elas também têm impulsionado o surgimento de iniciativas que visam sua superação, sejam elas as desencadeadas por movimentos sociais populares ou por comunidades emergentes de conhecimento e tantos outros atores sociais.

É possível interrelacionar a COM COM à cibercultur@?

Partindo da similitude acima destacada, identificam-se intersecções entre a comunicação popular e comunitária quando esta é desenvolvida na perspectiva das organizações comunitárias e dos movimentos sociais orgânicos às classes subalternas e a cibercultur@, embora haja distinções substanciais em ambas as partes. Elas têm em comum a visão do mundo como contraditório e opressor, o sentido político-ideológico dado às estratégias de mobilização e organização social, além de partilharem aspectos quanto ao modo de atuar tendo em vista a superação de problemas concretos decorrentes das desigualdades sociais e para a construção de uma sociedade justa. O ponto central da questão metodológica em comum diz respeito à participação ativa do cidadão/ã em processos que forjam práticas autogestionárias de organização social e, no caso da comunicação comunitária, nesse fazer comunicacional. Tal tipo de participação, em sua forma mais avançada, se constitui em autogestão comunitária no exercício do poder de controle e direção dos processos sociais e de comunicação (ciber).

Por outro lado, enquanto a cibercultur@ está mais voltada para a formação e organização de comunidades emergentes de conhecimento, a comunicação popular e comunitária dos segmentos organizados das classes subalternas decorre de processos “espontâneos” de organização e mobilização desses setores da sociedade civil. Se a primeira visualiza um processo de organização social a partir das CECL e CEI capaz de forjar um novo projeto de sociedade, a segunda parece agir mais a partir das demandas, interesses e capacidades de mobilização da sociedade civil, ou seja, se circunscreve nos limites das conjunturas, com exceção, é claro, de movimentos populares que têm clareza quanto à opção política pelo socialismo. Enquanto a primeira tem em mira a construção de um projeto novo de sociedade, a comunicação popular e comunitária mostra a tendência de constituir-se enquanto processo mais preso às lutas cotidianas por melhores condições de vida e consequentemente de mudança na realidade, sem desconsiderar que existem movimentos sociais e organizações que também têm como estratégia a feitura de um outro tipo de projeto de sociedade.

Desse modo, pode-se inferir que ao incorporar o espírito da cibercultur@, os movimentos sociais, ONGs e associações comunitárias poderiam melhorar sua performance no sentido de não se contentarem com as ações tópicas. Há que se mirar um projeto de sociedade, ou seja, discutir o tipo de sociedade que se deseja construir. Caso contrário, apesar da boa vontade, pode-se incorrer em processos de formação, de educação não-formal e informal e de mobilização que mais ajudam no enquadramento ao sistema e na reprodução da sociedade capitalista do que na sua transformação. Nessa condição, como construir a contra-hegemonia?

É imprescindível acrescentar outros dois aspectos diferenciais fundamentais, com pontos a favor da cibercultur@. Um deles está na premissa da importância em se forjar sistemas de informação (organizar, documentar, sistematizar informações) e intensificar a comunicação intra e intercomunidades, a fim de gerar e partilhar conhecimentos, o que se constitui num primeiro desafio aos movimentos sociais e organizações comunitárias de comunicação. Nas práticas de movimentos sociais populares normalmente se gera muitos conhecimentos, são feitas inúmeras coisas, mas se documenta pouco e quase não se sistematiza o conhecimento construído. As informações e o conhecimento costumam se dispersar por falta da prática de criação de sistemas inteligentes de informação. O resultado é que, às vezes, a informação se perde enquanto conjunto estruturado. Fica apenas o que cada um consegue aproveitar ou que a entidade reúne e preserva.³⁸ O conhecimento acaba não sendo socializado como poderia, ou ainda, muito do que se consegue arregimentar permanece no nível dos dados, dos elementos, sem gerar sistemas de informação. No contexto da cibercultur@ se forjaria esse tipo de práxis, afinal, tal *quefazer* está no âmago desta concepção.

Outra premissa implícita na concepção teórica da cibercultur@ é forjar o empoderamento coletivo das TICC. As táticas e a estratégia envolvidas nas CECs, como diz González (s/da, p. 7), conduzem a que as mesmas “façam suas as tecnologias de informação e comunicação, não só para acessar a informação, mas para gerar seu próprio conhecimento”. Trata-se de algo ainda tímido no universo dos movimentos populares de base. Aí está mais um dos desafios que cabe às organizações de comunicação comunitárias e aos próprios movimentos comunitários: incorporar coleti-

³⁸ É o caso do Centro de Pastoral Vergueiro (CPV) e do do Centro de Comunicação e Educação Popular de São Miguel (CEMI), ambos de São Paulo, Brasil, que já foram organizações de referência de documentação para trabalhos e pesquisas e hoje alguns de seus idealizadores lutam para preservar arquivos desestruturados e em decomposição.

vamente as tecnologias como suas e em toda a potencialidade nas práticas relativas aos processos de consciência-organização-ação voltados para a efetivação plena da cidadania. Não se trata de defesa ou negação das TICC. Como partes constituídas e constituintes pela e da sociedade atual, não há outra maneira do que se estar nelas e empoderar-se delas. Porém, o ciberespaço não diminui a importância do espaço físico nem elimina as lutas sociais presenciais.

Enfim, a discussão que a cibercultur@ soa oportuna para uma mudança de qualidade da comunicação popular e comunitária. Ou seja, provocar a constituição de práticas capazes de ajudar na constituição das culturas mencionadas (terceiro desafio) em paralelo ao estabelecimento ou recuperação de relações de organicidade entre os meios de comunicação comunitários e populares e as organizações coletivas que lhes deram origem e sustentação política, um quarto desafio.

Conclusão

Diante do limite de espaço previsto para este texto, muito há a complementar sobre o assunto ora discutido. Mas, os breves apontamentos anteriores denotam a importância do tema, tanto do ponto de vista da comunicação popular e comunitária, como expressão de uma comunicação comprometida com a transformação social, como pela inovabilidade que os seus protagonistas populares são levados a incorporar por causa das mudanças ocorridas no ambiente comunicacional possibilitado pelo ciberespaço. Trata-se de dimensão pouco estudada na área da Comunicação, no Brasil, visto que a predominância investigativa sobre o ciberespaço se concentra em estudos sobre determinismo tecnológico, nas ramificações da indústria cultural na internet e na presença e significados dos usos do ciberespaço por “pequenas multidões” de internautas, principalmente a partir do fenômeno crescente das redes sociais de relacionamentos tipo Orkut e Facebook, estudos também necessários e importantes.

A comunicação popular, comunitária e alternativa, ao se inserir no ciberespaço, contribui para forjar uma mutação nas práticas constitutivas do exercício da cidadania. Parece haver reelaborações culturais em curso como antítese das relações desiguais entre dominantes e subalternos construídas historicamente em todos os níveis.

A perspectiva teórico-metodológica da cibercultur@ desenvolvida pelo Lab-complex³⁹ se mostra apropriada para se entender as condições em que a inserção

³⁹ Laboratorio de Investigación y Desarrollo en Comunicación Compleja.

da comunicação popular, comunitária e alternativa no ciberespaço e, além dele, representaria um avanço qualitativo do status da cidadania. Ela corresponde aos pressupostos originários da comunicação no contexto dos movimentos sociais populares quanto à autonomia e ao protagonismo popular como facilitadores do processo de ampliação do exercício da cidadania em suas dimensões – civil, social e política -, mas também explicitamente comunicacional e como um direito de quinta geração.⁴⁰ Ao mesmo tempo, a cibercultur@ avança ao apontar caminhos capazes de solidificar processos de informação, conhecimento e comunicação e instigar a constituição de novo projeto de sociedade.

Ao finalizar, surge uma pergunta: a comunicação popular e comunitária poderia inspirar algo à cibercultur@? Eis um assunto a ser investigado.

Referências

- Amozurrutia, José A. Por uma cultura de información. In: González, Jorge A. (Coord.). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. CNCA/IMC/UNAM-CEICH, 2007, pp. 93-230.
- Beltrán, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles. *Comunicação e Sociedade*: revista do Programa de Comunicação. S.B.do Campo: UMESP, n. 6, pp. 5-35. Set. 1981.
- Castells, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1).
- Cibercultur@... Labcomplex. *Ciudad do México*: s/d, online. Disponível em: <http://labcomplex.ceiich.unam.mx/labcomplex02/> Acesso em: 18 abr. 2009.
- Cunha, Paulo. Um e muitos ciberespaços. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003, pp. 212-231.
- Felice, Massimo Di (Org.). *Do público para as redes*: a participação digital e as novas formas de participação social. Ao Paulo: Difusão, 2008.
- Finquelievich, Susana (Org.). *Ciudadanos a la red!* Los vínculos sociales en el ciberespacio. Buenos Aires: Ciccus/La Crujía, 2000.
- Freinet, Celestin. *Pedagogia do bom senso*. Tradução J. Batista. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- Freire, Paulo Freire. *Comunicação ou extensão*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- Galindo Cáceres, Jesús. Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. *Razón y Palabra*. A. 3, n. 10, abr.-jun.1998, pp. 1-11.

⁴⁰ Ver Peruzzo (2008).

- Gatti, I.; bermúdez, R. Experiências sobre la comunicación comunitaria en Argentina y América Latina. In: CICALSE, G. (Coord.). *Comunicación comunitaria: apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. Buenos Aires: La Crujía, 2010, pp. 17-31.
- Gramsci, A. *Concepção dialética da histórica*. 2. ed. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- Gruppi, Luciano. *O conceito de hegemonia em Gramsci*. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Graal,
- Goldsmith, Marshall. Comunicaciones globales y comunidades de elección. In: Hesselein, Frances et al. (Org.). *La comunidad del futuro*. Buenos Aires/ Barcelona/ México: Granica, 1999, pp. 131-146.
- Gohn, Maria da Glória. *Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2004.
- Gómez Cruz, Edgar. *Las metáfora de internet*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.
- González, Jorge A. Digitalizados por decreto. Cibercultur@: inclusão forçada na América Latina. *Matrizes*: Revista do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo, a. 2, n. 2, pp. 113-138, 2008.
- _____. Apresentação. Introducción general. In: GONZÁLEZ, Jorge A. (Coord.). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. CNCA/IMC/UNAM-CEICH, 2007, pp. 15-27.
- _____. Pantallas vemos, sociedades no sabemos – barruntos (conjeturas) sobre temporalidades progressivamente apantalladas y cibercultur@. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, a. 32, n. 1, pp. 51-68, 2009.
- _____. *Cibercultur@ como estrategia de comunicación compleja desde la periferia*. Ciudad de México: Labcomplex-CEICH/UNAM, s/da. Disponível em: www.labcomplex.net. Acesso em: 28 fev. 2010.
- _____. *El desarrollo de cibercultur@ en proyectos de conocimiento: hacia una comunidad emergente de investigación*. Ciudad de México: Labcomplex-CEICH/UNAM, s/db. Disponível em: <http://www.kasiopea.webs.com/biblioteca.htm>. Acesso em: 21 jan. 2010.
- _____. Um pouco de memória. De lo alternativo a lo comunitario. Prólogo. In: Peruzzo, C.M.K.; tufte, T.; Vegas casanova, J. (Edis.). *Trazos de una otra comunicación en América Latina: prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte, 2011, pp. ix-xiv.

- _____; Maass, M. *Cibercultur@ y comunidades emergentes de conocimiento*. Ciudad de México: Labcomplex-CEICH/UNAM, s/dc. (versão digital).
- lemons, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- _____. *Cibercultura*. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: Lemos, André; Cunha, Paulo (Orgs). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003, pp. 11-23.
- Lenkersdorf, Carlos. *Los hombres verdaderos: voces y testimonios tojolabales*. 5. ed. Ciudad de México / Buenos Aires / Madrid: Siglo XXI, 2008.
- León, O.; Burch, S.; Tamayo, E. *Movimientos sociales en la red*. Quito: Alai, 2001.
- Lévy, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- heim, Michael. *The metaphysics of virtual reality*. N. York / Oxford: Oxford University Press, 1993.
- Miège, Bernard. *Pensamento comunicacional*. Petrópolis, Vozes, 2000.
- Minayo, Maria Cecília de S. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 10. ed. São Paulo: HUCITEC, 2007.
- Moraes, Denis de. Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica. In: Coutinho, Eduardo G.(Org.). *Comunicação e contra-hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008, pp. 38-64.
- Maass Moreno, Margarita. Por uma cultura de comunicación. In: González, Jorge A. (Coord.). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. CNCA/IMC/UNAM-CEICH, 2007, pp. 231-332.
- Reyes Matta, F. *From Right to praxis: a model of communciation with active social participation*. Paper apresentado no Seminar on International de Communications and Third Word Participation. Amsterdam, 5-8 de setembro de 1977.
- PERUZZO, Cíclia M.K. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- _____. Internet e democracia comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação. In: Melo, José Marques de; SATHLER, Luciano (Orgs.) *Direitos à comunicação na sociedade da informação*. São Bernardo do Campo: UESP, 2005, pp. 267-288. Versão online disponível em: www.ciciliaperuzzo.pro.br
- _____. Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista. *Verso e Reverso - Revista da Comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, n. 37, pp. 77-95, 2003.

_____. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, a. 2, n. 3, pp. 18-41, jul/dic.2005.

Versão online disponível em: www.ciciliaperuzzo.pro.br

_____. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação. *Revista Fronteiras*. São Leopoldo: Unisinos, v. 11, n. 1, pp. 33-43, 2008. Disponível em: <http://www.frenteiras.unisinos.br/pdf/64.pdf>

_____. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa. *Galáxia: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP*. n.17, jun. 2009, pp. 131-146.

_____; Berti, O.M de C. *As novas configurações das comunidades comunicacionais nas "comunidades de escolha"*. Paper apresentado no I Colóquio Brasil-China de Ciências da Comunicação. Evento promovido pela Intercom – Soc. Bras. de Estudos Interd.da Comunicação e realizado na Univ.Federal do Espírito Santo, de 12 a 13 de maio de 2010, em Vitória (ES).

Primo, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Recuero, Raquel. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Rheingold, H. *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa, 2004.

rüdiger, Francisco. *Introdução às teorias da cibercultura: tecnocracia, humanismo e crítica no pensamento contemporâneo*. 2. ed. rev.amp. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Santos, Boaventura de S. *Refundación del estado en América Latina: perspectiva desde una epistemología del sur*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2010.

_____. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. In: _____ (Org.). *Conhecimento prudente para uma vida decente: um discurso sobre as ciências revisitado*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2006, pp. 777-821.

Salomón, Gavriel. *Distributed cognitions*. Psychological and educational considerations. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

Scolari, Carlos. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interativa*. Barcelona: Gedisa, 2008.

Simpson Grinberg, Máximo. Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades. In: _____ (Org.). *A comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987, pp. 17-35.

Veloso, Ana; Farias, H. Rádio mulher: a comunicação feminista nas ondas do rádio no Nordeste do Brasil. In: In: Peruzzo, C.M.K.; Tufte, T.; Vegas Casanova, J.(Edis.). *Trazos de una otra comunicación en América Latina: prácticas comu-*

- nitarias, teorías y demandas sociales. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte, 2011. pp. ix-xiv, pp. 3-19.
- Vygotsky, L. La educación de las formas superiores de conducta. *Obras escogidas*. v. III. Madrid: Visor, 1995.
- _____. *Pensamento e linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- Wertheim, M. *The pearly gates of cyberspace: a history of space from Dante to the internet*. Estados Unidos: WW Norton & Company, 1999.
- Wolton, Dominique. *Internet, e depois? Uma crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

McLuhan, un pensador complejo

Octavio Islas*

En la primera parte del texto centro mi atención en Marshall McLuhan, fundador de la Media Ecology (ecología de los medios); enseguida explico qué es la ecología de los medios y menciono algunos pensadores destacados. Posteriormente describo cuáles son las principales edades comunicativas, y destaco cómo en cada edad podemos advertir un determinado ritmo informacional y la supremacía de algún medio de comunicación. En la edad postelétrica, designada por McLuhan como *Information Age*, internet y las distintas pantallas permiten que la velocidad con la que circula la información se ubique en el imaginario de la instantaneidad absoluta, la cual posibilita una amplia convergencia entre los viejos medios de comunicación y los nuevos medios sociales.

Unas líneas sobre Marshall McLuhan

A pesar de que Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) no aceptaba ser reconocido como creador de una compleja teoría sobre el impacto de los cambios tecnológicos en las sociedades y prefería pasar por simple “explorador”, hoy es considerado

* Investigador y consultor en INFOTEC. Doctor en Ciencias Sociales, maestro en comunicación y desarrollo, maestro en administración de tecnologías de información. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Autor y coordinador de más de doce libros, más de quinientos artículos científicos y de investigación, treinta y cinco capítulos de libros. Director de la revista web *Razón y Palabra*. Director de investigación del *World Internet Project*, México. Ha dictado conferencias magistrales y ponencias en dieciocho países: Argentina, Brasil, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Paraguay, Perú, Uruguay, República Dominicana, Puerto Rico y Venezuela.

el fundador de la *Media Ecology* (ecología de los medios), también conocida como Escuela de Toronto, Escuela de Nueva York, Mediología, Escuela de San Luis y Escuela Norteamericana de comunicación.¹ McLuhan solía afirmar que no había elaborado una teoría rigurosamente estructurada, sino que simplemente había realizado algunas observaciones: “I have no theory, only observations” (Federman y de Kerckhove, 2003, p. xii). Además rechazaba categóricamente el título de “experto”.

Marshall McLuhan es conocido por una controvertida tesis: “El medio es el mensaje”, así como por haber anticipado el tránsito a la “aldea global”. Sin embargo, la relevancia de las tesis de McLuhan en el imaginario teórico y conceptual de la comunicología es mucho más profundo, pues destacó la importancia de los ambientes mediáticos en la comprensión del devenir histórico de la humanidad; afirmó que las tecnologías y los medios admiten ser considerados prolongaciones de nuestro cuerpo, facultades y sentidos; que es posible distinguir entre medios calientes y fríos con base en la definición del medio y el grado de participación de las audiencias; propuso la compleja relación figura-campo (*figure and ground*), e introdujo una interesante tétrada que permite comprender la complejidad de los cambios culturales generados por los medios y las tecnologías.

En 1964, gracias a la publicación del libro *Understanding media: the extensions of man*,² texto seminal en la ecología de los medios, se convirtió en celebridad y moda. Tom Wolfe, quien es considerado padre del “nuevo periodismo”,³ afirmó que McLuhan tendría que ser reconocido como el pensador más grande de la historia, con Newton, Darwin, Einstein y Pavlov. De la primera edición del libro fueron vendidos más de ciento cincuenta mil ejemplares —todo un *best seller* en ese tiempo—, y ha sido traducido a más de veinte idiomas.⁴ Sin embargo, el verdadero *best seller* de McLuhan fue el libro *The medium is the message* (1967), del cual incluso fue realizada una versión sonora en acetato, la cual permite afirmar que McLuhan,

¹ El URL del sitio web de la Media Ecology Association es: <http://media-ecology.org/>

² *Understanding media. The extensions of man* fue publicado en castellano en 1969 por la Editorial Diana con el siguiente título: *La comprensión de los medios de comunicación como extensiones del hombre*. Posteriormente Paidós publicó una nueva edición en castellano, con el título: *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del hombre*.

³ Tom Wolfe (1934-). Es considerado como uno de los padres del nuevo periodismo. Autor del libro *The New Journalism* (1977).

⁴ En 2014 se celebra el 50º aniversario de la publicación de tan trascendental libro, el cual, pese a los cuestionamientos de no pocos detractores de McLuhan, definitivamente perfiló el imaginario comunicológico.

formidable visionario, anticipó el advenimiento de las narrativas transmediáticas. En la década de 1960 McLuhan fue considerado celebridad y genio. Sus detractores en cambio lo calificaron de complicado charlatán. Robert King Merton,⁵ influyente sociólogo estadounidense, quien admite ser considerado como uno de los pilares teóricos del estructural-funcionalismo, calificó en alguna ocasión de absurdas las tesis de McLuhan.⁶ En la década de 1970 McLuhan fue objeto de recurrentes críticas de “colegas” académicos. En cambio los medios de comunicación rindieron abierta pleitesía al pensador canadiense.

Los últimos años de vida resultaron particularmente difíciles para McLuhan. El 26 de septiembre de 1979 sufrió un derrame cerebral y perdió la capacidad de hablar, leer y escribir. Poco antes de su muerte, la Universidad de Toronto decidió cerrar el Centro para la cultura y la tecnología,⁷ que dirigió McLuhan desde el 24 de octubre de 1963. En los últimos meses de vida, terriblemente limitado en sus capacidades expresivas, con profunda tristeza McLuhan advirtió el desmantelamiento de su centro de investigación. La noche del 31 de diciembre de 1980, Marshall McLuhan murió en su residencia, ubicada en la exclusiva zona de Wychwood Park de Toronto, Canadá.

En la década de 1980, McLuhan no solo pasó al olvido, algunos colegas en la academia realizaron sistemáticas descalificaciones a sus tesis. En América Latina no pocos académicos e investigadores de las ciencias de la comunicación pretendieron restar validez a las *exóticas* tesis de McLuhan, a quien suponían *gringo*, funcionalista y pragmático. Del marxismo latinoamericano más anquilosado partió la consigna lapidaria: “Determinismo tecnológico”. Las tecnologías –había sentenciado Louis Althusser antes de enviar emotivas cartas al Papa confirmando la existencia del infierno– contribuyen a afirmar la hegemonía de las clases dominantes a través de los aparatos ideológicos del Estado, entre los cuales destacan los medios de comunicación en el aparato ideológico informativo (AII). En América Latina, la mayoría de los críticos de McLuhan ni siquiera leyó uno solo sus libros. Leer a McLuhan resulta de ninguna manera sencillo; leerlo en inglés es aún más complicado, defini-

⁵ Robert King Merton (1910-2003). Autor de las teorías de “alcance medio” y considerado como uno de los principales teóricos del estructural-funcionalismo.

⁶ Y en no pocas universidades de América Latina se insiste en ubicar a Marshall McLuhan como uno de los principales teóricos del estructural-funcionalismo.

⁷ Además de McLuhan, el centro fue dirigido por Arthur Porter entre 1967 y 1968, y por EA McCulloch en 1979.

tivamente. Sobre la dificultad de comprender a McLuhan e inferir la aplicabilidad de sus tesis, Federman y de Kerckhove afirman:

McLuhan is more often quoted than read; and even when read, he's rarely understood in a way that leads to useful action. Worse yet, McLuhan is not merely misunderstood, but his ideas are too often put o the service of something he particularly detested – a nostalgic “living in the rear-view mirror”. (2003, p. ix)⁸

Los cuestionamientos a la obra de McLuhan –fundamentalmente ideológicos– se han extendido a nuestros días. En la década de 1980 criticar a McLuhan se convirtió en una especie de moda para no pocos miembros de la incipiente academia latinoamericana de comunicación. La descalificación a algunas de sus principales tesis además procedía del negligente cuestionamiento a las tecnologías. Jesús Martín-Barbero llegó a afirmar que las nuevas tecnologías eran “una de las peores modas que penetraron en las escuelas de comunicación de América Latina (...) una de las modas más alienantes y dependientes” (Marques de Melo, 2007 p. 241). Con respecto a la forma como los investigadores de las ciencias de la comunicación en América Latina han abordado el imaginario tecnológico, José Marques de Melo afirma:

Es necesario hacer dos observaciones en cuanto a la cuestión tecnológica. Primero, el comportamiento de rechazo o de resistencia a la tecnología, que demuestra una tendencia de reflexión nostálgica y refractaria. Segundo, la ausencia o la precariedad de instrumentos tecnológicos como base del aprendizaje de los procesos y mecanismos de comunicación colectiva. En el primer caso, la actitud antitecnológica reproduce un modo de pensar y actuar que se convierte en humanismo equivocado, prácticamente rescatando el temor demoníaco de la máquina, registrado en los principios de la revolución industrial en Europa. La técnica es considerada algo que se opone a la naturaleza humana y no como un producto de la creación del hombre para agilizar la actividad productiva y aliviar a los trabajadores de tareas repetitivas y embrutecedoras. Se confunde

⁸ “McLuhan es frecuentemente más citado que leído, e incluso cuando se lee, rara vez se entiende de manera que conduzca a la acción práctica. Peor aún, McLuhan no solo es mal entendido. A menudo sus ideas son puestas al servicio de algo que particularmente detestaba: la nostalgia de quienes viven en el espejo retrovisor”.

técnica con tecnicismo (...). Tal oposición, clasificada como “humanista”, ha sido la causa de la conservación de un espectro intelectual, dentro de las escuelas de comunicación, que rechaza la técnica, aislándola a los ínfimos espacios de la codificación verbal y combate inclusive a la naturaleza industrial de los procesos de comunicación colectiva. En verdad, se trata de la permanencia de aquel recelo “apocalíptico” (Umberto Eco) que identifica a los medios de comunicación colectiva una tarea tribal y banalizadora, destinada a reducir a los individuos a la condición de autómatas culturales. (2007, pp. 236-237)⁹

En México uno de los primeros cuestionamientos al pensamiento de McLuhan corrió a cargo de Carlos Monsiváis, quien en *Días de Guardar* —su primer libro, publicado en diciembre de 1970—, incluyó el texto “México a través de McLuhan. Proyecto de guión radiofónico a manera de sketch, homenaje al espíritu didáctico de la carpa”. No sin cierta ironía, en el referido texto Monsiváis afirmó:

Marshall McLuhan. Síntesis tan breve como falsa como inevitable como rudimentaria: Marshall McLuhan, profesor y pensador canadiense. Sus teorías, acerbamente originales, sospechosamente aplicables a cuanto cabe entre cielo y tierra, se han difundido a través de un medio para él obsoleto: la imprenta. Sus libros básicos: (*The Mechanical Bride*, *The Gutenberg Galaxy*, *Understanding Media*, *The Medium is the Message*, *War and Peace in the Global Village*, *Verbo Voco Visual Explorations*) lo han situado bajo la peligrosa luz cotidiana de los mass media. Profeta de la era electrónica, se ha visto homologado con Einstein, descendido a farsante, ascendido a genio, rebajado a simulador. (1988, p. 364)

Tanius Karam advirtió que Octavio Paz también realizó algunos cuestionamientos a McLuhan, en un ensayo sobre Levi-Strauss:

En pleno auge del estructuralismo francónomo, no limita juicios contra McLuhan y lo define como “infantil” al atribuir la transformación de Occidente a la imprenta (Paz, 1996/1967, p. 541); crítica que continúa en el artículo *Televisión: cultura y diversidad* (Paz, 1984, pp. 67-80) en, donde el nobel mexicano

⁹ En años recientes Jesús Martín-Barbero se ha visto en la necesidad de rectificar tan radical postura ideológica frente a las avanzadas tecnologías de información, incluso se ha dado a la tarea de escribir algunos textos sobre Internet.

interpreta el concepto de *global village* como la aldea global, idéntica en todas partes. (Karam, 2012, p. 121)

A los cuestionamientos a McLuhan en México se sumó Manuel Buendía, entonces uno de los más influyentes periodistas:

Personalmente he disfrutado mucho —debo confesarlo ante ustedes— esos congresos de comunicología en que los Maculan (sic), los Moles, los Eco, los Aranguren, los Schramm y otros, vienen como los antiguos conquistadores a llevarse nuestro oro a cambio de espejitos y cuentas de vidrio. Y esto de llevarse nuestro oro es literalmente cierto. Antes de la devaluación, el señor Marshall Maculan (sic) dio una conferencia en el ISSSTE, por la cual cobró diez mil dólares a cambio de una exposición que no se ciñó al tema anunciado y que tampoco era un texto original, sino un refrito de algo que había venido diciendo desde hace meses por Estados Unidos, Canadá, Francia y otros países. (2003, p. 65)

Afortunadamente un reducido número de comunicólogos, destacando Eulalio Ferrer Rodríguez —publicista—, el profesor Horacio Guajardo, Carlos Fernández Collado y Roberto Hernández Sampieri —reconocidos investigadores—, quienes a contracorriente de las tendencias observadas por la academia latinoamericana de investigadores de las ciencias de la comunicación, advirtieron la importancia del pensamiento de McLuhan. Eulalio Ferrer publicó algunos ensayos de McLuhan en los *Cuadernos de Comunicación*.¹⁰

En los primeros años de la década de 1990, la acelerada masificación de internet propició las condiciones necesarias que permitieron reinstalar en el primer plano del imaginario comunicológico mundial el legado de Marshall McLuhan. En 1993 la revista *Wired* designó a McLuhan “santo patrón del mundo feliz de la tecnología, el arte y la comunicación” (Harrocks, 2000, p. 13). Bill Gates, dueño de Microsoft y hoy el hombre más rico del mundo, en el libro *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system* (1999),¹¹ afirmó que internet, extranet e

¹⁰ En agosto de 1976, en el número 14 de *Cuadernos de Comunicación* fue publicado el ensayo “El norteamericano Extrovertido”, de Marshall McLuhan.

¹¹ En castellano: Los negocios @ la velocidad del pensamiento. La utilización de los sistemas nerviosos digitales.

intranet son el sistema nervioso digital de las organizaciones.¹² En años recientes algunas comunidades en internet han convertido a McLuhan en obligada referencia y objeto de culto. De acuerdo con Harrocks: “Para la nueva generación de académicos, periodistas y hackers suele calificarse el legado de McLuhan como si se tratara de una herencia religiosa o profética”. Alan Kay¹³ afirmó que gracias a la influencia de McLuhan, y particularmente a través de la lectura de *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* fue capaz de comprender a las computadoras como medios (Johnson, 1997). Además algunos de los más destacados discípulos de Marshall McLuhan publicaron libros y artículos sobre el fundador de la ecología de los medios en algunos de las principales publicaciones científicas de la comunicación. Paul Levinson declaró con acierto: “Los esbozos para comprender nuestra era digital estaban en el estante de los libros de McLuhan” (Harrocks, 2004, p. 13). Robert Logan¹⁴ afirmó que McLuhan fue internet en la década de 1960: “Hombre, él entendió internet. Él fue internet en la década de 1960. Finalmente, el mundo se puso a su altura” (Harrocks, 2004, p. 11).

En la biografía de Marshall McLuhan, que se puede consultar en el portal *Infoamérica* [<http://www.informerica.org>], iniciativa del destacado catedrático español Bernardo Díaz Nosty, se reconoce a McLuhan como formidable visionario de la sociedad de la información:

Considerado como un visionario y profeta de la comunicación del siglo xx, cuya gran proyección pública contribuyó a la divulgación de la reflexión sobre los medios como fenómeno central de la modernidad. Sus reflexiones e intuiciones, sus provocaciones y extravagancias intelectuales estimularon el debate académico y sacaron al espacio público la importancia adquirida por las nuevas extensiones tecnológicas de la comunicación y de los medios. Muchas de sus obras se convirtieron en “best-sellers”, como *El medio es el mensaje*, *La Galaxia*

¹² McLuhan reconoció que la tesis relativa a que las tecnologías electrónicas son extensiones del sistema nervioso central, procedió del teólogo francés Teilhard de Chardin.

¹³ Alan Kay (1940-) concibió las computadoras Laptop y es considerado supremo arquitecto del lenguaje de programación Smalltalk, desarrollado por miembros del Grupo de Investigación del Aprendizaje (GIA) en el Centro de Investigación de Xerox, en Palo Alto, California. Actualmente es (socio-colaborador) de Hewlett Packard y presidente del Instituto Viewpoints Research.

¹⁴ Robert Logan (1939-) reconocido experto en temas de ecología de medios. Uno de los más destacados discípulos de Marshall McLuhan. Miembro de la segunda generación de la llamada Escuela de Toronto.

Gutenberg, Guerra y paz en la aldea global, Comprender los medios de comunicación, La aldea global, etc. El pensamiento de McLuhan, desconsiderado o combatido desde diversas posiciones académicas, resiste el paso del tiempo y anticipa muchas de las claves que enunciaron y describieron, décadas después, la sociedad de la información e, incluso, el ciberespacio.¹⁵

McLuhan fue un adelantado incomprendido, como atinadamente ha señalado Piscitelli. Un disidente y un autor controvertido en una década particularmente propensa lo mismo a las utopías que a las críticas totales. En los próximos años será indispensable reubicar su pensamiento —complejo y holístico— más allá de las fronteras teórico-conceptuales de las ciencias de la comunicación, incluyéndolo en el imaginario de una ingeniería social posible (Galindo) aún por construir, en la cual el papel de los medios y las tecnologías será fundamental. Un total de nueve universidades concedieron a McLuhan doctorados honoris causa: University of Windsor (1965), Assumption University (1966), University of Manitoba (1967), Simon Fraser University (1967), Grinnell University (1967), St. John Fisher College (1969), University of Alberta (1971), University of Western Ontario (1972), University of Toronto (1977).¹⁶

La ecología de los medios

Además de Marshall McLuhan, algunos de los principales referentes teóricos e intelectuales de la ecología de los medios son: Neil Postman, Harold Innis, Walter Ong, Lewis Mumford, Jacques Ellul, Elizabeth Eisenstein, Eric Havelock, Edmund Carpenter, Jack Goody, Lance Strate, Joshua Meyrowitz, Jay Bolter, Richard Grusin, Robert Logan, James Carey, Eric McLuhan, Douglas Rushkoff, Derrick de Kerckhove y Paul Levinson.¹⁷ Neil Postman (1931-2003), uno de los más destacados discípulos de Marshall McLuhan, también considerado uno de los pilares en la *Media Ecology*, definió así el objeto de estudio de la ecología de los medios:

¹⁵ Véase: <http://www.infoamerica.org/teoria/mcluhan1.htm> Fecha de consulta: 14 de abril de 2013.

¹⁶ Véase: http://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan#cite_note-0 Fecha de consulta: 11 de julio de 2013.

¹⁷ Un interesante compendio de textos seminales en ecología de los medios puede ser consultado en el sitio web de la Media Ecology Association. Véase: http://www.media-ecology.org/media_ecology/readinglist.html

Media Ecology looks into the matter of how media of communication affect human perception, understanding, feeling, and value; and how our interaction with media facilitates or impedes our chances of survival. The word ecology implies the study of environments: their structure, content, and impact on people. An environment is, after all, a complex message system which imposes on human beings certain ways of thinking, feeling, and behaving. It structures what we can see and say and, therefore, do. It assigns roles to us and insists on our playing them. It specifies what we are permitted to do and what we are not. Sometimes, as in the case of a courtroom, or classroom, or business office, the specifications are explicit and formal. In the case of media environments (e.g., books, radio, film, television, etc.), the specifications are more often implicit and informal, half concealed by our assumption that what we are dealing with is not an environment but merely a machine. Media ecology tries to make these specifications explicit. It tries to find out what roles media force us to play, how media structure what we are seeing, why media make us feel and act as we do. Media Ecology is the study of media as environments.¹⁸

Robert Logan, destacado discípulo de McLuhan y miembro de la segunda generación de la Escuela de Toronto,¹⁹ ofrece una interesante definición de ecología de los medios, partiendo de los conceptos ecología y medios:

¹⁸ “La ecología de los medios analiza cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación y el valor, y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Un ambiente es un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, sentir y actuar. Estructura lo que podemos ver y decir y, por consiguiente, hacer. Asigna roles e incide en el ejercicio de los mismos. Especifica qué podemos y qué no podemos hacer. En algunas ocasiones, como es el caso de un tribunal, un salón de clases, o una oficina, las especificaciones son formales y explícitas. En el caso de ambientes mediáticos (libros, radio, cine, televisión, etc.), las especificaciones por lo general son implícitas e informales, parcialmente ocultas, por el supuesto de que no estamos tratando con un ambiente sino simplemente con una máquina. La ecología de los medios pretende hacer explícitas estas especificaciones tratando de encontrar qué roles nos obligan a desempeñar los medios, cómo los medios estructuran lo que estamos viendo, y la razón por la cual estos nos hacen sentir y actuar de la manera en que lo hacemos. La ecología de los medios es el estudio de los medios como ambientes”. Traducción libre de Ericka Minera. Véase Neil Postman. *What is Media Ecology?* (¿Qué es la Ecología de los Medios?). Disponible en: http://www.media-ecology.org/media_ecology/ Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2012.

¹⁹ Entre los principales miembros de la primera generación de la llamada Escuela de Toronto destacan: Harold Innis, Eric Havelock y Ted Carpenter. En la segunda generación participaron Quentin Fiore, Kathy Hutchon, Eric McLuhan, Barrington Nevitt, Harley Parker, Bruce Powers y Wilfred Watson.

Traditionally, an ecological system or ecosystem refers to a biological system consisting of a natural physical environment and the living organisms inhabiting that physical environment as well as the interactions of all the constituents of the system. A media ecosystem is defined in analogy with a traditional biological ecosystem as a system consisting of human beings and the media and technology through which they interact and communicate with each other. It also includes the languages with which they express and code their communication (...) Language and technologies mediate and create environments like media. Media and languages are both techniques and tools just like any other form of technology. Media and technologies are languages of expression, which like a language communicate information with their own unique semantics and syntax. Given these overlaps, we claim that the ecological study of media cannot be restricted to narrowly defined media of communication but must also include technology and language and the interactions of these three domains, with together form a media ecosystem. (Logan, 2010, pp. 33-34)²⁰

Fernando Gutiérrez, director del Departamento de Comunicación y Arte Digital del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, y miembro del comité directivo de la Media Ecology Association (MEA), ofrece una inteligente explicación del objeto de estudios de la ecología de los medios:

La ecología de los medios es una metadisciplina que se encarga del estudio de un conjunto complejo de relaciones o interrelaciones entre símbolos, los medios y la cultura. La palabra ecología implica el estudio de los ambientes y sus

²⁰ “Tradicionalmente, un sistema ecológico o ecosistema se refiere a un sistema biológico que consiste en un medio ambiente natural físico y los organismos vivos que habitan en ese entorno físico, así como las interacciones de todos los componentes del sistema. Un ecosistema de medios se define, en analogía con un ecosistema biológico tradicional, como un sistema formado por los seres humanos y los medios de comunicación y la tecnología a través del cual interactúan y se comunican entre sí. También incluye las lenguas con las que expresar y codificar la comunicación (...). Lengua y tecnologías de mediar y crear ambientes como los medios de comunicación. Medios y lenguajes son ambas técnicas y herramientas, como cualquier otra forma de tecnología. Medios de comunicación y tecnologías son lenguajes de expresión, que al igual que una información se comunican con lenguaje de su semántica y la sintaxis propia y única. Dadas estas coincidencias, podemos afirmar que el estudio ecológico de los medios de comunicación no se puede restringir a los medios de comunicación en sentido estricto sino que también debe incluir la tecnología y el lenguaje y las interacciones de estos tres ámbitos, que juntas forman un ecosistema de medios”.

interrelaciones: contenido, estructura, e impacto social. Un ambiente mediático es aquel que deriva de las interrelaciones entre el hombre y las distintas tecnologías de comunicación como: libros, radio televisión, internet. La ecología mediática se refiere al estudio de las técnicas, modos de información y códigos de comunicación como parte principal de un ambiente interrelacionado que proyecta diferentes efectos en un contexto determinado.²¹

La ecología de los medios centra su atención en el impacto cultural de las tecnologías —incluyendo por supuesto a los medios de comunicación— en los cambios históricos. De acuerdo con Marshall McLuhan, podemos identificar tres grandes edades comunicativas y en cada una de ellas reconocer la supremacía de algún medio de comunicación. La primera era —preliteraria o tribal— comprende hasta la invención del alfabeto;²² en la segunda edad —La Galaxia Gutenberg o la Edad Mecánica—, la supremacía correspondió a la palabra impresa; en la tercera dominó la electricidad. Marshall McLuhan además destacó tres innovaciones tecnológicas fundamentales en la historia de la humanidad: la invención del alfabeto fonético, que sacó al hombre tribal de su equilibrio sensitivo y le dio dominio al ojo sobre los otros sentidos; la introducción de la imprenta de tipos móviles en el siglo XVI, que aceleró este proceso, y la invención del telégrafo, en 1844, que anticipó la profunda revolución de la electrónica.

Robert Logan (2010), destacado discípulo de McLuhan, señala la necesidad de incorporar dos edades comunicativas (el período preverbal y la edad digital) a las tres edades comunicativas propuestas por Marshall McLuhan, para sumar un total de cinco edades comunicativas. Logan advierte que un extenso período preverbal antecedió a la era preliteraria o tribal. Según él, hubo una comunicación en el género homo antes de la comunicación con la voz, que consistía en vocalizaciones preverbales (gruñidos, gritos, risas, gritos y gemidos) e incluía las señas hechas

²¹ Véase: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/varia/oislas.htm> Fecha de consulta: 11 de abril de 2013.

²² La invención del alfabeto fonético permitió el desarrollo de lenguajes. El hombre accedió al pensamiento abstracto, afirmándole como ser simbólico, accediendo así a nuevas posibilidades evolutivas. La evolución de los principales rasgos del lenguaje —refiere Rafael Alberto Pérez— “un extenso léxico y un conjunto de reglas gramaticales, parece estar relacionada con el segundo momento de la expansión del cerebro, que tuvo lugar entre 500.000 y 200.000 años. Robin Dumbar (1993) puntualiza que las bases para la capacidad lingüística tuvieron que aparecer en los albores de la evolución del género Homo, hace al menos 250.000 años” (Pérez, 2001, p. 282).

con las manos, los gestos faciales y lenguaje corporal. “We can therefore define the mimetic age as the time of preverbal communication before the emergence of speech”²³ (Logan, 2010, p. 29). En el cuadro 1 podremos advertir algunas de las principales características que Logan identifica en las estructuras de pensamiento miméticas, orales y literarias.

Cuadro 1. Principales características de las estructuras de pensamiento miméticas, orales y literarias

Mimética	Oral	Literaria
Simultáneo	Secuencial	Secuencial y lineal
Todo lo abarca	Todo lo abarca	Fragmentado
Concreto, experiencia, esto es, perceptual	Conceptual	Conceptual y abstracto
Instintivo	Intuitivo	Racional
Misterioso	Místico	Causal
Condicionado/inductivo	Inductivo	Deductivo
Generalista	Alguna especialización	Especializado
Táctil/acústico	Más acústico/menos táctil	Visual

Fuente: Logan, 2010.

Con respecto a la segunda edad comunicativa propuesta por Logan (la edad digital), afirma: “The second communication era I wish to add arises by making a distinction or recognizing the bifurcation between electric mass media and digital interactive communication, which we have identified as “new media”.²⁴ Sin embargo, debemos tener presente que Marshall McLuhan anticipó una edad posteléctrica, a la cual incluso designó como *Information Age* en el libro *Understanding media. The extensions of man*, cuya primera edición fue publicada en 1964. Logan señala que los medios de comunicación analizados por McLuhan en la edad eléctrica, comprendieron de mediados del siglo XIX a mediados del siglo XX:

²³ “Por tanto, podemos definir la edad mimética como el tiempo de comunicación preverbal antes de la emergencia del habla”.

²⁴ “La segunda era de la comunicación que deseo añadir surge al hacer una distinción o reconocimiento de la bifurcación entre los medios de comunicación de masas eléctricas y de comunicación digital interactiva, que hemos identificado como nuevos medios de comunicación”.

Neither Harold Innis nor Marshall McLuhan lived long enough to see either the personal computing revolution brought about by microcomputers, the Internet, and the World Wide Web. McLuhan was aware of mainframe computers and automation, which he analyzed in the last chapter of UM. He did not explicitly distinguish between the various phases of electric information age; however, rather he tended to treat all electric forms of information uniformly. He lumped together a number of separate and distinct breakthroughs perhaps because each involved the electric speedup of information. (Logan, 2010, p. 30)²⁵

Efectivamente, la muerte de Marshall McLuhan —ocurrida durante la noche vieja de 1980—, antecedió a la expansión de la industria de la televisión por cable, la satelital, y al desarrollo mismo de internet: “We had yet to see the vast proliferation of cable TV, and we had just witnessed the birth of the now ubiquitous personal computer and Cds. The World Wide Web, browsers and dot-com companies were all in the future” (Federman y de Kerckhove, 2003, p. xiii).²⁶

En su segundo libro, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, McLuhan²⁷ analizó el tránsito a la Edad Mecánica, período que comprendió desde la difusión de la imprenta en la Europa de la modernidad, hasta las primeras décadas del siglo XIX, cuando el telégrafo transformó la amplitud y el devenir de la historia,²⁸ anticipando el advenimiento de la Edad Eléctrica. Al igual que Harold

²⁵ “Ni Harold Innis ni McLuhan Marshall vivieron lo suficiente para ver bien la revolución de la computación personal provocada por microcomputadoras, Internet y la World Wide Web. McLuhan estaba al tanto de los ordenadores centrales y automatización, que analizó en el último capítulo de la UM. Él no distinguió explícitamente entre las diversas fases de edad de la información eléctrica, sin embargo, más bien tendía a tratar todas las formas eléctricas de información de manera uniforme. Se agrupan una serie de avances separados y distintos tal vez debido a que está implicado el aumento de velocidad eléctrico de la información”.

²⁶ “Aún no había visto la enorme proliferación de la televisión por cable, y acababa de presenciar el nacimiento de la computadora personal ahora ubicua y Cds. La World Wide Web, los navegadores y las empresas puntocom estaban todos en el futuro”.

²⁷ El segundo libro de Marshall McLuhan fue publicado en castellano con el título *La galaxia de Gutenberg. La génesis del hombre tipográfico*.

²⁸ Desde la perspectiva de la ecología de los medios, Robert Logan emprende un exhaustivo análisis sobre la importancia del alfabeto en el desarrollo de las civilizaciones occidentales en el libro *The Alphabet Effect. A Media Ecology understanding of the Making of Western Civilization (El efecto del alfabeto. Entender desde la Ecología de los Medios la construcción de la civilización occidental)*.

Innis, McLuhan consideró a la palabra impresa como arquitecta del nacionalismo. Sobre los efectos ecológicos de la imprenta, McLuhan señaló:

Como cualquier otra extensión del hombre, la tipografía tuvo consecuencias mentales y sociales que cambiaron de repente los anteriores límites y patrones culturales (...) El alfabeto [y su extensión en la tipografía] hizo posible la difusión del poder que es el saber y rompió las ataduras del hombre tribal, haciéndolo estallar en una aglomeración de individuos. (McLuhan, 1996, p. 184)

En su tercer libro, *Understanding media. The extensions of man*, McLuhan analizó el tránsito a la Edad Mecánica a la Edad Eléctrica, reflexionando en torno a algunos de los medios y tecnologías distintivas en ambos períodos históricos, como el alfabeto y la imprenta en la Edad Mecánica, y el telégrafo, la radio, el cine, el teléfono y la televisión en la Edad Eléctrica. McLuhan afirmó que el papel que desempeñó el telégrafo fue determinante en la transición de la Edad Mecánica a la Edad Eléctrica. Gracias al telégrafo —afirmó McLuhan— el hombre consiguió extender por primera vez su sistema nervioso central fuera de sí:

El telégrafo revolucionó por completo los métodos de obtención y presentación de las noticias (...) Así, en 1844, año en el que se jugaba al ajedrez y a la lotería con el primer telégrafo estadounidense, Soren Kierkegaard publicó *El concepto de la angustia*. Había empezado la edad de la ansiedad. Con el telégrafo, el hombre había iniciado aquella extensión o exteriorización del sistema nervioso central que ahora se acerca a la extensión de la conciencia mediante la retransmisión por satélite. (McLuhan, 1996, p. 260)

Marshall McLuhan no vivió, por supuesto, el boom de las computadoras personales. Sin embargo, en 1964, en las primeras líneas del libro *Understanding media. The extensions of man*, fue capaz de anticipar el advenimiento de internet:²⁹

Tras tres mil años de explosión, mediante tecnologías mecánicas y fragmentarias, el mundo occidental ha entrado en implosión. En las edades mecánicas extendimos nuestro cuerpo en el espacio. Hoy, tras más de un siglo de tecnolo-

²⁹ Federman y de Kerckhove destacan: “The ghost of MnLuhan haunts the entire Internet revolution” (Federman y de Kerckhove, 2003).

gía eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación. (1996, pp. 24-25)³⁰

A cada una de las edades comunicativas corresponde un determinado ritmo informacional. En las primeras edades la información circulaba muy lento. En aquellos días se vivía en la inmediatez del presente (Pérez, 2001). La transmisión de capacidades comunicativas y conocimientos que hoy consideramos básicos e inherentes al ser humano —el lenguaje, por ejemplo—, en realidad fue una tecnología cuyo desarrollo tomó miles de años. Las reacciones naturalmente resultaban tardías. En la Edad Media, el desarrollo de las comunicaciones y los sistemas de transporte incrementaron significativamente la velocidad en la circulación de la información. El hombre empezó a disponer de un mayor número de alternativas posibles. En la Edad Eléctrica la información circuló aun mucho más rápido. Por ello McLuhan recuperó a Soren Kierkegaard para designar a la Edad Eléctrica como la “Edad de la Ansiedad”:

En la edad mecánica, ahora en recesión, podían llevarse a cabo muchas acciones sin demasiada preocupación. El movimiento lento aseguraba que las reacciones iban a demorarse durante largos períodos de tiempo. Hoy en día, la acción y la reacción ocurren casi al mismo tiempo. De hecho, vivimos mítica e íntegramente, por decirlo así, pero seguimos pensando con los antiguos y fragmentados esquemas de espacio y tiempo propios de la edad preeléctrica. La tecnología de la escritura proporcionó al occidental la capacidad de acción sin reacción (...) En la edad eléctrica, en la que nuestro sistema nervioso se ha extendido tecno-

³⁰ Federman y de Kerckhove advierten extraordinarios paralelismos entre McLuhan e Internet: “McLuhhan’s mind functioned like the Web. He would associate, link, relate and draw analogies between ideas, observations and notions as far apart as satellites, the genetic code and the comic strip.” (Federman y de Kerckhove, 2003, p. 9). “La mente de McLuhan funcionaba como la Web. Él asociaba, enlazaba, relacionaba y establecía analogías entre las ideas y entre observaciones e ideas tan distantes como los satélites, el código genético y el cómic”.

lógicamente hasta implicarnos con toda la humanidad e incorporarla toda en nuestro interior, participamos necesaria y profundamente de las consecuencias de todos nuestros actos. (1996, p. 26)

La velocidad instantánea del movimiento de información –sostiene McLuhan– procede precisamente del telégrafo (McLuhan, 1996, p. 257). En la Edad de la Información, esta circula aun más rápido que en la Edad Eléctrica, y ello es posible en buena medida gracias a internet.³¹ Si en la Edad Mecánica fue posible acceder a la secuencialidad, en la Edad de la Información hemos accedido gracias a internet a la *instantaneidad absoluta*.

McLuhan sostenía que “el contenido de todo medio es otro medio” (1996, p. 30). Es posible afirmar que tan aguda tesis anticipó la convergencia mediática y admite ser considerado como principio explicativo de las narrativas transmedia. En 1962, en *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, McLuhan advirtió los efectos posibles de la convergencia al afirmar: “Si una nueva tecnología extiende uno o más de nuestros sentidos fuera de nosotros en un mundo social, aparecen en esa cultural particular nuevas proporciones entre todos nuestros sentidos” (1985, p. 56). En 1964, en la primera edición del libro *Understanding media. The extensions of man*, McLuhan abordó la convergencia mediática, designándola con el término “concentricidad”. La concentricidad, afirmó McLuhan, “con su infinita intersección de planos, es necesaria para la comprensión intuitiva (...) ya que ningún medio tiene sentido o existe a solas, sino solamente en interacción constante con otros medios” (1996, p. 46). Henry Jenkins, reconocido investigador en la Universidad del Sur de California, en Annenberg, y autor del libro *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* —obligado referente en el tema de narrativas transmediáticas e hipermediaciones— definió así el término convergencia:

Con *convergencia* me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y

³¹ Atento a ese fenómeno, Bill Gates, fundador de Microsoft, en su libro *Business @ the speed of thought. Using a Digital Nervous System* (1999) (*Los negocios a la velocidad del pensamiento. Usando un Sistema Nervioso Digital*), incorporó dos importantes tesis de McLuhan: el impacto de la velocidad con la cual circula la información y el desarrollo de los sistemas nerviosos que han trascendido fuera del hombre.

el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. Convergencia es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose. (2008, p. 14)

El desarrollo de nuevos medios de comunicación favorece el desarrollo de nuevos ambientes mediáticos, que gestan ecologías culturales emergentes. Según McLuhan, solo es posible que la mayoría de las personas perciban un nuevo ambiente mediático, creado por una nueva tecnología, en el momento en que otra nueva tecnología llega, procediendo a modificarlo. El ambiente anterior se vuelve visible mientras el nuevo se torna invisible para los usuarios de la nueva tecnología. Por ello —sostenía McLuhan— la visión de la mayoría de las personas siempre está un paso atrás del cambio tecnológico.

Los artistas, sin embargo, suelen inferir y anticipar el advenimiento de los nuevos ambientes mediáticos. McLuhan sostenía que si entendemos las revolucionarias transformaciones causadas por los medios, podremos anticiparlas y controlarlas. En cambio, si permanecemos inmersos en el trance subliminal que suelen producir las nuevas tecnologías, siempre seremos esclavos de los efectos tecnológicos. El proceso de invisibilidad-visibilidad de los ambientes comunicativos no es automático, y dependiendo de su complejidad, incluso puede desbordar a observadores expertos.

En años recientes, la evolución de internet ha impuesto profundas transformaciones en la ecología cultural de las sociedades contemporáneas, modificando incluso los elementos que ayer permitían comprender la dinámica del proceso comunicativo, desplegando nuevos horizontes reflexivos, incrementando significativamente la complejidad resultante. Sin duda alguna, McLuhan admite ser considerado como un pensador complejo.

Referencias bibliográficas

- Benassini, C. Orígenes y desarrollos recientes de Sociedad de la Información. Una introducción al pensamiento de Norbert Wiener, Marshall McLuhan y Daniel Bell. En: Rebeil, M. (Coord.). *Anuario XIV CONEICC*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, pp. 119-146.
- Bilandzic, H. (2012). *The social use of media. Cultural and social scientific perspectives on audience research*. Chicago: Intellect Bristol U.K.

- Bolter, J., y Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. USA: The MIT Press.
- Buendía, M. (2003). *El ejercicio periodístico*. México: Fundación Manuel Buendía-Gobierno del estado de Puebla.
- Caro, A., e Islas, O. (2008). *Second Life*. México: Alfa-omega.
- Casey, Man Kong Lum (Primavera de 2000). "The Intellectual Roots of Media Ecology". *The New Jersey Journal of Communication*, 8(1), 1-8.
- Cazeneuve, J. (1981). *La sociedad de la ubicuidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Crosby, H., and Bond, G. (Eds.) (1968). *The McLuhan Explosion*, New York: American Book Company.
- Day, B. (1967). *The Message of Marshall McLuhan*. London: Lintas.
- DeMott, B. (1967). Against McLuhan. En: Stearn, G. (ed.). *Hot and Cool A Critical Symposium*. New York: The Dial Press.
- Dertouzos, M. (2001). *The unfinished revolution. Human-centered computers and what they can do for us*. New York: Harper Collins.
- Duffy, D. (1969). *Marshall McLuhan*. Toronto: McClelland and Stewart.
- Federman, M. y de Kerckhove, D. (2003). *McLuhan for managers. New tools for new thinking*. Canadá: Viking Canada.
- Fernández, C., y Sampieri, R. De la torre de control a la torre de marfil. En: *Razón y Palabra*. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/MarshallMcLuhan_DeLaTorreDeMarfilALaTorreDeControl.PDF
- Finkelstein, W. (1968). *Sense and Nonsense of McLuhan*. New York: International Publishers.
- Friedman, T. (2006). *La Tierra es plana. Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. España: Martínez Roca.
- Fuller, M., y Goffey, A. (2012). *Evil Media*. USA: MIT Press.
- Gates, B. (1999). *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*. USA: Warrner Books.
- Godin, S. (2008). *Tribes. We need you to lead us*. USA: Portfolio.
- Goody, J. (1977). *The Domestication of the Savage Mind*. Cambridge, England and New York: Cambridge University Press.
- Gordon, W.T. (1988). *Marshall McLuhan. Escape into Understanding: the Authorized Biography*. USA: Basic Books.
- Gordon, W.T. (2003). *Understanding media: the extension of man. Critical edition*. Germany: Ginko Press.
- Gordon, W.T. (2010). *McLuhan*, USA: Continuum.

- Gordon, W.T. (2010). *McLuhan. A Guide for the Perplexed*, USA: Continuum.
- Gordon, W.T, y Willmarth, S. (1988). *McLuhan para principiantes*. Argentina: Era Naciente NRL.
- Harrocks, C. (2004). *McLuhan y la realidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Infoamérica. <http://www.infoamerica.org/teoria/mcluhan1.htm> Fecha de consulta: 20 de junio de 2013.
- Innis, H. (1950). *Empire and Communications*. Oxford: Clarendon Press.
- Innis, H (1951). *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Islas, O. y Benassini, C. (2012). *Conocer y pensar a McLuhan*. España: Cuadernos Artesanos de Latina.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Johnson, S. (1997). *Interface culture: How new technology transforms the way we create and communicate*. New York: Harper Collins.
- Karam, T. (enero-diciembre 2011). Tres viñetas en el centenario de McLuhan. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, VIII(14-15), 118-129.
- Kong, C. (2006). *Perspectives on culture, technology and communication*. USA: Hampton Press.
- Kroker, A. (1985). *Technology and the Canadian Mind: Innis/McLuhan/Grant*. New York: St. Martin's.
- Lessig, L. (2006). *CODE Version 2.0*. New York: Basic Books.
- Levinson, P. (1997). *The soft age. A natural history ad future of the information revolution*. London: Routeledge.
- Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan. A guide to the information millennium*. New York: Routledge.
- Logan, R. (2004). *The alphabet effect. A Media Ecology understanding of the making of Western Civilization*. USA: Hampton Press.
- Logan, R (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, USA: Peter Lang Publishing.
- Marchand, P. (1989). *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*. New York: Ticknor & Fields.
- Marques de Melo, J. (2007). *Entre el saber y el poder. Pensamiento comunicacional latinoamericano*. México: UNESCO.
- Mattelart, A. (2000). *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Siglo XXI.

- McLuhan, M. (1969). *Counterblast*. Toronto: McClelland and Stewart.
- McLuhan, M. (1970). *Culture Is Our Business*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, M. (agosto de 1976). El norteamericano extrovertido. *Cuadernos de Comunicación*, 14, 17-21.
- McLuhan, M. (1998). *La Galaxia Gutenberg. Génesis del homo typographicus*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós Comunicación.
- McLuhan, M. (2002). *The Mechanical Bride: Folklore of industrial man*. USA: Ginko Press.
- McLuhan, M. (2004). *Understanding me. Lectures and interviews*. USA: The MIT Press.
- McLuhan, M. (2005). *Marshall McLuhan Unbound*. California: Ginko Press.
- McLuhan, M., y Carson, D. (2003). *The book of probes*. New York: Ginko Press.
- McLuhan, M y Carpenter, E. (1970). *Explorations in Communications*. London: Cape.
- McLuhan M., y Fiore, Q. (1968). *War and Peace in the Global Village*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan M., y Fiore, Q. (1987). *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, M., y McLuhan, E. (1990). *Las leyes de los Medios. La Nueva Ciencia*. México: Alianza.
- McLuhan M., y McLuhan, E. (2011). *Media and formal cause*. Houston: NeoPoiesis Press.
- McLuhan, E., y McLuhan, M. (2011). *Theories of Communication*. USA: Peter Lang P.
- McLuhan M., McLuhan, E., y Hutchcon, K. (1977). *The City As Classroom*. Agincourt, Ontario: Book Society of Canada.
- McLuhan M., y Nevitt, B. (1972). *Take Today: The Executive As Dropout*. New York: Harcourt Brace.
- McLuhan, M., y Parker, H. (1968). *Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting*. New York: Harper.
- McLuhan, M., y Watson, W. (1970). *From Cliché to Archetype*. New York: Viking Press.
- Media Ecology Association. http://www.media-ecology.org/media_ecology/ Fecha de consulta: 23 de junio de 2013.
- Miller, J. (1971). *McLuhan*. New York: Viking Press.
- Monsiváis, C. (1988). *Días de Guardar*. México: Era.
- Pavlik, J. (1998). *New Media Technology. Cultural and commercial perspectives*. MA: Allyn & Bacon.

- Pérez, R. (2001). *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Postman, N. (1986). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. New York: Penguin.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*. New York: Knopf.
- Postman, N., y Weingartner, C. (1969). *Teaching as a Subversive Activity*. New York: Delacorte.
- Postman, N. *Cinco cosas que necesitamos conocer acerca del cambio tecnológico*. Ponencia presentada en el Congreso Internacional sobre Nuevas Tecnologías y Persona Humana: Comunicando la fe en el Nuevo Milenio. Denver, Colorado. Disponible en <http://itrs.scu.edu/tshanks/pages/Comm12/12Postman.htm>. Fecha de consulta: 16 de junio de 2013.
- Rheingold, H. (2002). *Smart MOBS. The next social revolution*. USA: Perseus Books.
- Rosenthal, R. (Ed.) (1968). *McLuhan: Pro and Con*, USA: Funk and Wagnalls.
- Rushkoff, D. (2006). *ScreenAgers. Lessons in Chaos from Digital Kids*. New Jersey: Hampton Press.
- Rushkoff, D. (2013). *Present shock. When everything happens now*. New York: Current.
- Sanderson, F., y Macdonald, F. (1989). *Marshall McLuhan: The Man and His Message*. Colorado: Fulcrum.
- Strate, L., Jacobson, R & Gibson, S. (Eds.) (2003). *Communication and Cyberspace. Social Interaction in an electronic environment*. USA: Hampton Press.
- Strate, L. (2004). A Media Ecology Review. En: *Communication Research Themes*. Centre for the study of Communication and Culture, 23(2), 3-39.
- Surowiecki, J. (2005). *The wisdom of crowds*. New York: Anchor Books.
- Tabachnick, E. (2013). *The great reversal. How we let technology take control of the planet*. Toronto: University of Toronto Press.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital. The rise of the Net Generation*. USA: McGraw-Hill.
- Tapscott, D. & Williams, A. (2007). *Wikinomics. How mass collaboration changes everything*. USA: Portfolio.
- Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México: Edivisión.
- Toffler, A., y Toffler H. (2006). *La revolución de la riqueza*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Theall, Donald F. *The Medium Is the Rear View Mirror: Understanding McLuhan*. Montreal: McGill-Queens University Press, 1971.
- Wolfe, T. (1975). *The New Journalism*. USA: EW Johnson.

Narrativa transmídia e sua influência em processos comunicacionais

Vicente Gosciola*

Introdução

O público do cinema, vídeo e televisão convencionais tem praticamente a mesma configuração do público de produtos audiovisuais pertencentes a projetos de narrativa transmídia. Isso porque o cinema, o vídeo e a televisão se apropriam de toda nova tecnologia e toda nova forma expressiva assim que elas surgem. E não seria diferente com as narrativas transmídias. A rede mundial de comunicação on-line tem a seu favor, além de ligar milhares de pessoas simultaneamente, a característica de agregar meios de comunicação, integrando-os e ampliando-lhes o potencial comunicacional.

Os meios audiovisuais estão on-line e acessíveis em dispositivos fixos ou móveis, até mesmo para ver vídeos em longa-metragem. Com tanta oferta à disposição do espectador, o cinema se vê diante de múltipla concorrência. Os modelos de comunicação e mercado estão em transformação, principalmente porque os hábitos do público estão mudando. Um modelo que vem ampliando sua presença na cultura em geral é a narrativa transmídia. Narrativa Transmídia tem como fundamento em sua composição a integração de meios de comunicação ou convergência de plata-

* Pos-doctor por la Universidad de Algarve-CIAC, Portugal. Doctorado en Comunicaciones por la PUC-SP. Máster en Ciencias de la Comunicación por la ECA-USP. Profesor Titular del Programa de Postgrado en Comunicación por la Universidad Anhembi Morumbi, São Paulo, Brasil. Es profesor, investigador, consultor, director y autor en los siguientes temas: narrativa transmedia, alternate reality game-ARG, cine, hipermedia, narrativa interactiva, nuevos medios, nuevas tecnologías, tecnología y el estilo fílmico, televisión digital interactiva, video, web TV. vicente.gosciola@gmail.com, <http://lattes.cnpq.br/5946402698411270>

formas, como vem sendo chamada. Entre os postulados dos mais diversos autores que tentam definir o conceito, há o consenso de que a narrativa transmídia é uma grande história dividida em partes que são distribuídas entre diferentes mídias, sendo que cada mídia faz, a seu modo, sua contribuição para história como um todo. Desse modo, a narrativa transmídia constrói uma experiência coordenada e unificada de entretenimento. Leva em conta a singularidade de cada mídia de modo a potencializar a expressividade particular a cada parte da história.

O projeto estruturado pela narrativa transmídia estabelece, primeiramente, o roteiro e a sua divisão em partes; em seguida define quais plataformas receberão quais partes do roteiro; e, finalmente, determina quanto tempo cada plataforma ficará à disposição do público e como ele poderá participar das e/ou articular as narrativas. Em alguns casos, a cultura colaborativa – a participação do público na produção parcial do conteúdo – está também relacionada à narrativa transmídia. Além de *Matrix*, *A Bruxa de Blair* e *Heroes*, há outros exemplos de produção transmídia bem sucedidos que, igualmente aos já citados, envolvem uma pré-produção mais abrangente, mas a estratégia de dividir uma história em partes e distribuí-las por diversas plataformas é realmente muito antiga.

As religiões sempre fizeram a divulgação de seus preceitos e históricos dessa maneira, assim como a política seja em qualquer regime que for, mas um exemplo muito interessante é do teatro na Grécia antiga. Muitas peças eram reencenadas ano após ano. Muitas vezes alguém da plateia era convidado a substituir um ator e assumir a sua personagem. O efeito era de transformar a peça em algo cada vez mais próximo da essência da condição humana, que é o que faz delas tão atuais até hoje.

E, como não poderia deixar de ser, vivenciamos hoje as mesmas ações de convergências de tradicionais plataformas que se transformam em novas plataformas, bem correspondente à reflexão Paul Levinson, no livro *The Edge Soft*, de 1997, onde cunha o termo *Remediação* para descrever como um meio reforma outro, como se fosse uma reinvenção para superar os limites dos meios de comunicação anteriores (Levinson, 1997, pp. 104-114). Desse pensamento veio a perfeita definição do paradigma por Jay David Bolter e Richard Grusin no livro *Remediation*, de 1999, que define a remediação como o processo de representação de uma mídia em outra. Eles entendem que a remediação pode funcionar em duas vias: mídias mais velhas podem remodelar as mais novas e vice-versa (Bolter; Grusin, 1999, pp. 54-62). Para Bolter e Grusin, o que ocorre não é a substituição de um meio por outro, mas sim um mútuo processo de reforma e remodelagem (Bolter & Grusin, 1999, p. 59), que a narrativa transmídia sabe muito bem reiterar, como observa Elizabeth Evans:

O aparecimento das práticas modernas de transmídia, e em particular a narrativa transmídia e a distribuição / engajamento, durante os primeiros anos do século XXI tem funcionado para retirar o aparelho de televisão de seu lugar como o único ponto doméstico de acesso ao entretenimento audiovisual. (Evans, 2011, p. 173)

O público da narrativa transmídia

Desde o seu início, pudemos perceber que a narrativa transmídia tem uma forte relação com a sociedade. Se pensarmos em definições como *Homo Ludens* de Johan Huizinga, que afirma “o jogo como uma característica fundamental do ser humano, presente em tudo o que acontece em sua vida” (Huizinga, 1996) ou ainda em Ernest Cassirer quando afirma que somos o *Homo Symbolicum*, pois “o ser humano usa abstrações, também chamadas de símbolos, para representar objetos e eventos de sua realidade” (Cassirer, 1997, p. 50). Até chegarmos à ideia de *Homo Media*: “aquele que não só está entre os meios de comunicação, mas interage com eles, neles interfere e por eles é influenciado” (Gosciola, 2010, p. 27). Assim, nas transmediações em novas mídias o audiovisual tende a predominar há menos projetos transmídias baseado em narrativa textual trabalha com os estímulos sensoriais da audição e da visão.

Observado o contexto, cabe agora verificar quem é o público da narrativa transmídia. Stephen Erin Dinehart afirma que ele é ao mesmo tempo um viewer, um user e um player, que ele sintetiza como VUP (Dinehart, 2006, p. 9) e que aqui podemos traduzir para EUI: espectador/usuário/interator. Sendo assim, o trabalho de roteirização de transmídias tem a atenção voltada para a característica complexa de seu público (EUIs). Em narrativa transmídia o EUI transforma a história através de: repertório próprio, habilidades cognitivas, habilidades psicológicas. O EUI é um cocriador da obra, ainda que temporariamente e sempre restrito às opções oferecidas pelo roteirista. Se verificarmos mais atentamente, poderemos entender o EUI como produtor e realizador, tal como pensou Décio Pignatari em 1969 com o seu conceito *produssumidor* (Pignatari, 2004, pp. 31-32), como a substituição do mundo do consumo pelo mundo da troca de informação. Pignatari antecipou em mais de uma década a concepção de Alvin Toffler com o *prosumer* em 1980 (Toffler, 1980, p. 11), ou mais ainda a de Bruns Axel que em 2008 definiu o mesmo com o termo *produser* (Axel, 2008, p. 2).

O poder expressivo da sociedade pela narrativa transmídia

Para compreendermos a dimensão do poder expressivo da narrativa transmídia vamos observar alguns modos de comunicação consagrados pelo tempo e pelo público. Em muitos meios de comunicação é possível perceber uma ou outra característica mais presente e mais poderosa em termos de expressividade, de força comunicativa. Por exemplo, o meio de comunicação mais presente na história registrada da humanidade: a escrita. A escrita pode ser considerada como uma mídia que nasceu visual, mas muito descritiva. Desde a escrita pictográfica, a partir de 6000 a. C., se utilizavam gráficos baseados em ideias. A escrita analítica ou ideográfica veio a seguir com palavras escritas, os hieróglifos egípcios e ideogramas chineses a partir de 3000 a. C. A escrita alfabética, dos sons, tem seu surgimento considerado na Palestina por volta de 1700 a. C., com 22 consoantes que consolidada pelos gregos em 403 a. C., com a inclusão das vogais. Ainda que em todas essas situações a escrita seja, paradoxalmente, visual, entre tantas qualidades expressivas, é notável a característica descritiva, especialmente na literatura. O suporte da literatura, papel impresso encadernado em um livro, vem sendo até hoje o espaço mais adequado entre tantas outras mídias para o detalhamento. É certo que desde o início da literatura, este meio também foi utilizado para o resumo, o recado, o poema sintético, mas é inegável que o poder de descrição que a literatura proporciona é muito presente em todas as culturas.

Assim como a literatura, o audiovisual –cinema, TV, vídeo, web video, etc.– também tem a capacidade de ser descritivo, lembremos das imagens em câmera lenta. Mas uma de suas características mais preponderantes, se não a principal, é a da concisão, muito experimentada e bem resolvida durante toda a história do cinema e da televisão. Em sua origem, o cinema não passava de descrição. Pensemos nos primeiros filmes dos irmãos Skladanowsky ou dos irmãos Lumière, 1895, o cinema ainda era descritivo, a câmera filmava durante toda a duração do rolo de filme sem interrupções. Mesmo com a genialidade de Georges Méliès que já em 1896 produzia seus filmes com interrupções durante a filmagem, a história se passava de modo contínuo. Mas já nesse início da trajetória do cinema temos as experiências com saltos de tempo, a exemplo do próprio Méliès e o seu clássico *Le voyage dans la lune* (Viagem à Lua, 1902) que impõe grandes elipses, maiores que as do próprio texto original de Jules Verne. Um elemento expressivo comum no teatro, na ópera e no cinema é a simultaneidade de narrativas em uma mesma cena. O cinema logo resolveu suas dificuldades técnicas para tanto –iluminação, sensibilidade do filme, qualidade das lentes– especialmente Jean Renoir em seus filmes a partir da década-

da de 1930, *La chienne* (A cadela, 1931), *Partie de campagne* (Um dia no campo, 1936), *La règle du jeu* (A Regra do Jogo, 1939). Um recurso de supressão do tempo é o *jump-cut*, também iniciado na década de 1930, que seriam pequenas elipses dentro de um único plano como em *Ekstase* (Êxtase, 1933) de Gustav Machatý, em que o *jump-cut* é utilizado em um plano de câmera subjetiva em *travelling in*, o resultado para quem assiste ao filme é uma aceleração do movimento acentuando visualmente o impulsivo passional da protagonista Eva Hermann (Hedy Lamarr). É factível de imediata verificação a força de concisão do cinema ao contar a saga de gerações de uma família em um longa-metragem ou da TV ao contar a vida de uma pessoa em um anúncio comercial de 30 segundos.

Se o audiovisual tem como uma de suas forças expressivas mais destacadas a concisão, as novas mídias, desde a multimídia até a hipermídia, seguem o sentido oposto e trazem a multiplicação e a complexidade dos meios e dos conteúdos. Isso porque, as novas mídias articulam os meios, integrando-os pela tecnologia digital e porque ampliam cada vez mais o seu espaço de armazenamento de dados e a sua capacidade de processamento de dados. Essa expansão de meios e de conteúdos, não teria muito sentido se as novas mídias não oferecessem a equivalência entre todos os seus elementos, sejam audiovisuais ou textuais. Isso reforça ainda mais a característica de multiplicação e a complexidade.

E amalgamando todas essas propriedades comunicacionais -descrição, concisão e multiplicação e a complexidade-, a narrativa transmídia se empenha na convergência e na coesão entre os meios e os conteúdos. Enquanto a hipermídia oferece um número incontável de conteúdos entre diversos meios e por isso mesmo pode levar o seu público a uma dispersão, a narrativa transmídia vai indiretamente atuar contra esse movimento reticular. Assim, a grande característica expressiva da narrativa transmídia é a coesão, uma força expressiva de dupla função: de atração entre narrativas que constituem uma grande história e de manutenção dessa atração. A integração dessas narrativas é oferecida por links entre todos os conteúdos e meios, certamente, mas a soma das narrativas resultando em uma grande história ocorre definitivamente na mente do seu público, como em um processo de coalescência. A grande história de uma narrativa principal, que atua como uma unidade lógica e cronológica, que permita o alinhamento coerente das reflexões por parte do público.

Relação entre narrativa transmídia e sociedade

Se o maior potencial expressivo da narrativa transmídia é a coesão, a integração entre os mais diversos percursos narrativos é possível pela ligação e pela repetição.

Os personagens reaparecem em vários meios de comunicação, bem como partes de sua história. Em cada meio a narrativa explora o que ele tem de melhor em termos de expressão de sentimentos e de comunicação.

Se a narrativa transmídia é voltada à articulação entre narrativas complementares e ligada por uma narrativa preponderante, sendo que cada uma das complementares é veiculada pela plataforma que melhor potencializa suas características expressivas, é possível que essa nova disposição de oferecer conteúdos esteja perfeitamente adequada a um público tem, hoje, um comportamento migratório ao decidir qual será a sequência narrativa e por quais plataformas. Esse comportamento migratório se dá entre as diversas mídias que tem à sua disposição, uma verdadeira multiplicação de telas, sejam elas fixas, móveis, com fio e sem fio. Há críticas pendentes que levantam a questão da viabilidade e da legitimidade em acessar conteúdos em todo lugar, de qualquer lugar, a todo o momento, como é o caso de Patrick John Coppock (2009, p. 7). Ainda assim, cabe refletir sobre a inevitável situação da total acessibilidade de conteúdos, haja vista a crescente estruturação da web em nuvens.

Nesse panorama de redes colaborativas e de comunicação instantânea, a partir da evolução dos recursos e procedimentos de comunicação, promovida principalmente pela convergência e miniaturização das mídias, em que o acesso a conteúdos e narrativas se amplia é que se verifica o ambiente perfeitamente adequado para a popularização da narrativa transmídia. Em uma primeira situação, bem inicial ao ciberespaço, que podemos chamar de Mundos Distintos, foi criado o ciberespaço com suas características digitais bem denotadas, com praticamente nenhuma relação com o espaço real e que se prestava exclusivamente a atividades do mundo virtual. Uma segunda situação, que podemos chamar de Mundos Semelhantes, o ciberespaço reproduz o espaço físico, constituindo-se apenas de uma mimetização do mundo real. Uma terceira situação, que poderia ser chamada de Mundos Misturados, caracterizada pela relação do ciberespaço com o mundo real, em que a realidade e o ciberespaço são interpervasivos. É nessa terceira situação que a narrativa transmídia tem as condições ideais de se popularizar porque os recursos computacionais e de web estão sempre à mão e em todo lugar que se vá, por serem acessíveis a diferentes tipos de dispositivos e por deslocarem para o público da narrativa transmídia o centro do sistema e de suas funções.

Nessa terceira situação é que se faz possível um tipo de jogo chamado ARG-*Alternate Reality Game*. Os ARGs são jogos que alternam realidades, dramas interativos jogados via web e nos espaços do mundo real, durando semanas ou meses, em que até centenas de jogadores participam, em redes sociais colaborativas, trabalham

juntos para resolver um mistério ou enigma que seria impossível de ser resolvido sozinho (Jenkins, 2006, p. 280). O ARG é o tipo mais completo de narrativa transmídia, há quem a chame de live transmedia storytelling. Um ARG é um jogo que, deliberadamente, torna quase que imperceptível a linha entre a ficção e a realidade (Szulborski, 2005, p. 1-17) e dilui a linha entre as experiências de dentro do e de fora do game (Gosney, 2005, p. 2). John W. Gosney complementa com a relação de elementos que têm sido incorporados à trama dos ARG: e-mail, sites conectados ao game, chamadas telefônicas, cartas, notícias ou classificados de jornais, chat, mensagem instantânea, canais de IRC, artefatos do mundo real relacionados ao game, eventos do mundo real, etc. (Gosney, 2005, p. 2-3). A mobilização social é tão intensa que o ARG pode arrebanhar centenas de jogadores de um dia para o outro e de mantê-los atentos e participantes por meses a fio. No Brasil tivemos a experiência muito bem sucedida do ARG *Zona Incerta*, de Rafael Kenski e André Sirangelo, e no exterior *Nokia Game*, *The Beast*, *Lonelygirl15*, *Perplex City*, *Alias*, *The LOST Experience*, entre outros.

Se a narrativa transmídia é uma novidade que em breve vai passar ainda não sabemos, mas temos certeza que o desenvolvimento de redes colaborativas de diálogo e produção sempre proporcionou um alto potencial cultural e isso não há mais como represar. Assim temos um indicativo de que rede colaborativa somada a recursos tecnológicos de comunicação resultam em um eficiente catalisador de produção cultural a favor da narrativa transmídia. Em situações em que os recursos possibilitam a ambientação de uma obra transmídia, como o ARG, por exemplo, fica mais poderoso ainda o efeito sobre a sociedade porque a experiência para o seu público nunca termina como sendo a de um único produto porque os seus jogadores produzem sites, novas redes colaborativas, etc. Mesmo após o final de uma narrativa transmídia, ela prossegue pulsante, muito provavelmente porque os jogadores são coautores durante todo o processo e assim continuam ao final dele.

A ação da narrativa transmídia sobre os processos comunicacionais

O impacto da narrativa transmídia na comunicação é inegável e acompanha o processo de transformação social em que vivemos. A internet, um canal de comunicação de dados, foi criada pelo sistema de defesa dos EUA que, em 1969, disponibilizou para propostas de projetos de universidades daquele país. Algumas universidades propuseram aquilo que melhor sabiam fazer: ciência, isto é, usariam aquele canal para ampliar e acelerar as comunicações entre os diversos pesquisadores de dife-

rentes instituições, coisa que eles faziam por carta ou por telefone ou em reuniões presenciais, um sistema secular de custo mais elevado e menos ágil. Mas o que veio depois foi ainda mais importante: a web! O pesquisador Tim Berners-Lee, em 1991, no CERN- Organização Europeia para a Investigação Nuclear (Suíça), lançou mundialmente *WorldWideWeb*, um sistema de compartilhamento de conteúdos composto de um navegador (browser) um servidor e as primeiras páginas gráficas da web. O que havia de mais especial nesse projeto: a world wide web não era, não é e nem será um software proprietário; a partir desse sistema outros são criados sem a necessidade de se pagar licenças, o que favorece sobremaneira a iniciativa de jovens criativos que fizeram e fazem da web esse poderoso oceano de comunicação. A narrativa transmídia sem tais dispositivos não existiria e por meio deles amplia ainda mais os seus efeitos nos processos comunicacionais.

As mídias tradicionais, como a televisão e o rádio, estão se adaptando à diversos recursos tecnológicos que muito favorecem a expansão do uso da narrativa transmídia como estratégia de comunicação. Como um todo, a comunicação, historicamente, sempre lançou mão dos melhores recursos ao seu alcance. É bom reforçar que nós estamos falando de Comunicação, não se trata de falar de uma emissora ou de um conglomerado de mídia específico. A empresa pode não querer se atualizar, mas o preço em médio prazo será muito alto. A Comunicação é uma prática social e vívida. Muitas “eras” surgiram e muitas outras virão, a Comunicação continuará existindo, as pessoas e as empresas continuarão se comunicando, alguns tipos de empresas deixarão de existir e outras nascerão, um tipo de consumidor diminuirá imensamente e outro tipo crescerá rapidamente. Tudo isso porque nós precisamos nos comunicar e cada vez melhor.

As mídias tradicionais hoje foram revolucionárias no passado, portanto a regra para as empresas de mídia seria sempre olhar para o futuro, mas elas querem a todo custo manter a sua hegemonia através de um superado modelo de negócio. As transformações mais importantes que a convergência das mídias trouxe para a sociedade são da ordem cultural. Pensemos bem claramente a respeito: as pessoas são as mesmas, as necessidades também, mas o modo de atendê-las está mudando, portanto é o “como” que preocupa as empresas tradicionais. As novíssimas empresas já sabem como as pessoas querem se relacionar, isso é do campo da cultura. Gestores administrativos, economistas e engenheiros estão hoje no topo da cadeia funcional das empresas tradicionais de comunicação e educação, as decisões estão sendo tomadas em um âmbito muito distante do cultural. Nas novíssimas empresas de comunicação é a cultura que está na mente dos gestores e nas suas decisões. A

popularização da internet possibilitou que muitas pessoas deixassem seus empregos e passassem a ganhar dinheiro com *blogs*, *vlogs*, etc. Mas não foi uma sucessão de causa e efeito isolada porque, em boa medida, a sociedade mudou muito antes de a web nascer. A predominância que antes era do segundo setor, principalmente o mercado de produtos, hoje é do terceiro setor, o mercado de serviços. Esse deslocamento, certamente não extinguiu o primeiro ou o segundo setor, o que ocorre é que a sociedade demanda por mais serviços o que exige um fluxo maior de comunicação de ambas as pontas: do público para a empresa e vice-versa.

É notável o fortalecimento da narrativa transmídia pelos blogs e vlogs que não perderão o lugar para outros tipos de comunicação, no máximo mudarão de nome: tumblr, scoop, etc. e outros que ainda virão. A cultura colaborativa tem um papel fundamental na narrativa transmídia. Ela ao mesmo tempo proporciona um ganho de conteúdo para os mais diversos projetos como também possibilita que pessoas “comuns” se conheçam e conheçam sua produção e modo expressivo. A meu ver, não se trata de ganhar fama ou de se transformar em celebridade.

Com a devida licença poética, em 1999 Caetano Veloso dizia “Gente é pra brilhar ... / Quer durar, quer crescer, / gente quer luzir”. Acredito que seja assim mesmo, as pessoas são muito interessantes e interessadas por outras pessoas. As empresas de mídia sabem há muito tempo disso e sempre tiraram proveito disso. Agora que somos “produssumidores” não precisamos mais esperar aquela emissora nos descobrir e anunciar-nos para o mundo. Em termos de comunicação, o mundo está em nossas mãos e nós estamos nas mãos do mundo. E assim nos manteremos nele até quando durar a web. As estratégias criadas pelos projetos em narrativa transmídia são inúmeras e estão muito relacionadas às redes sociais, enfim, às pessoas. É certo que o outro lado da moeda é que as novidades caminham rapidamente entre as mídias. A mídia que estiver mais desesperada em manter o seu público cativo será a primeira a divulgar qualquer espécie de celebridade, por mais efêmera que ela seja. E podemos ter certeza: a sociedade é o maior manancial de potenciais celebridades, certamente inesgotável.

Considerações finais

O fator mais importante e estratégico em processos comunicacionais da narrativa transmídia está na condição de atingir um público que não se satisfaz exclusivamente com um único meio de comunicação. Isso significa, que com o crescimento da oferta de conteúdos graças à web e à popularização da banda larga, o público

vem buscando informação e entretenimento em mais de uma plataforma, às vezes até simultâneas, e a estratégia da narrativa transmídia vem cumprindo esse papel.

O aparente ponto negativo é a impressão de que há mais trabalho porque se produz mais conteúdo, mas que é rapidamente desfeita quando se percebe que a estratégia alcança um público muito maior. Processos comunicacionais que utilizam narrativa transmídia têm obtido relativo destaque na mídia, a exemplo da série *The Lizzie Bennet Diaries*. A estratégia é estar sempre ao alcance do público, isto é, há um perfeito equilíbrio entre o lançamento de partes da história e o acesso às plataformas, para um público que recorre a muitas telas e que não tem tempo para esperar a “próxima atração” dentro de uma grade engessada. Mas a equipe de oito bons roteiristas não deixa dúvidas quanto à importância do ótimo roteiro e do pleno conhecimento do público com o qual se deseja relacionar. A narrativa transmídia é um meio e não veio tomar o lugar de nenhuma outra estratégia comunicacional. Mas há momentos em que determinado meio é predominante na sociedade. Contudo, agora podemos observar que a predominância de um meio deu lugar à concomitância, isto é, antes só tínhamos à disposição o acesso a um conteúdo e uma plataforma de cada vez, mas agora vivemos a era da simultaneidade.

Com a ampliação constante das produções divulgadas na web, a crescente disseminação da cultura colaborativa e a impactante presença das ações de crowdfunding, abre-se um caminho sem volta para consolidação da cultura transmídia em processos comunicacionais porque os recursos estão definitivamente à disposição do público. A “mística” do grande conglomerado responsável pela comunicação da sociedade veio por terra a partir do barateamento dos equipamentos de comunicação e da criação da web por Tim Berners-Lee, como um sistema aberto para o desenvolvimento, resultando em um espaço efetivamente público fomentando tanto a narrativa transmídia quanto as futuras novas estratégias de comunicação.

Referências

- Bolter, J. D., Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond from production to produsage*. New York: Peter Lang.
- Cassirer, E. (1997). *Ensaio sobre o Homem: introdução a uma filosofia da cultura humana*. São Paulo: Martins Fontes.
- Coppock, P. J. (2009, Vol 25, No 47). “Here, There and Everywhere” *MedieKultur*, 7.

- Dinehart, S. E. (2006). *Journey of Jin & Transmedial Play (Thesis)*. Los Angeles: USC Interactive Media.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: audiences, new media, and daily life*. New York: Routledge.
- Gosciola, V. (2010). *Roteiro para as Novas Mídias: do Cinema às Mídias Interativas*. 3ª ed. revista e ampliada, São Paulo: Senac.
- Gosney, John W. (2005). *Beyond reality: a guide to alternate reality gaming*. Boston: Thomson.
- Huizinga, J. (1996). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.
- Huxley, A. (1931). *Admirável mundo novo*. São Paulo: Globo.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University.
- Levinson, P. (1997). *The Edge Soft: a natural history and future of the information revolution*. London: Routledge.
- Pignatari, D. (2004). *Contracomunicação*. Cotia: Ateliê.
- Szulborski, D. (2005). *This is not a game: a guide to Alternate Reality Game*. Morrisville: New-Fiction.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam.

Macrotendencias de la cultura digital

Jorge Alberto Hidalgo Toledo*

Cultura digital y sociedad de la información

En 1969, Peter Drucker anunció en *La era de la discontinuidad* el arribo de la sociedad del conocimiento. En su libro dejó ver cómo la incursión de las tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de la vida impactaban los mercados, la industria, los puestos de trabajo y el desarrollo de productos y servicios. Su anuncio profético vislumbraba que en el futuro más de la mitad del producto interno bruto de muchos países sería generado por el sector del conocimiento. En 1974, los libros de Daniel Bell y Alain Touraine, centrados en la sociedad posindustrial, señalaron también el arribo de una nueva forma de producción y de relaciones sociales que tenía que ver con el manejo de la información. Con el título *Sociedad de la Información* se celebró en 1980, en Dublín, la Conferencia Internacional de la Comunidad Económica Europea para enfatizar la evolución social derivada de la información. Yonesi Masuda, por su parte, publicó en 1982 el libro *La sociedad*

* Doctor en Comunicación Aplicada por la Universidad Anáhuac. Presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC. Titular de la Cátedra Televisa en Innovación en Contenidos y Titular de la Cátedra FISAC-Anáhuac en comunicación para la responsabilidad ante el consumo. Investigador Titular del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), de la Escuela de Comunicación de la Universidad Anáhuac. Director de Medios de Global Content. Actualmente es Coordinador de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac. Es coautor del libro *Signo vital: Comunicación estratégica para la promoción de la salud* (2011) y *Comunicación masiva en Hispanoamérica: Cultura y literatura mediática* (2005) y autor de más de veinte capítulos de libros. Correo electrónico: jhidalgo@anahuac.mx

de la información como sociedad post-industrial; en él fundamentó la llegada de una nueva civilización asentada en la productividad de la misma información mediante el uso de las TIC's y las computadoras. Y, como señala Lucas Marín, el conocimiento se volvió “un recurso crucial, una fuente de innovación y acción política; la aparición de la tecnocracia como una elite dominante” (2000, p. 38).

En su obra *Post-capitalist Society*, el mismo Drucker sentenció que la clave del éxito del proyecto global de la sociedad del conocimiento radicaba en la conciliación entre el mundo de la empresa y el intelectual: “El intelectual, si no se completa con el manager, crea un mundo donde cada uno hace lo que quiere pero donde nadie haría nada” (Drucker, 1993, p. 230).

La liberalización de la economía de la información mezclada con la noción de *Global Shopping Center* desarrollada por Drucker, estuvieron presentes en el corazón de la Cumbre Económica y Social Europea de Lisboa en marzo de 2000, donde la Unión Europea se planteó, como objetivo estratégico, “convertirse en la economía del conocimiento más competitiva y más dinámica” (Mattelart, 2002, p. 128).

Desde entonces, el mismo sistema educativo tomó como misión adaptarse a las necesidades de la sociedad del conocimiento para elevar el nivel de empleo y mejorar su calidad. Con ello, políticas económicas, educativas y laborales transitaron hacia la sociedad del conocimiento, “transformando la sociedad de la información en una sociedad del saber” (Mattelart, 2002, p. 132).

Como se puede ver hasta el momento, informar y conocer se ubicaron en el corazón de los mercados; por tanto, la economía de la investigación y el desarrollo (I+D) permeó la lógica de las instituciones públicas, privadas, mediáticas y del tercer sector.

Se tiene entonces que la sociedad del conocimiento no puede dejar de analizarse fuera de los indicadores mercantiles. La evolución de los mercados globales comprende hoy, por un lado, “la oferta o producción de conocimientos; por otro, su distribución; y finalmente, la demanda, recepción y consumo del mismo” (Noya, Rodríguez Caamaño, & Romero Ramos, 2008, p. 17).

Así, hoy se habla de sistemas de inteligencia global, de captación de informaciones para competir, de *data centers*, de departamentos de servicios informáticos, de laboratorios de I+D, de una clase creativa conformada por profesionales, expertos, asesores, comités de sabios, *think tanks* y trabajadores del conocimiento. Como afirma Manuel Castells: “La generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas” (Lucas Marín, 2000, p. 39).

La misma creación de conocimiento y, por ende, de riqueza se ha modificado. Según Kevin Nelly, “hoy es global, apoya lo intangible y está intensamente interconectada (...) esto genera un nuevo tipo de mercado y de sociedad, que tiene sus orígenes en redes electrónicas que están en todas partes” (Aguilar, 2007, p. 78).

Al centrar la sociedad del conocimiento su atención en la oferta y producción del conocimiento, surgen algunas preguntas: ¿quiénes son los involucrados en la generación del conocimiento? ¿qué estrategias han desarrollado para su producción? ¿qué actividades comprende? ¿qué desafíos se presentan en la cultura digital? ¿cuáles son los retos a los que se enfrenta la Iglesia en dicho territorio?

Cultura digital y globalización de la sociedad de la información

Hablar de cultura digital es dar cuenta del fenómeno de globalización de la sociedad de la información. En ese contexto, la globalización de la cultura digital nos remite a interconexiones más extensas, inmersivas y veloces. El impacto directo de esta acelerada interdependencia es un *continuum* entre lo local, lo nacional y lo regional (Held, McGrew, Goldblatt, & Perraton, 2008). Así, se tiene una interacción global, la acelerada interdependencia, mayor acción a distancia, la compresión espacio-temporal, la rápida difusión de las ideas, los bienes, la información y el capital.

La globalización de la cultura digital es el resultado directo e indirecto de la extensión global de las redes de relación y colaboración, la intensificación de la interconectividad y la aceleración de los flujos globales de información a través de redes y vehículos de comunicación cuyos mensajes impactan el orden mundial; afectando con ello: 1) la interconexión global de la toma de decisiones, reconfigurando la agenda que confronta a los gobiernos, corporaciones, los colectivos y los ciudadanos; 2) la estructura de las instituciones, ampliando las integraciones horizontales y verticales, configurando hiperconglomerados supraterritoriales (Aart Scholte, 2008) 3) la disposición social y su distribución, generando multibrechas (género, edad, cognición, socioeconómica, etcétera); y 4) las fuerzas que remueven el tejido social, los gobiernos, las agencias y las personas.

Las dimensiones de la globalización de la sociedad de la información pueden resumirse en:

1. Infraestructura: extensas redes de comunicación en tiempo real e intensa interconexión entre los actores sociales y las instituciones.
2. Institucionalización: infraestructura globalizada que modifica las prácticas y la cultura en las organizaciones, expandiendo el ejercicio del poder.

3. Estratificación y asimetría: generación de nuevas brechas sociales y los patrones de estratificación.
4. Modos de interacción: modificación de la lógica de colaboración, coerción y competencia entre los individuos y las instituciones.

En ese entorno global, el mundo adquiere de nuevo su redondez; su condición esférica hace que los mensajes circulen de lo micro a lo macro, desde la concepción mcluhiana de la aldea global. La visión retro-tribal se percibe desde la pequeña pantalla. El mundo es una pequeña plaza comercial, en la que todo se concentra y todo está unido por el sutil tejido de las redes: mediáticas, empresariales, escolares, económicas, políticas e ideológicas. La hipermodernidad se apodera del contexto global y la comunicación es la encargada de hacer que los patrones de comportamiento y los valores de los unos hegemónicos se vuelvan casi omnipresentes. En ese contexto posindustrial (Bell, 1994) y telematizado resuena el conflicto de las identidades y las hibridaciones resultantes de una mezcla de consumos culturales y mediáticos hiperindividualizados. La comunicación trasciende los contextos culturales. El mundo es uno y a la vez parecen muchos. La monocultura derivada es parte de los grandes dilemas a resolver.

El capital social en el contexto de la sociedad del conocimiento es economizado por la triada industrial: *industria de la creatividad* (producción de conocimiento); *industrias culturales* (distribución de conocimiento) e *industria del entretenimiento* (consumo de conocimiento) (Noya, Rodríguez Caamaño, & Romero Ramos, 2008).

En la evolución del capital social encontramos la generación de notorios conflictos y luchas emblemáticas ancladas en el corazón del modelo de producción de cada era:

1. Sociedad pre-industrial: lucha por la libertad.
2. Sociedad industrial: lucha por la justicia.
3. Sociedad del conocimiento: lucha por la felicidad y el reconocimiento.
4. Sociedad hiperindustrial: lucha por la identidad.

La tecnología se ha convertido en el vehículo comunicativo. Las carreteras de antaño son ahora la metáfora base de la supercarretera de la información.¹ Las

¹ Nombre tomado del proyecto presentado por el vicepresidente norteamericano Al Gore en febrero de

redes digitales son el enclave en el que se reorganiza la industria, la producción, la distribución y la socialización humana. Los monstruos de la industria multimedia ven en la red el paraíso de la desregulación de los servicios de las telecomunicaciones; por su parte, los ciudadanos perciben la utopía democrática.

La figura del *prosumidor*² compite con el suprimir los monopolios públicos y privados. Sin embargo, la iniciativa privada es el gran motor de la nueva sociedad de la información.³ El ciudadano como soberano consumidor es el resultado de la inclusión de la libertad de expresión comercial como derecho humano fundamental para garantizar la democracia universal. Las esferas pública, privada y comercial convergen en la esfera cívica y axiológica. La comunicación quiere asegurar un servicio universal.

La clave digital se centra no en la concentración y la industria, sino en el sujeto y el acceso. El desarrollo se mide en nodos, ancho de banda, participación, usuarios. Las brechas no están en lo económico y lo social, sino en las conexiones y los alfabetizados digitales.

La red se propone como instrumento del desarrollo y paradójicamente pone en evidencia más desequilibrios sociales. Raúl Trejo Delarbre señala:

El acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se ha convertido en un nuevo escenario para que se reproduzcan atrasos que ya existen en las naciones y zonas con menos patrimonio financiero. A pesar de la disminución en los precios internacionales de los equipos de cómputo, comprar un ordenador y conectarse a la Red ha llegado a ser sustancialmente más caro en los países pobres que en las naciones desarrolladas. (2006, p. 51)

1993 y reforzado por el proyecto europeo de autopistas de la información dirigido por el presidente de la Unión Europea Jacques Delors y contenido en el famoso *Libro Blanco*.

² Expresada por primera vez por McLuhan y desarrollada por Alvin Toffler en la tercera ola; se refiere a la condición de “productor-consumidor” de un mismo individuo que es en sí mismo el circuito completo de la comunicación: emisor-canal-medio-receptor-retroalimentación.

³ En mayo de 1994, Martin Bangemann, representando al sector empresarial, presentó el informe *Europa y la sociedad global de la información* y en febrero de 1995 el grupo de los G-7 reunido en Bruselas generó un documento denominado *Toward a Global Information Infrastructure: The Promise of a New World Information Order*. Los dos documentos apelan a la libre competencia y la eliminación de obstáculos. La competencia global por los mercados digitales se relaciona con la libertad de expresión (comercial).

La transformación histórica de la racionalidad productiva ha mutado, como se puede ver en el cuadro 1.

Cuadro 1. Tranformaciones históricas de la racionalidad productiva

Fordismo	Posfordismo Toyotismo	Matafordismo Amazonismo	Hiperfordismo Facebookismo
Producción			
- Fabricación en serie - Estandarización - Economías de escala	- Fabricación en lote o conjunto - Diferenciación - Economías de alcance	- Fabricación por demanda - Personalización - Economía <i>long tail</i>	- <i>Crowdsourcing</i> - Socialización - <i>Free economy</i>
Trabajo			
- Tarea singular - Capacitación mínima - Disciplina	- Tareas múltiples - Mucha capacitación - Responsabilidad	- Hiperespecialización - Capacitación a distancia - Responsabilidad social	- <i>Multitasking</i> - Inteligencia colectiva - Trabajo colaborativo - Ética corporativa
Estado			
- Regulación - Estado de bienestar	- Desregulación - Privatización del bienestar	- Autorregulación - Mercados de bienestar	- Corregulación - Socialización del bienestar
Ideología			
- Consumo de masas - Modernidad - Cultura nacional - Identidad - Nación	- Consumo individualizado (estilo de vida) - Posmodernidad - Global - Crisis de identidad - Posnación	- Consumo por demanda - Trasmmodernidad - Glocal - Hibridación - Diáspora	- Hiperconsumo - Hipermodernidad - Tansespacial y trans-temporal - Identidades múltiples - No-nación

Fuente: Basado en Harvey, 1996.

La era de los flujos intangibles ha llegado; la hipermodernidad, el hiperconsumo, los excesos, los hiperconglomerados recorre las redes. Sun Microsoft System, Cisco, Microsoft, Apple se colocan a la cabeza de la carrera hipermediática. Su lógica es la de la integración tecnológica con la integración digital del individuo. Lo que importa no es el acceso, es la participación, la co-construcción de significados. El mercado crece en la medida en que los *prosumidores* generen contenidos relevantes para los mismos consumidores. La economía de la participación es la economía del *crowdsourcing*,⁴ los grandes modelos de desarrollo y de negocio ya no vienen direc-

⁴ Concepto acuñado por Jeff Howe que hace referencia a la generación de materia prima, a la fuerza de trabajo de participación masiva y la solución de problemas según la fórmula de autogestión ciudadana.

tamente de los corporativos sino de los individuos. La red misma salta a una lógica 2.0 de comunidades abiertas que impulsan el trabajo colaborativo, el libre acceso, el código abierto, el empoderamiento tecnológico de los ciudadanos. Los archipiélagos humanos se unen por la red. Los nuevos puentes informativos los construyen los periodistas ciudadanos de Dan Gillmor y los económicos que registraron Don Tapscott y Anthony Williams en su *Wikinomics*. El mundo, según Thomas Friedman, se ha vuelto plano. En ese entorno todos tienen las mismas posibilidades de participación y construcción social. La creación colectiva de sentido es una acción comunicativa de esta era. El territorio, la periferia y la urbe están determinados por la lógica impuesta por YouTube, Blogger, Typepad, Wordpress, Slideshare, Livestream, Wikipedia. La motivación es la hiperconexión, la conformación de comunidades, de espacios de autoexpresión. Los nuevos medios apelan a la personalización de contenidos, a la movilidad, a la portabilidad. El cibernauta se vuelve, como apunta Antonio Lucas Marín (2000), miembro funcional de una comunidad y, por tanto, adquiere esa cultura, que ahora le será propia. Comunicar es dejar rastro de sí, estableciendo mayor relación sujeto-máquina-sujeto. He aquí la convergencia entre la industria de las telecomunicaciones, la de los ordenadores y la comunicación.

Estas transformaciones radicales no son azarosas ni fruto de un determinismo tecnológico, por el contrario, son el resultado de un complejo proceso de interacción de cinco grandes olas multifuerzas:

1. El cambio geopolítico de la información, la fragilidad del Estado-nación, la fragmentación y globalización de los mercados, el poder de las trasnacionales y corporativos.
2. La reconfiguración del orden mundial mediático, la estructuración de nuevos hiperconglomerados de las industrias creativas, culturales y mediáticas interactuando global y transnacionalmente.
3. La incorporación de las tecnologías de la información en el proceso de mediación, la aparición de nuevos soportes, el enriquecimiento de las interfaces, la consolidación del consumo de hipermedios.
4. La hibridación de contenidos, la sofisticación de las narrativas hipermediales y la complejidad estética.
5. La digitalización de contenidos, la apertura de nuevos canales de distribución y ventanas de exhibición.
6. La fragmentación de las audiencias, la configuración de identidades mediales e hipermediales.

Hoy se vive al más puro estilo McLuhaniano, un verdadero cambio mediático. El entrecruce de los medios fríos y calientes está generando ondas climáticas cuyo impacto en la ecología de medios seguimos sin comprender. Se espera un fuerte éxodo en esta nueva era mediáticamente glacial. Ya lo señala Henry Jenkins: “Bienvenidos a la cultura de la convergencia, donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediático interactúan de maneras impredecibles” (2008, p. 14).

Ahora bien, cuando se hace referencia a convergencias múltiples se alude a las resultantes del entrecruce entre:

1. Plataformas: fijas *contra* móviles *contra* en línea.
2. Productores: productores *contra* consumidores *contra* prosumidores.
3. Industrias: culturales *contra* científicas *contra* tecnológicas *contra* entretenimiento.
4. Identidades: culturales, grupales e individuales.
5. Mercados: nacionales *contra* internacionales *contra* regionales *contra* globales.
6. Culturas: popular *contra* masiva *contra* élite.
7. Audiencias: generación MTV *contra* generación media *contra* generación *My Social Media* *contra* generación *click* *contra* generación net *contra* generación TXT.
8. Usuarios: individuales *contra* grupales *contra* sociales.
9. Mediáticas: medios tradicionales *contra* nuevos medios *contra* populares *contra* corporativos.
10. Cognitivas: inteligencia participativa *contra* inteligencia colectiva.

Como resultado se da una confrontación entre la convergencia y la divergencia en los modos de producción, distribución, comercialización, archivo y concentración de la información

Contextos en movimiento

Conexión es la palabra clave de estos tiempos. El mundo, las personas y los objetos hoy se vinculan en redes, nodos y puntos digitales de encuentro. No importa dónde ni a qué hora. Más de ochocientos millones de usuarios entrelazando sus vidas en

Facebook; cuatro mil millones de teléfonos celulares⁵ enviando mensajes SMS/MMS en los que se intercambian textos, audios y videos que resumen un momento particular en la vida; ciento cuarenta y cinco millones de iPods,⁶ cien millones de blogs⁷ que por momentos permiten vivir en modo simultáneo y paralelo la existencia.

Interfaces, dispositivos, aplicaciones, redes, nodonautas; un verdadero continente digital. Un mundo plano en el que toda manifestación cultural se intercambia persona a persona a través de hipermediaciones y conexiones; de comunidades virtuales que fungen como canales de distribución de intereses e información significativa.

Los medios han mutado, hoy son dispersos, descentralizados, accesibles, monopolizados, digitalizados, corporativos, conglomerados. Se han vuelto protocolos asociados, prácticas sociales, sistemas culturales, opciones comunicativas y detonadores de relaciones sociales, culturales, económicas y materiales.

El consumo hipermediático se fundamenta en la apropiación, en el compromiso (*engagement*), la lealtad y fidelidad de los usuarios con los nuevos medios. Las redes sociales –Facebook, Hi5, Twitter, LinkedIn– son el corazón de las nuevas prácticas comunicativas y de socialización de contenidos. El contenido ha dejado de ser el rey, lo que importa es compartir; comunicar es socializar; es seguir y ser seguido. Los ochocientos millones de usuarios de Facebook y los doscientos millones de usuarios de Twitter son prueba de la existencia de un nuevo continente digital que está en vías de ser colonizado. La apropiación no está en la tecnología, está en la localización de la propia tribu. En encontrar sentidos compartidos. La pobreza informativa se suma a la pobreza social. La relevancia comunicativa está

⁵ Según el periodista Manuel Moreno, en los últimos ocho años se ha reportado una progresión anual del 24%. Por otra parte, se espera que el índice de penetración alcance un crecimiento del 61% (seis mil setecientos millones de personas) en lo que resta del año principalmente en países como Brasil, China, India y Rusia. Redacción (2008). 4.000 millones de celulares en el mundo. *Pulso social*, recuperado el 12 de septiembre de 2009 en <http://pulsosocial.com/2008/10/01/4000-millones-de-celulares-en-el-mundo/>

⁶ Tim Cook, jefe de operaciones de Apple, afirmó en el informe trimestral de Apple que las ventas de dispositivos iPhone y iPod habían ascendido a cuarenta y cinco millones siendo 18,6 millones de la categoría iPod Touch y 26,4 millones a iPhone y cien millones de ellos pertenecientes a los modelos anteriores. De-Witt, P. E. (2009). Where in the world are those 18.6 million iPod touches? *CNNMoney.com Fortune Brainstorm Tech*. Recuperado el 12 de septiembre de 2009 en <http://brainstormtech.blogs.fortune.cnn.com/2009/07/23/where-in-the-world-are-those-18-6-million-ipod-touches/>

⁷ Con un ritmo de crecimiento de quince más cada segundo, basado en Lawson, M. (9 de agosto de 2005). Berners-Lee on the Read/write web. EUA: BBC News.

en los nuevos usos, no tanto en los consumos. Como lo planteó Castells (1997), la información es la nueva forma de organización social; el nuevo poder está en la generación, procesamiento y transmisión de la información; sobre todo en la socialización de la información. La comunicación se reubica en el sentido comunitario de las bases antropogenéticas de la comunicación: hablar para encontrarse con el otro. Comunicar es comunión.

La comunicación como ruptura social radical más allá de los usuarios y sus alcances; pues, como bien acota Dominique Wolton:

Todo cambio técnico o estructuración de un nuevo mercado, no es una ruptura en una economía generalizada de la comunicación, puesto que una economía de la comunicación a escala individual o social es diferente a una tecnología. Si una tecnología de comunicación juega un papel esencial, es porque simboliza, o cataliza, una ruptura radical que existe simultáneamente en la cultura de esa sociedad. (2008, p. 38)

Algunas características de esta revolución digital que se ha venido planteando son:

- *Participación y co-producción de sentido* / prosumer.
- *Creación colectiva* / declinación del autor.
- *Creación continua* / reconocimiento de la propiedad.
- *La multiplicidad de interfaces* / convergencia / hibridación de contenido.
- *El autor delega toda la responsabilidad en el receptor.*
- *Inmersión informativa* / acceso a la información.
- *Interactividad* / era de la participación real y no mental.
- *El mensaje es el lugar del diálogo*; es proceso y no producto final.
- *Libertad de expresión* y de experimentación.

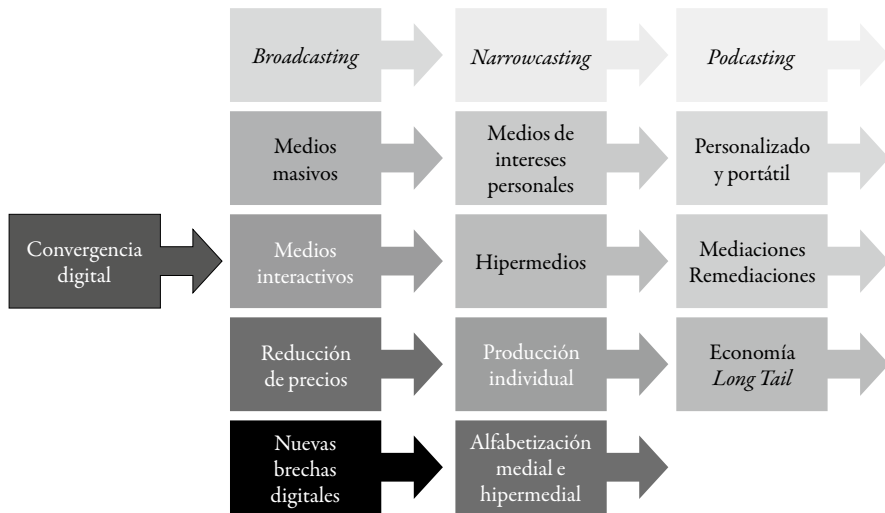
A estas características fundamentales de ruptura cultural habría que sumar las tendencias puntualizadas por Thomas Friedman, que a su juicio han venido a aplanar la Tierra (2007):

- *Workflow software*: aplicaciones informáticas para el flujo del trabajo.
- *Open-sourcing*: acceso libre a los códigos fuente.
- *Outsourcing*: subcontratación.

- *Crowdsourcing*: multitudes subcontratadas.
- *Offshoring*: traslado de fábricas para abaratar costes.
- *Supply-Chaining*: cadenas de suministros.
- *Insourcing*: intromisión de los subcontratistas en las empresas contratantes.
- *In-forming*: acceso libre a la información.

Los nuevos medios en la era digital dejan entrever la descentralización de la comunicación, mayor participación de las audiencias, la construcción y envío de mensajes multidireccionales y asimétricos. Esta es la cultura mediática 2.0 (figura 1).

Figura 1. Transformaciones derivadas de la convergencia digital



Fuente: elaboración propia.

Los servicios web han tomado la red como plataforma y la información como inteligencia interior. La programación de bajo peso ha generado nuevos modelos de negocio, experiencias enriquecidas, inteligencia colectiva y mayor entramado social. Las ediciones en colaboración y las publicaciones colectivas tienen como fundamento las redes persona a persona. La cultura digital hoy se mueve en los terrenos de la remezcla, los agregadores y *mash ups*, modificando radicalmente los formatos, las ventanas de distribución, las narrativas mediales e hipermediales, así como los beneficios generados en los usuarios de la comunicación. Se ha pasado de los mercados, medios y comunicación masiva a los mercados, medios y

comunicación de micronichos. La comunicación como experiencia es la búsqueda de nuevas formas de conexión.

Internet en el mundo

Una de las principales manifestaciones del impacto de la cultura digital se hace evidente en el incremento de usuarios de internet. Según informa el Internet World Stats, a finales de 2010 se reportaron 1966 514 816 usuarios, lo que implica una penetración de 28,7% (Internet World Stats, 2010). En el período 2000-2010 la región de América Latina y el Caribe presentó un crecimiento del 1,03%. Existen 204 689 836 usuarios de internet en la región latinoamericana que representan un 34,5% de penetración (cuadro 2). México se encuentra entre los quince países con mayor número de usuarios de internet con 30,6 millones de usuarios y 27,2% de penetración, detrás de Brasil que prácticamente duplica el número de usuarios con 75 943 600 y una penetración del 37,8%. Argentina, el tercer gran actor latinoamericano, tiene una tasa de penetración del 64,4% impactando así a 26 614 813 usuarios (cuadro 3).

Pese a que casi una de cada tres personas en el mundo tiene acceso a internet siguen existiendo grandes brechas que se deben superar, y no se pueden pasar por alto:

1. Acceso: tanto los países desarrollados como los países no desarrollados tienen penetración baja: México 32%, Portugal 37%, Colombia 45%, República Checa 51%, Chile 55%. Solo tres países y regiones tienen más del 60% de penetración: Macao 61%, Estados Unidos 78%, Suecia 80%.
2. Género: en seis países del World Internet Project (Chile, Colombia, Chipre, Italia, Macao, México), en un 8% o más los hombres usan más internet que las mujeres. México tiene la mayor brecha: 6% más de hombres que mujeres usan internet; Colombia, 15% más de hombres que mujeres. Tan solo en cuatro países la brecha es de 4% o menos: República Checa, Portugal, Suecia y Estados Unidos.
3. Edad: grandes porcentajes de menores de 24 años usan internet. En México el 79% están entre 18-24 años, en Estados Unidos 42% y Suecia 41% tienen más de un 40% mayores de 65 años. Seis países informaron que el 10% o menos de su población de 65 años en adelante está en línea (Chipre, República Checa, Italia, Macao, México y Portugal).

Cuadro 2. Uso mundial de internet y estadísticas poblacionales

Regiones del mundo	Población (2010 est.)	Usuarios de internet (31 de diciembre 2000)	Usuarios de internet (últimos datos)	Penetración (población %)	Crecimiento (2000-2010)	Usuarios de la tabla
África	1.013.779.050	4.514.400	110.931.700	10,9%	2.357,3%	5,6%
Asia	3.843.792.852	114.304.000	825.094.396	21,5%	621,8%	42,0%
Europa	813.319.511	105.096.093	475.069.448	58,4%	352,0%	24,2%
Medio Oriente	212.336.924	3.284.800	63.240.946	29,8%	1.825,3%	3,2%
América del Norte	344.124.450	108.096.800	266.224.500	77,4%	146,3%	13,5%
América Latina y El Caribe	592.556.972	18.068.919	204.689.836	34,5%	1.032,8%	10,4%
Oceanía/Australia	34.700.201	7.620.480	21.263.990	61,3%	179,0%	1,1%
Total mundial	6.845.609.960	360.985.492	1.966.514.816	28,7%	444,8%	1,0%

Fuente: Internet World State, 2010.

Cuadro 3. Uso de internet en América Latina

América Latina (países/ regiones)	Población (2010 est.)	Usuarios de internet (últimos datos)	Penetración (población %)	Crecimiento (2000-2010)	Usuarios de la tabla
Argentina	41.343.201	26.614.813	64,4%	964,6%	13,3%
Bolivia	9.947.418	1.102.500	11,1%	818,8%	0,6%
Brasil	201.103.330	75.943.600	37,8%	1.418,9%	37,9%
Chile	16.746.491	8.369.036	50,0%	376,2%	4,2%

Continúa

América Latina (países/ regiones)	Población (2010 est.)	Usuarios de internet (últimos datos)	Penetración (población %)	Crecimiento (2000-2010)	Usuarios de la tabla
Colombia	44.205.293	21.529.415	48,7%	2.352,1%	10,8%
Costa Rica	4.516.220	2.000.000	44,3%	700,0%	1,0%
Cuba	11.477.459	1.605.000	14,0%	2.575,0%	0,8%
República Dominicana	9.823.821	3.000.000	30,5%	5.354,5%	1,5%
Ecuador	14.790.608	2.359.710	16,0%	1.211,0%	1,2%
El Salvador	6.052.064	975.000	16,1%	2.337,5%	0,5%
Guatemala	13.550.440	2.280.000	16,8%	3.407,7%	1,1%
Honduras	7.989.415	958.500	12,0%	2.296,3%	0,5%
México	112.468.855	30.600.000	27,2%	1.028,2%	15,3%
Nicaragua	5.995.928	600.000	10,0%	1.100,0%	0,3%
Panamá	3.410.676	959.900	28,1%	2.033,1%	0,5%
Paraguay	6.375.830	1.000.000	15,7%	4.900,0%	0,5%
Perú	29.907.003	8.084.900	27,0%	223,4%	4,0%
Puerto Rico	3.978.702	1.000.000	25,1%	400,0%	0,5%
Uruguay	3.510.386	1.855.000	52,8%	401,4%	0,9%
Venezuela	27.223.228	9.306.916	34,2%	879,7%	4,7%
Total	574.416.368	200.144.290	34,8%	1.024,9%	100,0%

Fuente: Internet World State, 2010.

4. Conexión: en seis países, Chipre (55%), Italia, México, Portugal, Suecia (78%) y Estados Unidos, dicen no conectarse porque no les interesa y no les es útil. El costo no es un factor significativo para no estar en línea. Ocho países informaron que al menos el 20% de su población no está en línea porque no saben cómo usar internet o están confundidos por la tecnología: Macao (55% de los no usuarios) e Italia (37%).
5. Contacto con familiares y amigos: en general, el uso de internet tiene un efecto positivo en el contacto con la familia y amigos. 30% emplea internet para tener mayor contacto con sus familias. 40% (Chile, Colombia, República Checa, Italia, México, Portugal y Estados Unidos) han mejorado sus relaciones de amistad gracias a internet (World Internet Project, 2010).

De estas brechas se pueden derivar seis grandes mitos:

1. Acceso universal: internet aún no forma parte de la vida de cientos de millones de personas, incluso en los países tecnológicamente más avanzados.
2. La educación garantiza el acceso: países con altos niveles de educación y empleo y una larga historia de uso de internet y banda ancha no garantizan conexión total.
3. Equidad de acceso: aún en los países que reportaron un promedio de cinco o más años de uso de internet hay disparidad en el acceso, principalmente de equidad de género.
4. Internet es de los adultos: los niveles de servicio están relacionados con la edad. Aumenta el uso a medida que disminuye la edad.
5. Hay que alfabetizar a los niños: la mayoría de los países tienden al envejecimiento de su población y esta no usa internet. El gran desafío es acercar a más personas mayores.
6. Todos quieren estar en línea: el costo del acceso no es la razón por la cual hay desconectados; no están porque no les es relevante y significativo.

Macrotendencias

La sociedad actual está mediatizada. La comunicación y los medios se están universalizando. Poco a poco la cultura digital se posiciona en el centro de la interacción humana. Varias son las grandes macrotendencias (Tenno, 2010) que se perciben, algunas de ellas se enlistan a continuación como tendencias futuras a corto y mediano plazo:

1. Hiperconexión: permanente, pública, barata, mayor ancho de banda, rápida y entre todos los dispositivos.
2. En la nube: mayor número de aplicaciones basadas en la web.
3. Móvil: conexión garantizada desde cualquier lugar y dispositivo portátil.
4. Emergencia de emprendedores: incremento de prosumidores y medios independientes.
5. Abierta: expansión del código y el acceso abierto.
6. Justa: se espera mayor equidad de género, geográfica, edad, socioeconómica, raza y religión.
7. Apps: el desarrollo se centrará en los microprogramas para ingresar desde teléfonos inteligentes y tabletas.
8. Virtual: el mundo y las comunidades virtuales concentrarán a la mayor parte de los usuarios.
9. 3D: se buscará con ello mayor número de experiencias de 360°.
10. Contaminación informativa: habrá saturación de contenidos superfluos y basura, se requerirán más y mejores filtros; pero sobre todo alfabetización en el discernimiento.
11. Saturación informativa: el exceso de agregadores generará fatiga digital y obligará a una mayor focalización.
12. Desconexión: surgirán movimientos de resistencia orientados a la vida fuera de línea.
13. Más *googles* y *facebooks*: surgirán los buscadores y redes especializadas. Los grandes se convertirán en sistemas operativos.
14. Más publicidad relacional: el modelo de negocio será la venta de contenidos y publicidad en línea.
15. Fin del Estado-nación: los gobiernos perderán influencia y control; desde las tecnologías se establecerá el poder y dominio en lo económico, político, social y cultural.
16. Producción y distribución mediática en la web: la red se convertirá en la pantalla.
17. Mayor fragmentación: las audiencias y los contenidos se segmentarán por micronichos.
18. Todos serán un reproductor de medios: estará plagado de publicadores, emisores, colaboradores y competidores.

19. Socialización de los mensajes: los medios serán portales de contenido y las redes sociales el nodo de conexión entre personas.
20. El fin del papel: libros, revistas y periódicos usarán las plataformas móviles como soportes. Se pagará por la experiencia multimedial.
21. Mayor inteligencia artificial: integrada a objetos.
22. Geolocalización y servicios GPS.
23. Economía de la atención: mercado regido por la atención de los usuarios; prima lo relevante y lo que compromete.
24. Sitios web como servicios web: las páginas se transformarán en proveedores de servicios con contenido relacional.
25. WebTV: contenido por demanda y streaming permanente.
26. Personalización: apropiación profunda por parte del usuario.

Conclusión

La comunicación digital se vislumbra en una fase centrífuga y otra centrípeta. Una implosiva y otra explosiva. La fuerza centrífuga de la comunicación sacó al hombre de sí mismo; la centrípeta busca la unificación y la integración de individuos.

Los medios masificaron la autoexpresión y la cultura. Los nuevos medios están haciendo visibles a los invisibles; modificando los modos rituales, morales y conductuales.

La comunicación orientada hacia el futuro se ubica en los terrenos de nuevos modelos de negocio, nuevos soportes, nuevas interfaces, nuevos referentes culturales, nuevos dominios, nuevos conglomerados. La cultura digital obliga a pasar del enfoque mediocéntrico a la revisión antropocéntrica y las nuevas formas de sociabilidad.

Comunicar no es más circular información ni cronocar tecnicidades. Comunicar es repensar subjetividades e intersubjetividades. La antropología comunicativa debe centrarse en la ontología de la ecología mediática. Sin lugar a dudas, la historia del hombre es la evolución de sus interacciones, mediaciones, demarcaciones. La identidad del hombre se ha forjado entre la oralidad, la escritura, el sonido, la imagen y la digitalización. La comunicación es el “terreno sensorial común” (Martín-Barbero, 2008, p. 43) en el que los hombres se saben hombres; con lo que los hombres se hacen o dejan de ser hombres.

Referencias bibliográficas

- Castells, M. (1997). Introducción a la Era de la información. *De City* (7), 6-16.
- Celli, C. (2010). *La Iglesia y el desafío de las nuevas tecnologías de comunicación*. Recuperado el 2011 de septiembre de 12, de Catholic.net: <http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/435/1431/articulo.php?id=45030>
- Lucas Marín, A. (2000). *La nueva sociedad de la información: una perspectiva desde Silicon Valley*. Madrid: Trotta.
- Aart Scholte, J. (2008). What is Global about Globalization? En D. Held, & A. McGrew. *The Global Transformations Reader: An introduction to the Globalization Debate* (pp. 84-91). Cambridge, Reino Unido: Polity Press/Blacwell Publishing LTD.
- Aguiar, H. (2007). *El futuro no espera: políticas para desarrollar la Sociedad del Conocimiento*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones La Crujía.
- Bell, D. (1994). *El Advenimiento de la Sociedad Post-industrial*. Madrid, España: Alianza.
- Benedicto XVI. (2011). *45a Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. Recuperado el 20 de septiembre de 2011 de Catholic.net: <http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/>
- Bourdieu, P. (1987). Algunas propiedades de los campos. En G. Giménez. *La teoría y el análisis de la cultura* (pp. 135-141). Guadalajara, Jalisco, México: SEP/UdeG/Comesco.
- Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. Nueva York: HarperBusiness.
- Fernández Christlieb, P. (1994). *La psicología colectiva. Un fin de siglo más tarde*. Zamora, Michoacán/Barcelona, México: El Colegio de Michoacán/Anthropos.
- Friedman, T. (2007). *La Tierra es plana*. México: Planeta.
- Gilroy, P. (1997). Diaspora and the detours of identity. En K. Woodward, *Identity and Difference*. Thousand Oaks y Londres, Inglaterra: Sage.
- Hall, S. (2003). ¿Quién necesita identidad? En S. Hall, & P. Du Gay, *Cuestiones de identidad Cultural*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (2008). Rethinking Globalization. En D. Held, & A. McGrew, *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate* (pp. 60-66). Cambridge, Reino Unido: Polity Press/Blacwell Publishing LTD.
- Hebdige, D. (2000). *Cut 'n' Mix: Culture, Identity and Caribbean Music*. Fetter Lane, Londres, Inglaterra: Routledge.

- Internet World Stats. (2010). *Internet World States*. Recuperado el 20 de enero de 2011 de <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*. Barcelona: Paidós.
- Martín-Barbero, J. (2008). El cambio en la percepción de los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades. En R. Morduchowicz, *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la Información*. Barcelona: Paidós.
- Noya, J., Rodríguez Caamaño, M., & Romero Ramos, H. (2008). *Sociedad del conocimiento y el capital social en España*. Madrid: Tecnos.
- Reguillo, R. (2010). *Los jóvenes en México*. México: Fondo de Cultura Económica/ CONACULTA.
- Tenno, H. (2010). *Future media: no more middle men*. Recuperado el 2011 de Enero de 20, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/helgetenno/future-media>
- Thompson, J. (2008). The Globalization of Communication. En D. Held, & A. McGrew, *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate* (2.^a ed., pp. 246-260). Cambridge, Reino Unido: Polity Press/ Blackwell Publishing LTD.
- Trejo Delarbre, R. (2006). *Viviendo en el Aleph: La Sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Gedisa.
- Wolton, D. (2008). *Internet ¿y después?: Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- World Internet Project. (2010). *World Internet Project Report Finds Large Percentages of Non-Users, and Significant Gender Disparities in Going Online*. Recuperado el 20 de enero de 2011, de World Internet Project: http://www.worldinternetproject.net/_files/_News/37/wip2010_long_press_release_v2.pdf

Uso das Tecnologias da Comunicação em Contextos de Aprendizagem: Um estudo com Docentes e Estudantes no Ensino Superior Público Português

Nídia Salomé Morais*

João Batista**

Fernando Ramos***

Introdução

As Instituições de Ensino Superior (IES) sempre enfrentaram desafios de natureza diversa. Por um lado, podem sofrer influência de fatores externos, tais como os que advêm do contexto político e económico. Por outro lado, sofrem também influências internas que resultam da sua própria estrutura de gestão e dos recursos disponíveis, entre outros. Para além destes, o contexto marcadamente tecnológico em que estas instituições se encontram atualmente, torna-se também num importante desafio que influencia as suas atividades aos mais diferentes níveis.

* É docente da Escola Superior de Educação do Instituto Superior Politécnico de Viseu e doutora no programa de Informação e Comunicação em Plataformas Digitais na Universidade de Aveiro. E-mail: salomemoraes@ua.pt

** Professor adjunto do ISCA-UA desde 1987, lecionando diversas unidades curriculares da área científica de Informática. É doutorado em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais e investigador do pólo de Aveiro do CETAC.MEDIA. Assumiu diversos cargos institucionais, nomeadamente o de Presidente do Conselho Científico do ISCA-UA. E-mail: joao.batista@ua.pt

*** Graduado em Engenharia Electrónica e Telecomunicações e doutoramento em Engenharia Electrotécnica/Sistemas de Telecomunicações pela Universidade de Aveiro, é professor catedrático do Departamento de Comunicação e Arte da mesma instituição e coordenador científico da unidade de investigação CETAC-MEDIA - Centro de Estudos das Tecnologias e das Ciências da Comunicação. Diretor de curso do programa doutoral ICPD- Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, curso em conjunto das Universidades de Aveiro e do Porto. E-mail: fernando.ramos@ua.pt

Especificamente, no que se refere ao uso de Tecnologias da Comunicação (TC), identificam-se várias investigações que procuram compreender os usos promovidos em contextos de aprendizagem no Ensino Superior (ES). Algumas dessas investigações concentram-se em realidades específicas de um determinado país (Armstrong & Franklin, 2008; Collis & Wende, 2002; Minocha, 2009), umas são relativas a instituições em particular (Heikkilä, Haarala-Muhonen, & Nevgi, 2005; Löfström & Nevgi, 2007), outras relatam usos específicos de TC (Weiss & Hanson-Baldauf, 2008) e outras ainda descrevem abordagens e metodologias específicas que consideram o uso de TC em contextos de ensino e aprendizagem (Siemens, 2005; Siemens & Tittenberger, 2009).

Neste contexto, o estudo que aqui se apresenta concentra-se em duas perspetivas principais. Uma é relativa à perspetiva institucional, perspetiva considerada na literatura da especialidade e que se concentra em aspetos como a estratégia institucional (Bates, 2000; Boezerooij, 2006; JISC, 2006), a formação dos docentes para o uso de Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) (Heikkilä, et al., 2005) e os aspetos relacionados com as políticas institucionais de segurança no uso de tecnologia (Gorge, 2007) e de conteúdos pedagógicos digitais (Armstrong & Franklin, 2008; Harley, et al., 2006).

A outra perspetiva em estudo é a do género. A pesquisa em torno das questões de género e do uso de tecnologia tem também merecido especial atenção por parte da comunidade científica, nomeadamente ao nível internacional (Papastergiou & Solomonidou, 2005; Guo, 2006; Imhof, Vollmeyer & Beierlein, 2007; Madigan, Goodfellow & Stone, 2007; Caspi, Chajut & Saporta, 2008; Colley, & Maltby, 2008), que reforçam a ideia de que o género influencia questões como a seleção das tecnologias usadas, as atividades desenvolvidas com recurso a TC, bem como as atitudes perante o uso de tecnologia.

Pelo exposto, pareceu-nos pertinente considerar o desenvolvimento de um estudo que permitisse compreender de forma detalhada o uso de Tecnologias da Comunicação no Suporte à Aprendizagem (TCSA). Nos tópicos que se seguem apresenta-se o estudo desenvolvido, com especial atenção para os modelos de análise, a taxonomia de TCSA que foi adotada, a metodologia usada e descrevem-se detalhadamente os resultados relativos à frequência e à satisfação no uso de TCSA.

Caraterização do Estudo

No âmbito do Programa Doutoral em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, da responsabilidade conjunta das Universidades de Aveiro e do Porto

(Portugal), desenvolveu-se um projeto de investigação que teve como principal finalidade identificar e caracterizar o uso de TCSA em contextos de aprendizagem no Ensino Superior Público Português (ESPP), de acordo com duas perspetivas distintas: a institucional e a do género.

Especificamente, a perspetiva institucional concentrou-se no estudo das percepções dos docentes e dos responsáveis institucionais¹ em relação ao uso das TCSA e teve como ponto de partida a seguinte questão de investigação: “Como é que as Instituições de Ensino Superior Públicas Portuguesas (IESPP) usam as TCSA?”.

A outra perspetiva preocupou-se com as percepções dos estudantes, com especial enfoque nas questões de género relacionadas com o uso de TCSA. Assim, a questão que orientou esta perspetiva do estudo foi a seguinte: “Qual a influência do género na percepção e avaliação que os alunos do Ensino Superior Público Português fazem do uso de TCSA?”.

Em termos gerais, este estudo teve como objetivos:

- Identificar as TCSA utilizadas pelos alunos e pelos docentes das IESPP;
- Caracterizar o uso que as IESPP fazem das TCSA, da percepção das dificuldades que encontram e das oportunidades e desafios que esse uso proporciona;
- Apresentar as finalidades, as frequências e os locais de acesso e uso de TCSA;
- Identificar os usos promovidos e conhecer a avaliação que docentes e estudantes fazem do uso de TCSA;
- Conhecer as atitudes e as preferências dos alunos quando usam TCSA;
- Estudar de que forma a utilização das TCSA é influenciada pelo género;
- Formular recomendações gerais sobre o uso das TCSA nas IESPP, tendo por base as práticas, as dificuldades, as oportunidades e os desafios identificados.

Os resultados deste projeto, que culminou com a concretização de duas teses de doutoramento (Batista, 2011; Morais, 2012), contribuem para um conhecimento mais detalhado da forma como as IESPP usam as TCSA e fornecem indicações potencialmente úteis no processo de tomada de decisão sobre o uso de TCSA.

¹ Consideram-se responsáveis institucionais todos aqueles que, no âmbito da sua instituição, têm funções ou responsabilidades no âmbito das TCSA.

Modelo de Análise

Numa fase inicial deste projeto, considerou-se pertinente o desenvolvimento de um modelo de análise, para cada uma das perspectivas, que permitisse “(...) compreender e estudar de forma precisa os fenómenos concretos que preocupam o investigador (...)” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 109).

A Tabela 1 apresenta o modelo de análise nas suas duas perspectivas, incluindo os principais conceitos, dimensões e componentes.

Tabela 1. Modelo de Análise

	Conceito	Dimensão	Componente
Perspetiva institucional	Enquadramento Institucional	Caracterização	
		Estratégia institucional	
		Recursos e políticas institucionais	Finanças
			Tecnologia
			Treino e formação de docentes
			Políticas institucionais
		Recursos docentes	
	Gestão	Monitorização	
		Avaliação	
	Uso	Agente	Docente
			Responsável institucional
Tecnología		Introdução das tecnologias	
		Tecnologias disponibilizadas	
		Temporal	
		Atividades de aprendizagem	
		Tipo de ensino/aprendizagem	
		Ambiente	
Impacto			
Perspetiva do género	Género		
	Ensino Superior Português	Institucional	
		Alunos	
	Tecnologias da comunicação	Identificação	
		Acesso e uso de TC	Contexto
			Vantagens e desvantagens gerais
			Perceções e expetativas individuais

Fuente: Elaboración propia.

A perspetiva institucional baseia-se em dois conceitos: enquadramento institucional e o conceito de uso. No caso da perspetiva do género, os conceitos principais são: Género, Ensino Superior Português e Tecnologias da Comunicação. Para cada um destes conceitos, definiram-se as respetivas dimensões e, em alguns casos, as dimensões foram detalhadas em componentes. Para além disso, foram definidos indicadores a partir dos quais foram construídos os instrumentos de recolha de dados.

No caso da perspetiva institucional foram considerados indicadores como, por exemplo, a existência de estratégia institucional para o uso de TCSA, a adequação da infraestrutura de suporte ao uso das TCSA, a existência de procedimentos de controlo e segurança para o uso de TCSA ou ainda a perceção de evolução futura em relação ao uso de TCSA.

No caso da perspetiva do género e, considerando em particular o universo dos estudantes, foram incluídos indicadores, tais como, a identificação das TCSA usadas, a perceção dos benefícios e dos problemas associados ao uso de TCSA, a perceção das competências e da utilidade para o uso de TCSA, bem como as preferências dos estudantes em relação ao uso de TCSA.

De particular importância para este capítulo, foram considerados os indicadores relativos à frequência e à satisfação que os estudantes e os docentes retiram do uso das TCSA.

Taxonomia adotada

Outro dos aspetos importantes para o desenvolvimento deste estudo foi o desenvolvimento de uma taxonomia de TC (Morais, Batista & Ramos, 2011). A taxonomia proposta resulta da análise detalhada do trabalho que tem vindo a ser desenvolvido nesta área por diversos autores (Armstrong & Franklin, 2008; Grodecka, Wild, & Kieslinger, 2009; Hart, 2009). No desenvolvimento desta proposta tentou-se incluir as TC atualmente disponíveis. Optou-se pelo critério de assumir categorias de alto nível onde fosse possível integrar um conjunto de tecnologias e de não atribuir nomes de aplicações a essas categorias principais (Morais, 2012).

Assim, podemos entender as TC consideradas como as tecnologias que usam a infraestrutura da Internet e que foram concebidas e são usadas para comunicar. Existem, contudo, outras formas de as classificar, pelo que a taxonomia proposta não pretende ser definitiva. De facto, estas tecnologias evoluem de forma muito rápida, assim como evoluem os seus utilizadores e as atividades que podem ser desenvolvidas com recurso às mesmas.

Tal como se pode observar pela Tabela 2, as categorias propostas relacionam-se diretamente com o tipo de atividade de comunicação que cada uma delas permite realizar. Nalguns casos, verifica-se que a mesma tecnologia pode encontrar-se em mais do que uma categoria, na medida em algumas TC podem ser úteis em diferentes atividades de comunicação.

As categorias de TC que constam na Tabela 2 são aquelas que, no estudo, se consideraram do ponto de vista do suporte à aprendizagem, e que neste capítulo são genericamente designadas de TCSA.

Tabela 2. Taxonomia de TC

Categoria	Exemplos
Plataformas de gestão de aprendizagem	BlackBoard, Moodle, WebCT, etc.
Tecnologias para a publicação e partilha	Blogs, Wikis, Flickr, Youtube, Podcast, Social Bookmarking, etc.
Tecnologias que permitem a colaboração	Google Docs, Social Bookmarking, Mind Maps, Wikis, Blogs, etc.
Redes sociais	Facebook, Twitter, Hi5, LinkedIn, Ning, Academia.edu, etc.
Tecnologias de comunicação interpessoal	email, MSN, Skype, etc.
Tecnologias de agregação de conteúdos	RSS feeds, Netvibes, Google Reader, etc.
Ambientes virtuais 3D	Second Life, Habbo, etc.

Metodologia

Em termos metodológicos, tratou-se de um estudo exploratório e descritivo, com alguns pontos de ligação aos estudos do tipo *survey* e teve como principal objetivo contribuir para uma compreensão mais detalhada do uso que as IESPP fazem das TCSA.

O estudo, de carácter nacional, foi dirigido a todas as IESPP, em particular aos seus docentes, estudantes e responsáveis institucionais.

Tal como referido anteriormente, desenvolveu-se um modelo de análise para cada uma das perspetivas em estudo, tendo os indicadores considerados permitido a construção de um questionário com três versões específicas: uma dirigida aos estudantes (perspetiva do género), outra dirigida aos docentes (perspetiva institucional) e outra aos responsáveis institucionais (perspetiva institucional). Cada uma destas versões do questionário foi previamente testada e validada junto de especialistas e de sujeitos com características semelhantes às da população que se pretendia inquirir.

O questionário dirigido aos estudantes encontra-se organizado em cinco secções distintas. A primeira inclui questões que permitem a caracterização dos

participantes, tais como o sexo, idade, curso, habilitações académicas, entre outras. As questões relativas ao acesso e uso foram colocadas na segunda secção do questionário e as que dizem respeito ao uso específico das TCSA surgem na terceira parte. A quarta secção contempla um conjunto de questões relativas à avaliação que os estudantes fazem do uso de TCSA e, por fim, na última secção os estudantes foram questionados sobre as suas atitudes e preferências em relação ao uso das TCSA.

Desenvolveram-se ainda versões específicas do questionário para os docentes e para os responsáveis institucionais, sendo a estrutura e organização destas duas versões bastante semelhantes. Assim, a primeira parte engloba questões de carácter mais pessoal, como a instituição a que pertencem, o sexo ou a idade. Na segunda secção encontram-se questões sobre estratégia institucional, políticas institucionais e também algumas questões sobre gestão. A terceira parte inclui um conjunto de questões específicas sobre o uso de TCSA, que procuram perceber aspetos como a introdução e a disponibilidade das TCSA nas IESPP, as atividades desenvolvidas, os contextos de uso e a satisfação no uso das TCSA.

Em todas as versões do questionário optou-se, ainda, por dar a possibilidade ao participante de dar o seu feedback sobre o questionário, fazer comentários ou emitir as opiniões que considerassem oportunos.

Considerando a dimensão nacional do estudo, optou-se por disponibilizar o questionário em ambiente web, tendo-se investido fortemente na sua divulgação com vista a obtermos uma larga adesão ao estudo. A divulgação do questionário passou por diferentes fases e utilizaram-se diferentes estratégias, tais como o contato direto com as IESPP; a pesquisa por contatos de pessoas ou serviços que pudessem divulgar o questionário nas suas próprias IESPP; o uso de redes sociais, em especial do Facebook; o envio de mensagens de correio eletrónico para os contatos disponibilizados nos sítios web das IESPP, bem como para outros contatos pessoais. Todo o processo de divulgação foi constantemente monitorizado e os resultados guardados.

Resultados

O estudo desenvolvido permitiu recolher um conjunto de resultados que ajudam a compreender os usos das TCSA por parte dos docentes e dos estudantes do ESPP. No âmbito deste capítulo apresentam-se detalhadamente alguns desses resultados, nomeadamente os que dizem respeito à frequência e à satisfação no uso de TCSA por parte dos estudantes e dos docentes, que são alguns dos indicadores comuns às duas perspetivas em análise neste estudo.

Participantes

O questionário esteve disponível para participação entre 27 de outubro de 2010 e 11 de fevereiro de 2011. Em termos de participação, 4.738 estudantes acederam ao respetivo questionário, tendo 2.429 submetido as suas respostas, das quais 2.207 foram validadas. Por sua vez, a versão destinada aos docentes registou 1.541 acessos, tendo 718 submetido as suas respostas, das quais 639 foram validadas.

Na Tabela 3 apresentam-se as principais características das amostras obtidas. Assim, as 639 participações validadas no perfil dos docentes das IESPP representam 2,6% do universo em estudo (GPEARI - Gabinete de Planeamento, 2010). Em termos de participação, verifica-se que existem mais respostas por parte dos docentes do subsistema politécnico do que do universitário; ligeiramente mais mulheres do que homens e a região mais representada é a região de Lisboa (30,8%), de acordo com a Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins estatísticos (NUTS) (Decreto-Lei n° 244, 2002). Comparando com o universo em estudo, os docentes do subsistema politécnico estão sobre representados na amostra, na medida em que representam 45,6% dos participantes e apenas 41,5% no universo. As mulheres estão também sobre representadas, visto que representam 45,6% da amostra e apenas 42,6% no universo.

Quanto aos estudantes ($n = 2207$), verifica-se que participaram mais estudantes do subsistema universitário do que do politécnico, bem como participaram mais mulheres do que homens. Em termos de região, observa-se que a zona (NUTS) Centro (53,3%) é a mais representada no estudo. Comparando com o universo em estudo, os estudantes do subsistema universitário estão sobre representados, na medida em que representam 67,0% da amostra e apenas 63,0% da população. As estudantes do sexo feminino estão também sobre representadas, pois representam 60,8% da amostra e apenas 52,0% da população em estudo.

Tabela 3. Os participantes no estudo: estudantes e docentes

Participantes		Docentes ($n = 639$)	Estudantes ($n = 2207$)
Subsistema	Universitário	45,6% ($n = 287$)	67,0% ($n = 1469$)
	Politécnico	54,4% ($n = 342$)	33,0% ($n = 722$)
Género	Masculino	49,5% ($n = 313$)	39,2% ($n = 865$)
	Feminino	50,5% ($n = 319$)	60,8% ($n = 1342$)
NUTS II	Maior representação	Lisboa: 30,8% ($n = 194$)	Centro: 53,3% ($n = 1342$)

Frequência de uso das TCSA

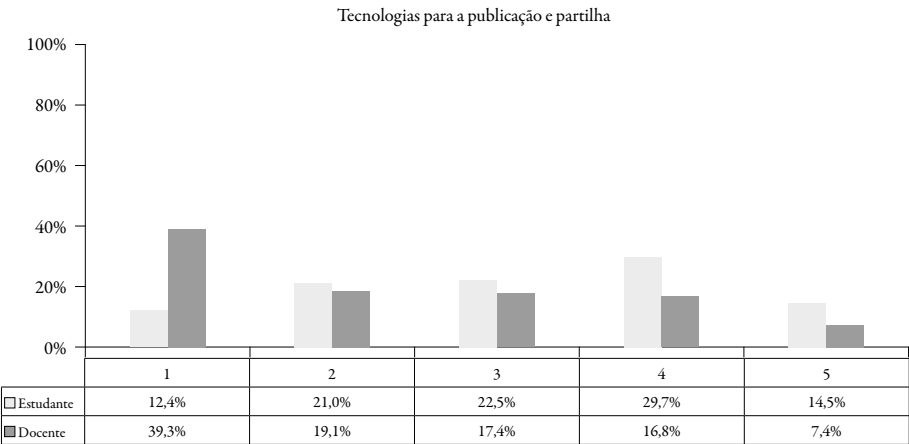
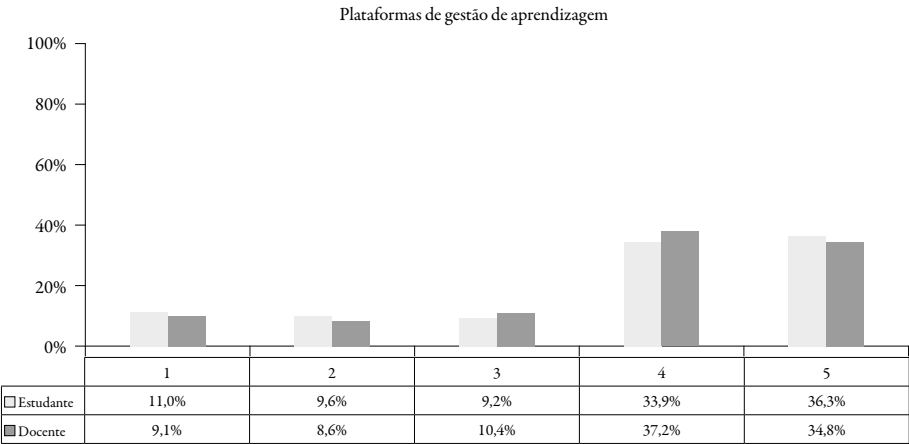
O indicador de frequência de uso permite determinar os níveis de utilização de TCSA, medindo a percepção dos sujeitos sobre a periodicidade com que esse uso ocorre. Trata-se de um indicador bastante simples mas, ao mesmo tempo, bastante informativo. Não explica, no entanto, as razões porque o uso ocorre, ou a satisfação que decorre desse uso, tratada na secção seguinte.

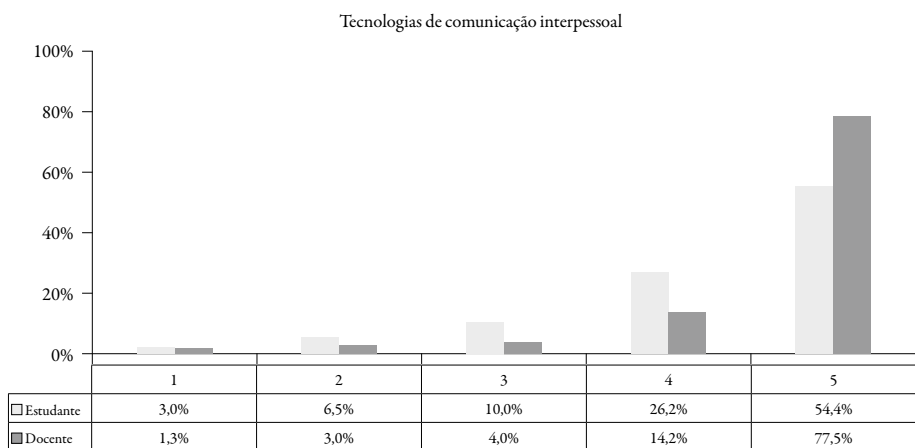
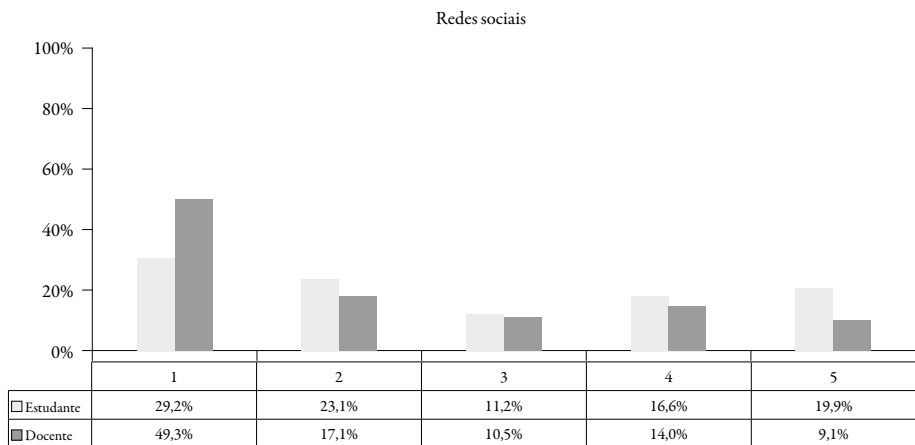
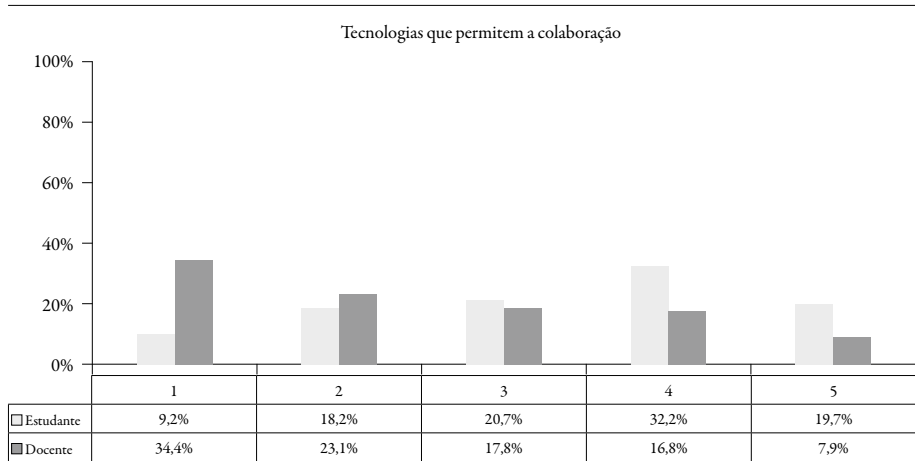
Para medir a frequência de uso das TCSA por parte dos estudantes e dos docentes foram usados dois instrumentos. Por um lado, foi usada a taxonomia de TCSA apresentada na tabela 2, ou seja, foi medida a frequência de uso de cada uma das categorias dessa taxonomia. Por outro lado, foi usada uma escala referencial e unipolar (Moreira, 2009) de frequências com os seguintes níveis: “nunca”, para indicar a ausência de uso; e “raramente”, “algumas vezes por mês”, “algumas vezes por semana” e “todos os dias” para indicar níveis de periodicidade de uso cada vez mais elevados. Assim, cada sujeito foi solicitado a manifestar a sua percepção sobre o a frequência com que usa cada uma das categorias de TCSA, através do respetivo posicionamento na escala de frequências referida. A questão foi colocada de forma semelhante aos estudantes e aos docentes: “Indique a frequência com que usa as TCSA”.

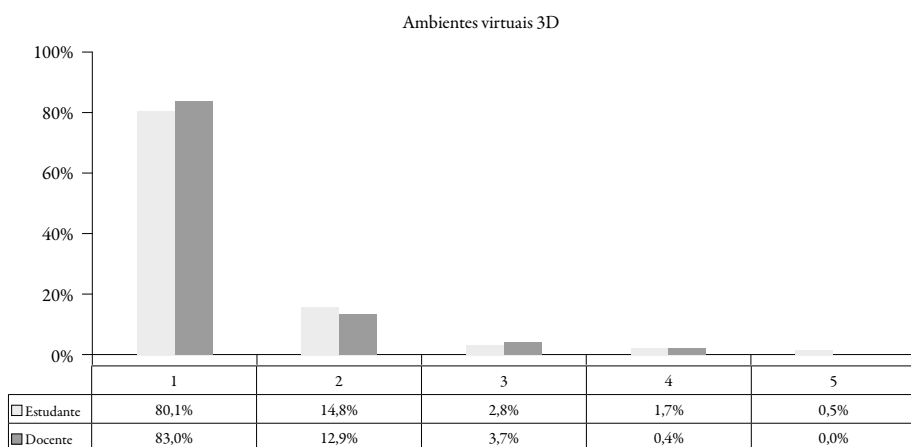
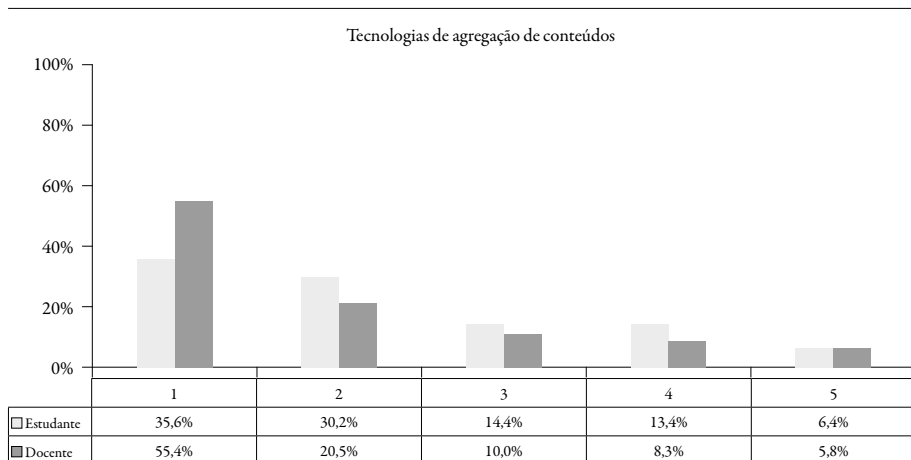
A Figura 1 apresenta os principais resultados sobre a frequência de uso das TCSA por parte dos estudantes e por parte dos docentes. A partir da observação desta figura verifica-se que duas categorias de TCSA se destacam por uma utilização muito frequente, distanciando-se nesse aspecto das restantes categorias. Assim, a utilização das tecnologias de comunicação interpessoal ocorre diariamente na opinião de 54,4% dos estudantes e de 77,5% dos docentes. Agregando os dois níveis “diariamente” e “algumas vezes por semana”, obtém-se um resultado de 80,6% para os estudantes e de 91,7% para os docentes, o que demonstra uma frequência de utilização muito elevada. Este aspecto é ainda reforçado pelo facto de apenas 3,0% dos estudantes e de 1,3% dos docentes terem referido que nunca usam esta categoria de TCSA. Este resultado parece natural dado que, em geral, cada estudante está associado a poucos docentes mas, ao contrário, em geral cada docente está associado a um número elevado de estudantes, pelo que é expectável que os docentes tenham de fazer uma utilização mais frequente do que os estudantes das tecnologias de comunicação interpessoal.

Figura 1. Frequência de uso de TCSA nas IESPP

Questão (Estudantes e Docentes):
Indique a frequência com que usa as TCSA
Escala:
1: Nunca
2: Raramente
3: Algumas vezes por mês
4: Algumas vezes por semana
5: Diariamente







Na categoria de plataformas de gestão de aprendizagem também se verificam níveis de utilização bastante elevados, embora não tão expressivos na utilização diária em comparação com o que acontece com as tecnologias de comunicação interpessoal. No entanto, agregando a frequência de utilização diária com a que ocorre algumas vezes por semana, obtêm-se valores de 70,2% para os estudantes e de 72,0% para os docentes, o que confirma uma utilização bastante elevada. É ainda curioso verificar que 11,0% dos estudantes e 9,1% dos docentes declara nunca usar as plataformas de gestão de aprendizagem.

Todas as restantes cinco categorias de TCSA evidenciam um uso claramente menos frequente do que o que ocorre em relação às duas categorias que acabam de ser referidas. A categoria usada com menos frequência é a dos ambientes vir-

tuais 3D, em que apenas 19,9% dos estudantes e 17,0% dos docentes manifestam alguma frequência de uso, reforçado pelo facto de apenas 2,2% dos estudantes e 0,4% dos docentes usarem essa TCSA diariamente ou algumas vezes por semana. As tecnologias de agregação de conteúdos e as redes sociais também evidenciam níveis de utilização relativamente baixos: 70,8% dos estudantes e 50,7% dos docentes declaram alguma frequência de uso das redes sociais; e 64,4% dos estudantes e 44,6% dos docentes declaram alguma frequência de uso das tecnologias de agregação de conteúdos.

As tecnologias para a publicação e partilha de conteúdos, assim como as tecnologias que permitem a colaboração, mostram frequências de utilização intermédias, ou seja, menores do que em relação às tecnologias que permitem a comunicação interpessoal e às plataformas de gestão de aprendizagem, mas maiores do que em relação às restantes categorias. De facto, verifica-se que 87,6% dos estudantes e 60,7% dos docentes declaram usar as tecnologias para publicação e partilha e que 90,8% dos estudantes e 65,6% dos docentes declaram usar as tecnologias que permitem a colaboração.

Da análise da Figura 1 resulta ainda que, em geral, os docentes declaram maiores taxas de não utilização das TCSA do que os estudantes, sendo exceções os resultados relativos às plataformas de gestão de aprendizagem e às tecnologias que permitem a comunicação interpessoal. Destacam-se os casos de não utilização das tecnologias para a publicação e partilha de conteúdos, das tecnologias que permitem a colaboração, das redes sociais e das tecnologias de agregação de conteúdos, em que a diferença entre os estudantes e os docentes não utilizadores é de pelo menos 20%. Ou seja, nestas 4 categorias de TCSA os estudantes utilizadores são proporcionalmente bastante mais do que os docentes.

Satisfação no uso de TCSA

O indicador de frequência de satisfação de uso permite determinar os níveis de satisfação que os sujeitos percecionam subjetivamente pelo uso das TCSA. Este indicador, tal, como acontece no indicador de frequência de uso, não explica as razões pelas quais os sujeitos percecionam níveis mais elevados ou menos elevado pelo uso das TCSA.

Para medir a satisfação pelo uso das TCSA por parte dos estudantes e dos docentes foi usada a taxonomia de TCSA descrita e apresentada na Tabela 2, e uma escala referencial e bipolar (Moreira 2009) de satisfação com os seguintes níveis: “totalmente insatisfeito”, “insatisfeito”, “nem satisfeito nem insatisfeito”, “satisfeito”

e “totalmente satisfeito”. Cada estudante e cada docente foi solicitado a manifestar a sua percepção sobre a sua satisfação relativamente ao uso que faz de cada uma das categorias de TCSA da taxonomia referida, através do seu posicionamento na escala referida. Para isso, aos estudantes e aos docentes foi colocada a mesma questão (Estudante e Docente_1, na terminologia da Figura 2): “Indique o seu grau de satisfação no uso das TCSA”.

Aos docentes foi também colocada, com a mesma taxonomia e com a mesma escala, uma questão que permitiu medir a sua percepção sobre a satisfação que os seus alunos obtêm da utilização das TCSA, tendo sido sujeitos à seguinte questão (Docente_2, na terminologia da Figura 2): “Indique a sua percepção sobre o grau de satisfação dos seus alunos relativamente ao uso das TCSA”.

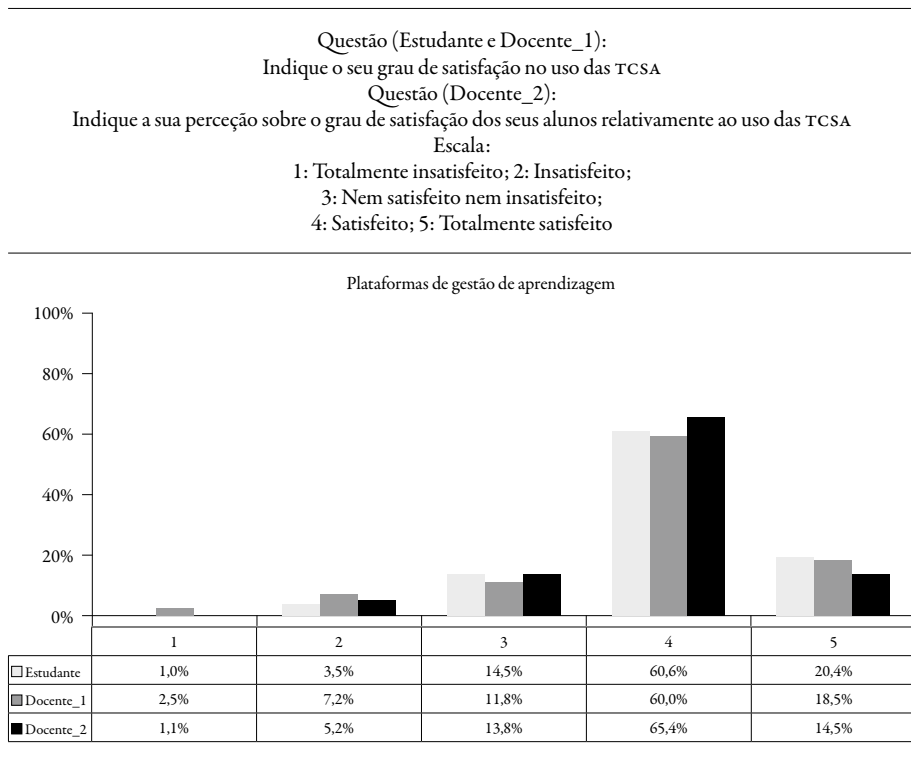
Para efeitos de análise de satisfação no uso podem agrupar-se as TCSA em 3 grupos. Por um lado em duas categorias é evidente uma satisfação bastante elevada. De facto, 91,4% dos estudantes e 90,7% mostram uma posição positiva (“concordo” ou “concordo totalmente”) sobre o uso de tecnologias de comunicação interpessoal, e 88,4% dos docentes declaram também uma posição positiva sobre a sua percepção da satisfação dos seus alunos no uso dessas tecnologias. De forma relativamente semelhante, 81,0% dos estudantes e 78,5% dos docentes declaram uma posição positiva relativamente ao uso das plataformas de gestão de aprendizagem, e 79,9% dos docentes mostram igualmente uma posição positiva sobre a sua percepção em relação à satisfação dos seus estudantes no uso dessas tecnologias.

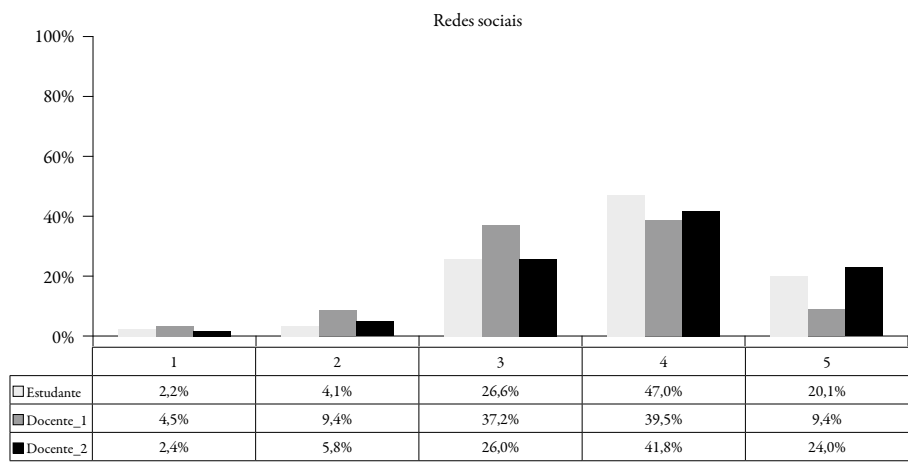
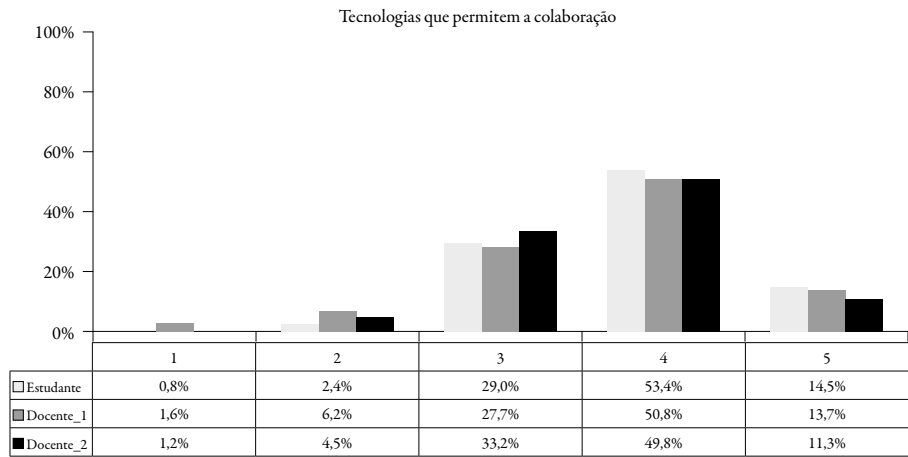
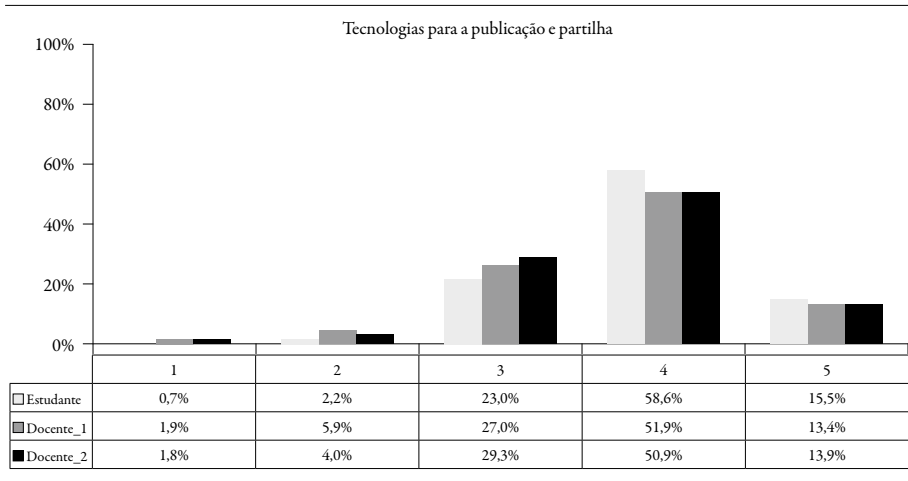
Os resultados sobre estas duas categorias de TCSA contrastam de forma evidente com os resultados relativos ao uso das tecnologias de agregação de conteúdos e de ambientes virtuais 3D. De facto, nestas duas últimas categorias a resposta sobre a opção “nem satisfeito nem insatisfeito” é muito elevada por parte dos alunos (tecnologias de agregação de conteúdos: 51,8%; ambientes virtuais 3D: 64,1%) e por parte dos docentes (tecnologias de agregação de conteúdos: 46,5%; ambientes virtuais 3D: 63,9%). A percepção dos docentes sobre a satisfação dos seus alunos pelo uso destas duas categorias de TCSA apresenta resultados relativamente semelhantes (tecnologias de agregação de conteúdos: 59,2%; ambientes virtuais 3D: 63,1%). Acresce ainda, significativamente, o facto de a taxa de não respostas em relação a estas categorias de TCSA ter sido muito elevada, especialmente por parte dos docentes. No caso das tecnologias de agregação de conteúdos, não responderam 25,8% dos alunos e 69,0% dos docentes, a que acrescem 75,4% de docentes que não responderam sobre a sua percepção em relação à satisfação dos alunos no uso dessa categoria de TCSA. No caso dos ambientes virtuais 3D, não responderam 40,4% dos alunos e

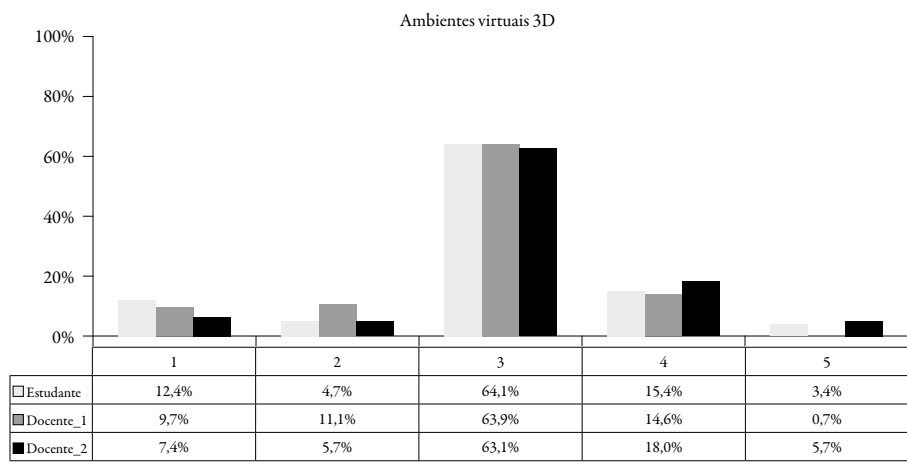
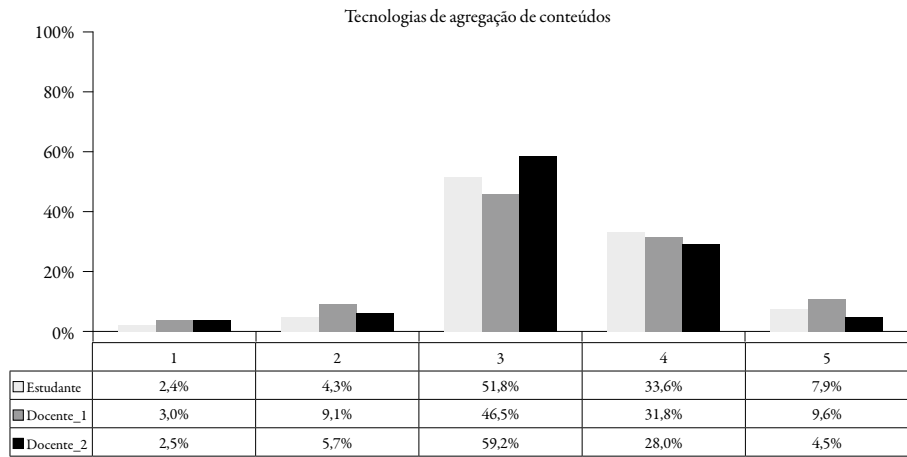
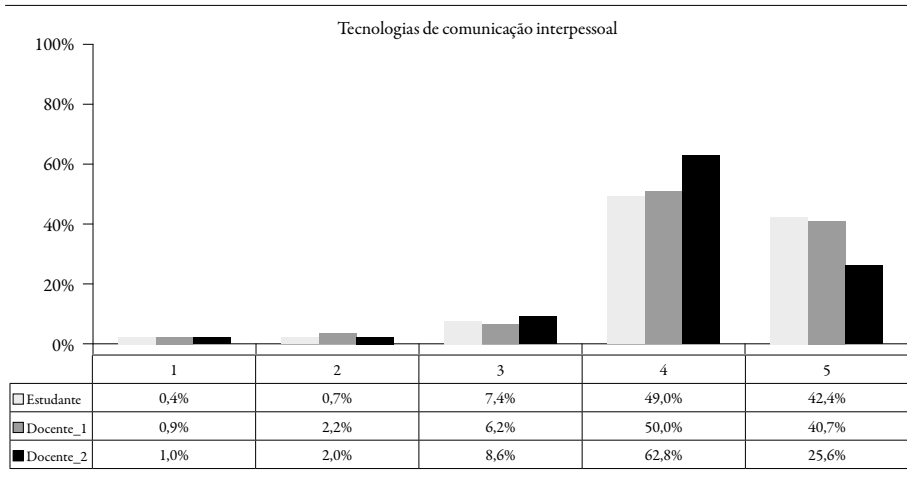
77,5% dos docentes, a que acrescem 80,9% de docentes que não reponderam sobre a sua perceção em relação à satisfação dos alunos no uso dessa categoria de TCSA. Os resultados sobre estas duas categorias de TCSA são bastante significativos e estão de acordo com os que foram apresentados para a frequência de uso.

Nas restantes categorias (tecnologias para a publicação e partilha, tecnologias que permitem a colaboração e redes sociais) os resultados são intermédios. Os níveis de satisfação são relativamente elevados, mas os níveis de não resposta também são importantes, principalmente por parte dos docentes.

Figura 2. Satisfação do uso de TCSA nas IESPP







Sobre a satisfação no uso das TCSA pode ainda afirmar-se que:

- 1) Os estudantes revelam níveis de satisfação mais elevados (considerando “satisfeito” e “totalmente satisfeito”) do que os docentes. As maiores diferenças ocorrem nas tecnologias para a publicação e partilha (estudantes: 74,1%; docentes: 65,3%) e nas redes sociais (estudantes: 67,1%; docentes: 48,9%);
- 1) Os níveis mais elevados de insatisfação (“totalmente insatisfeito” e “insatisfeito”) são evidenciados, pelos estudantes e pelos docentes, em relação ao uso das redes sociais (estudantes: 6,3%; docentes: 13,9%), às tecnologias de agregação de conteúdos (estudantes: 6,7%; docentes: 12,1%) e aos ambientes virtuais 3D (estudantes: 17,1%; docentes: 20,8%);
- 2) Em geral, a perceção que os docentes declaram sobre a satisfação dos seus alunos no uso das TCSA é inferior à declarada pelos próprios alunos.

Considerações finais

Pelo que ficou exposto neste capítulo, pode afirmar-se que, em geral, as tendências observadas em relação à frequência de uso seguem tendências próximas às verificadas em relação à satisfação que decorre do uso das TCSA. De facto, existem duas categorias de TCSA (as plataformas de gestão de aprendizagem e as tecnologias de comunicação interpessoal) que se destacam de forma evidente por serem as mais frequentemente usadas, quer por docentes quer por alunos, sendo também aquelas em se verificam níveis mais elevados de satisfação.

Não deixa também de ser interessante o facto de se verificar que as outras cinco categorias de TCSA, que são as que apresentam usos menos frequentes, serem também aquelas em que se observam níveis de satisfação menos elevados. Curiosamente, estas cinco categorias são as que podem ser associadas à geração da Web 2.0, tecnologias que, de acordo com os resultados de outros estudos realizados no ensino superior português (Coutinho & Junior, 2008; Marques & Carvalho, 2008), são ainda usadas com pouca frequência por docentes e estudantes no apoio às suas atividades de aprendizagem.

Os resultados apresentados ao longo deste capítulo são parcelares do estudo desenvolvido e referem-se apenas à frequência e à satisfação do uso das TCSA. A apresentação da totalidade dos resultados obtidos está disponível nas duas teses de doutoramento que resultaram deste projeto (Batista, 2011; Morais, 2012), tendo também sido já produzidos outros documentos que descrevem aspetos mais espe-

cíficos deste projeto, tais como as questões institucionais (Batista & Ramos, 2011, Batista & Ramos, 2012), as questões do género (Morais & Ramos, 2011; Moraes & Ramos, 2011), entre outros (Morais, Batista & Ramos, 2011; Ramos, Batista & Moraes, 2011).

Referências

- Armstrong, J. & Franklin, T. (2008). *A Review of Current and Developing International Practice in the Use of Social Networking (Web 2.0) in Higher Education*. [Acedido em 4 abr. 2009], Disponível em: <http://www.franklin-consulting.co.uk/LinkedDocuments/the%20use%20of%20social%20networking%20in%20HE.pdf>
- Bates, A. W. (2000). *Managing Technological Change: Strategies for College and University Leaders*. San Francisco, USA: Jossey-Bass.
- Batista, J. (2011). *O Uso das Tecnologias da comunicação no Ensino Superior*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro. Disponível em: <http://ria.ua.pt/handle/10773/8788>
- Batista, J. & Ramos, F. (2011). The Strategic Dimension of the Use of Communication Technologies to Support Learning: The Case of Portuguese Public Higher Education. Paper presented at the *ICERI'2011 – International Conference of Education, Research and Innovation*.
- Batista, J. & Ramos, F. (2012). A Conceptual Framework for the Analysis of the Use of Advanced Communication Technologies in Higher Education. Paper presented at the *12th IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT'2012)*.
- Boezerooij, P. (2006). *E-Learning Strategies of Higher Education Institutions: An Exploratory Study into the Influence of Environmental Contingencies on Strategic Choices of Higher Education Institutions with Respect to Integrating E-Learning in their Education Delivery and Support Processes*. Unpublished PhD Thesis, University of Twente, Twente.
- Caspi, A., Chajut, E. & Saporta, K. (2008). Participation in class and online discussions: Gender differences. *Computers & Education*, 50 (3), pp. 718-724.
- Colley, A. & Maltby, J. (2008). Impact of the Internet on our lives: Male and female personal perspectives. *Computers in Human Behavior*, 24 (2008), pp. 2005-2013.
- Collis, B. & Wende, M. v. d. (2002). *Models of Technology and Change In Higher Education: An International Comparative Survey on the Current and Future Use of*

- ICT in Higher Education*. [Acedido em 22 fev. 2009], Disponível em: <http://doc.utwente.nl/44610/1/ictrapport.pdf>
- Decreto-Lei nº 244/2002, de 5 de Novembro do Ministério das Cidades, Ordenamento do Território e Ambiente. Diário da República: 1ª Série-A, nº 255 (2002), pp. 7101-7103.
- Gorge, M. (2007). Security for third level education organizations and other educational bodies. *Computer Fraud & Security*, 2007(7), pp. 6-9.
- GPEARI (2010). Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais, Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior / Direcção de Serviços de Informação Estatística em Ensino Superior. Retrieved February 2, 2010, from <http://www.gpeari.mctes.pt/index.php?idc=21&idi=455227>
- Grodecka, K., Wild, F. & Kieslinger, B. (Eds.). (2009). *How to Use Social Software in Higher Education: iCamp Project*. [Acedido em 2 fev. 2009], Disponível em: <http://www.icamp.eu/wp-content/uploads/2009/01/icamp-handbook-web.pdf>
- Guo, R. (2006). *ICT literacy in teacher education: a case study of the University of British Columbia*. PhD Thesis. Vancouver: University of British Columbia.
- Harley, D., Henke, J., Lawrence, S., Miller, I., Percialli, I., Nasatir, D., et al. (2006). *Final Report: Use and Users of Digital Resources: A Focus on Undergraduate Education in the Humanities and Social Sciences*. [Acedido em 19 mar. 2009], Disponível em: <http://cshe.berkeley.edu/research/digitalresourcestudy/report/>
- Hart, J. (2009). *C4LPT - Centre for Learning & Performance Technologies*. [Acedido em 30 dez. 2009] Disponível em: <http://www.c4lpt.co.uk/recommended/index.html>
- Heikkilä, M., Haarala-Muhonen, A. & Nevgi, A. (2005). Implementation of ICT at the University of Helsinki. Paper presented at the *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2005*.
- Imhof, M., Vollmeyer, R. & Beierlein, C. (2007). Computer use and the gender gap: The issue of access, use, motivation, and performance. *Computers in Human Behavior*, 23 (2007), pp. 2823-2837.
- JISC, U. o. E. L., Education for Change,. (2006). Strategies for Managing ICT and its Applications within Colleges and Universities: Policy and Practice. [Acedido em 1 abr. 2010], Disponível em: http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/jos/Strategies_for_managing_ICT.pdf
- Löfström, E. & Nevgi, A. (2007). From strategic planning to meaningful learning: diverse perspectives on the development of web-based teaching and learning

- in higher education. *British Journal of Educational Technology*, 38(2), pp. 312-324.
- Madigan, E., Goodfellow, M. & Stone, J. (2007). Gender, Perceptions, and Reality: Technological Literacy Among First-Year Students. *Proceedings of the 38th SIGCSE Technical Symposium on Computer Science Education*. Covington, KY.
- Minocha, S. (2009). *A Study on the Effective Use of Social Software by Further and Higher Education in the UK to Support Student Learning and Engagement*. [Acedido em 1 abr. 2009], Disponível em: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/projects/effective-use-of-social-software-in-education-finalreport.pdf>
- Morais, N. S. & Ramos, F. (2011). As atitudes em relação ao uso de tecnologias da comunicação para suporte à aprendizagem: as diferenças de género entre os alunos do ensino superior em Portugal. In Azevedo, J. & Martins, M. (orgs.), *Atas do VII Congresso SOPCOM – Meios Digitais e Indústrias Criativas*, Porto, Portugal, pp. 2808-2820.
- Morais, N. S. & Ramos, F. (2011). The influence of gender on students' perceptions about their competences and use of communication technologies in Portuguese Higher Education. Poster apresentado no *ICERI 2011 - International Conference of Education, Research and Innovation*, 14-16 November, Madrid, Spain.
- Morais, N. S. (2012). *O género e o uso das tecnologias da comunicação no ensino superior público português: as questões de género na perceção e avaliação das tecnologias da comunicação usadas para suporte à aprendizagem*. Tese de Doutoramento. Universidade de Aveiro. Disponível em: <http://ria.ua.pt/handle/10773/10466>
- Morais, N. S., Batista, J. & Ramos, F. (2011). Caracterização das Actividades de Aprendizagem promovidas através das Tecnologias da Comunicação no Ensino Superior Público Português. In Moreira, A. (ed.). *Indagatio Didactica*, 3 (3) 2011, pp. 6-18, ISSN: 1647-3582.
- Moreira, J. M. (2009). *Questionários: teoria e prática* (Reimpressão da edição de Outubro de 2004 ed.). Coimbra: Edições Almedina.
- Papastergiou, M. & Solomonidou, C. (2005). Gender issues in Internet access and favourite Internet activities among Greek high school pupils inside and outside school. *Computers & Education*, 44 (2005), pp. 377-393.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. Van (2005). *Manual de investigação em ciências sociais: Trajectos*. 4ª edição traduzida. Lisboa: Gradiva, 2005.
- Ramos, F., Batista, J. & Moraes, N. S. (2011). Novos media e novas práticas no Ensino Superior: Como as Tecnologias da Comunicação estão contribuindo para

- mudar as Instituições do Ensino Superior. In *Actas do IX LUSOCOM*, 4-6 de Agosto de 2011, São Paulo, UNIP, Brasil.
- Siemens, G. (2005). *Connectivism: Learning as Network-Creation*. [Acedido em 31 jan. 2010], Disponível em: <http://www.elearnspace.org/Articles/networks.htm>
- Siemens, G. & Tittenberger, P. (2009). *Handbook of Emerging Technologies for Learning*. [Acedido em 9 dez. 2009], Disponível em: http://umanitoba.ca/learning_technologies/cetl/HETL.pdf
- Weiss, M., & Hanson-Baldauf, D. (2008). E-Mail in Academia: Expectations, Use, and Instructional Impact. *Educause Quarterly*, 31(1), pp. 42-50.

Interfaces e narrativas para espaços *elearning*: estudo de caso do portal educacional sapo campus

Luciana Renó*

Introdução

A maneira que interagimos com uma página web ou tecnologia na rede está totalmente relacionada com a interface e a linguagem. Quanto mais simples é a interface, mais agradável é para o usuário, ou seja, um ponto muito importante quando se desenvolve uma página web é como será a sua interface. É necessário que seja tão simples que se navegue de maneira intuitiva. Carlos Scolari (2004) explica que um modelo adequado de interface deve ser o semio-cognitivo, ou seja, intuitivo e transparente ao mesmo tempo. Sobre o tema, Lev Manovich (2005) defende que a interface é o espaço onde há interação, interatividade e que possibilita desenvolvimento e mudanças da mesma.

Outra importante característica de uma página web é sua linguagem. É importante pensar nos processos de comunicação existentes dentro, ou estendidos para fora, de uma página na internet para que a mesma seja aproveitada de maneira ampla em sua função. Neste campo, é fundamental considerar o potencial das páginas web na construção do conhecimento, na contemporaneidade acompanhada de um conhecimento coletivo e por processos participativos.

* Engenheira eletricista e mestre em Processamento da Informação pela Universidade Federal de Uberlândia (Brasil), desenvolve doutorado sobre Jornalismo de Dados, Big Data e Narrativa Transmídia, no Programa de Comunicación da Universidade Complutense de Madri (Espanha). Atuou como professora dos cursos de Jornalismo e Comunicação Social e diretora do grupo da Uniminuto participante do projeto internacional Red UNID. Atualmente, integra a Cátedra Latino-americana de Narrativas Audiovisuais. E-mail: Luciana.lorenzi@gmail.com .

Com estes parâmetros, este artigo apresenta um estudo de linguagem e interface da rede social educacional Sapo Campus, desenvolvida desde setembro de 2009 por investigadores da Universidade de Aveiro (Santos, Pedro & Almeida, 2011) como resultado de uma associação entre o programa de pós-graduação em Comunicação e Artes da instituição (especificamente, o grupo CETAC-Media, Centro de Estudos das Tecnologias e Ciências da Comunicação) e o Sapo – mais importante companhia web no contexto português, de propriedade da PT Comunicações.¹

Foram adotados os teóricos Lev Manovich e Carlos Scolari para definir os conceitos de interface em seus distintos conceitos. Além disso, adotamos George Landow e Denis Renó para sustentar os conceitos de interatividade, fundamentais para interpretar as possibilidades de navegabilidade oferecidas pela interface do Sapo Campus. Também no quesito teorias, orientamos este estudo pelo conceito de conectivismo desenvolvido por George Siemens (2004) e Stephen Downes (2005) para sustentar o processo de aprendizagem oferecido pelo Sapo Campus, e para isso consideramos fundamental compreender a narrativa transmídia, suas possibilidades e seus parâmetros, com o apoio de conceitos apresentados por Denis Renó, Andrea Versuti e Luciana Renó (2012) em seus estudos sobre o tema.

A metodologia de investigação adotada para esta investigação foi o estudo de caso analítico, (Yin, 2002) sobre a rede social Sapo Campus. O estudo tem como objetivo apresentar olhares sobre conceitos de interface adotados pelo espaço digital. Em seguida, serão detectadas e apresentadas, como parte do estudo de caso analítico, as estratégias de narrativa transmídia presentes no Sapo Campus para a construção de conhecimento coletivo por conteúdos na “nuvem digital”, como define Siemens (2006).

A partir deste estudo, que tem um caráter analítico mas complementa a investigação aplicada desenvolvida pelo CETAC-Media no desenvolvimento do próprio objeto de estudo Sapo Campus, torna-se possível compreender a importância desta mistura de fatores na construção de estratégias e ambientes para a educação direcionada ao estudante contemporâneo, cada dia menos receptor e inversamente proporcional no quesito participação.

¹ Disponível em <http://www.ptcom.pt/ptresidencial2> Acessado em 21/11/2012.

Interfaces

Em termos semióticos, a interface do computador atua como um código que transporta mensagens culturais em uma diversidade de meios (Manovich, 2005, p. 113).

Ainda segundo Manovich:

As obras de arte dos novos meios possuem outras dimensões estéticas ou “experimentais” de caráter mais tradicional, que justificam seu estatuto como arte y não como desenho de informação. Essas dimensões incluem uma determinada configuração do tempo, do espaço e da superfície que se expressa na obra, uma determinada sequência de atividades do usuário durante o tempo de interação com a obra, e uma determinada experiência formal, material e fenomenológica do usuário. É a interface da obra a que cria sua materialidade única e a experiência única do usuário. Desde esta perspectiva, pensar em uma interface como em um nível separado, como em algo que se pode alterar de maneira arbitrária, é eliminar o estatuto de uma obra de arte dos novos meios enquanto arte (Manovich, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, 2005, p. 116).

Scolari (2004) defende que as interfaces também necessitam da textualidade (de suas teorias, de seus modelos e reflexões) para não ficar reduzida a um menor instrumento nas mãos dos usuários. E más, que elas não somente “conversem” com os humanos, senão que também o faça entre elas, ou seja, não podem ser isoladas de seu universo interativo nem estudadas a margem do sistema que pertencem.

Assim também defende Manovich (2005) quando descreve que o termo interface entre homem e o computador, ou interface do usuário, são as maneiras em que este interage com o equipamento. Compreende os dispositivos de entrada e saída física de dados, como o monitor, o teclado e o mouse. Além disso, já não se comunica com um computador senão com a cultura codificada em forma digital. Manovich (2005, p. 120) emprega o termo “interface cultural” para descrever uma interface entre o homem, o computador e a cultura: são as maneiras em que os computadores apresentam os dados culturais e nos permitem relacionarmos com eles.

Scolari (2004) define que uma interface semio-cognitiva para a interação indivíduo-computador é mais eficiente que uma interface simplesmente semiótica pelos limites deste ponto de vista. A interface já não é considerada uma espécie de membrana que separa dois espaços ou porções de matéria, senão um dispositivo que garante a comunicação —compreendida como troca de dados— entre dois sistemas informáticos diferentes ou um sistema informático e uma rede de comunicação.

Define também Scolari (2004) que a transparência das interfaces é um mito; na verdade, são complexos dispositivos semióticos que se escondem detrás da aparente automaticidade da interação. A definição de Scolari surge a partir de uma análise de conceitos de Mantovani (1995, p. 65, *apud* Scolari, 2004, p. 25), que defende o desaparecimento das tecnologias eficientes por se confundir com o entorno em vez de atrair a atenção do usuário. A preocupação fica com o que se faz e não com o instrumento.

Então, o que é interface? Scolari (2004) define que a interface designa um dispositivo capaz de assegurar o intercambio de dados entre dois sistemas (ou entre um sistema informático e uma rede de comunicação).

O autor ainda utiliza metáforas para ajudar na compreensão das interfaces, pois entre o homem e as máquinas digitais há um campo onde a carência de conceitos específicos leva a proliferação de metáforas explicativas. Como por exemplo, o vírus que infecta os organismos de silício ou o menu que se abre e fecha com uma simples ação do dedo sobre o mouse. A ideia anterior é completada por uma definição de Mantovani (1995, *apud* Scolari, 2004, p. 46):

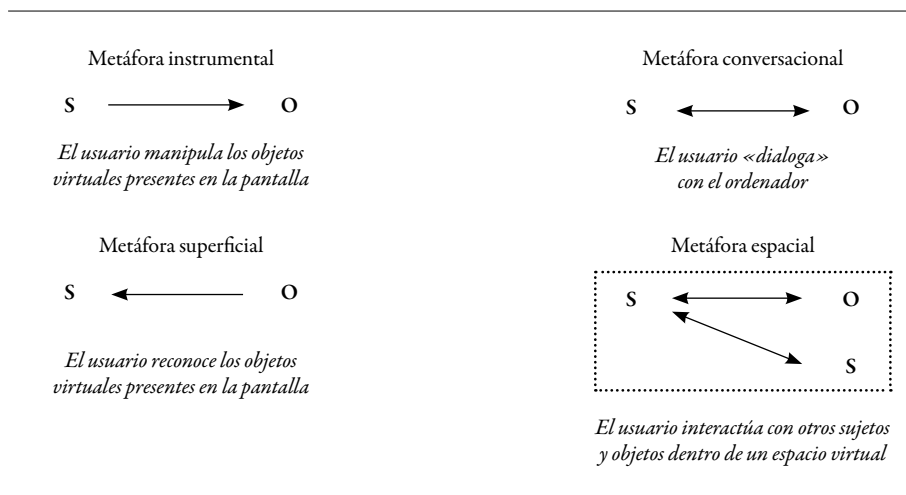
[...] as metáforas não somente servem para iluminar conceitualmente objetos ou processos obscuros: no caso das interfaces, através do dispositivo metafórico se incorporam hipóteses teóricas e se expressam diferentes concepções do homem e das relações intersubjetivas.

Para Kammersgaard (1998, *apud* Scolari, 2004, pág. 48), dialogar com as máquinas —metáfora conversacional— define que os seres humanos e os computadores são considerados como sócios de um diálogo. O processo de interação é visto como um processo de comunicação onde o usuário e o aplicativo do computador atuam ambos como emissores e receptores, e o aplicativo é visto como capaz de demonstrar condutas comunicativas similares às de *partners* humanos.

Em esta primeira fase dos computadores, conversar com o sistema significava que o operador —um técnico altamente especializado— conversava com os computadores através de linguagem de máquina pelo teclado, e o computador lhe respondia por meio da impressora ou mais tarde, por um monitor com interface alfanumérica. A interface projetada significava desenhar uma conversa entre homem e computador (Scolari, 2004).

Alguns anos depois já era possível conversar com os objetos, isto é, havia um sistema mais interativo, onde o usuário podia comunicar-se diretamente com o programa em execução.

Figura 1. A interface e suas metáforas (Scolari, 2004, p. 74)



Na figura 1, S representa o sujeito e O significa objeto. A primeira parte da figura, metáfora instrumental, mostra que há somente uma direção de comunicação em esta interface, ou seja, o sujeito manipula os objetos virtuais presentes na tela, porém não há interação entre eles. Esta metáfora representa a interface como extensão ou próteses do corpo do usuário, como a utilização do mouse na navegação em conteúdos de uma página web. O conceito provém de Marshall McLuhan (2005), quando apresenta que os meios tecnológicos são extensões do nosso corpo.

Na metáfora superficial, o usuário reconhece os objetos virtuais presentes na tela, mas não manipula estes objetos, senão que recebe conteúdo. A informação vem do objeto.

A metáfora conversacional já é uma forma de interface como conhecemos hoje, ou seja, o usuário dialoga com o computador, como por exemplo, se escreve no Word. O usuário digita as letras e o computador mostra na tela.

A última metáfora, a espacial, é a mais completa na forma de interatividade, pois, o usuário interage com outros sujeitos e objetos dentro de um espaço virtual, isto é, manipula objetos ao mesmo tempo em que pode interagir com outro usuário. Por exemplo, no Facebook se pode escrever algo e em seguida receber um comentário de outro usuário de uma maneira muito mais complexa de interação.

Complementando a metáfora espacial, devemos estabelecer uns conceitos importantes para que sua compressão seja ampla. Esta metáfora existe em um ambiente hiper, ou seja, um espaço digitalmente expandido que é construído a partir de enlaces “inteligentes”, embora a inteligência esteja incluída nos autores do roteiro narrativo destes espaços (Renó & Flores, 2012).

Estes ambientes têm algumas características que podem ser definidas de acordo com o olhar desejado, denominadas como linguagem. São as seguintes características:

- **Hipertexto:** um conjunto de caminhos que possibilitam uma navegabilidade. Uma gama de nós neurais. Uma estrutura de leitura horizontal. Textos entrelaçados em um labirinto de possibilidades. Uma construção textual com leitura expandida (Renó & Flores, 2012). Por exemplo, uma página web com conteúdos textuais e links que abrem novas páginas de conteúdos textuais;
- **Hipermídia:** Em estes, assim como os textos inter-relacionados, vínculos com outros tipos de fragmentos comunicacionais. Segundo George Landow (2009, p. 25), “a expressão Hipermídia simplesmente estende a noção de texto hipertextual ao incluir informação visual e sonora, assim como a animação e outras formas de informação”;
- **Interatividade:** Para alguns teóricos, o conceito é descrito de forma simples, porém outros consideram um tema demasiado complexo para uma definição linear em poucas palavras (Manovich, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, 2005). Nos ambientes hiper, temos dois tipos de relação interativa, basicamente: um-um (Renó & Flores, 2012) e muitos-muitos (Scolari, 2008, *apud* Renó & Flores, 2012). Um-um é um processo interativo onde uma pessoa faz um conteúdo interativo e “convida” a outra para fazer sua parte na autoria. O resultado é somente para ele, e cada um faz sua parte. É uma relação individualista. Muitos-muitos é outro modelo de relação interativa. Isto está presente, por exemplo, na blogosfera, onde o autor do blog publica seu conteúdo, entretanto ele está aberto a comentários distintos, e infinitos, e a partir disto começa um diálogo entre todos os participantes, que podem ser muitos. O mesmo ocorre com o espaço Wiki, onde todos fazem o conteúdo e todos podem participar (Renó & Flores, 2012).

A partir dos conceitos apresentados e a análise dos mesmos fica mais claro a interação dentro da metáfora espacial definida por Scolari (2004) para identificar melhor uma interface adequada.

Transmídia e conectivismo: conteúdo e conhecimento construídos pelo usuário

A sociedade contemporânea convive com novos espaços midiáticos provenientes da web 2.0, que passou a oferecer ao usuário a possibilidade de construir seus ambientes e alimentá-los com seus conteúdos. Também alterou o comportamento do cidadão midiaticizado, antes denominado receptor, e que agora é definido como o consumidor midiático que produz (Levinson, 2012), ou seja, um cidadão participativo, habituado a retroalimentar os conteúdos oferecidos pelos meios (sejam jornalísticos, de entretenimento ou de educação).

Junto a essas novas características, desenvolve-se de maneira expressiva a narrativa transmídia, contemporânea em sua origem e participativa em sua essência. Tal narrativa tem como característica a retroalimentação por parte do usuário em sua diversidade de mensagens e variedade de espaços e linguagens comunicacionais. Uma narrativa transmídia é apoiada na construção de mensagem que tem como base alguns fatores importantes, tais como:

- Circula por redes sociais;
- Oferece conteúdos fragmentados, independentes, e distribuídos por multi-plataforma;
- Oferece, considera e espera uma retroalimentação, ou seja, uma transformação da mensagem por parte do receptor, agora coautor (Renó D., 2011)
- Circula por processo viral;
- É produzido e/ou consumido por dispositivos móveis.

Com essas características, uma narrativa transmídia obtém uma crescente força midiática que envolve o usuário de tal maneira que ele passa a ser produtor de conteúdos. Entretanto, tal narrativa é atualmente explorada com expressividade somente por conteúdos midiáticos no campo do entretenimento, e de maneira crescente nos campos da educação e do jornalismo. Mas seu potencial aponta para estas duas atividades comunicacionais, que conta com algumas experiências em desenvolvimento, seja no campo acadêmico, seja no campo aplicado.

No campo da educação, a narrativa transmídia convive de maneira expressiva com ambientes wiki, definido como espaço de construção coletiva (Renó & Flores, 2012), mas também conta com outros espaços, algumas vezes desenvolvidos por educadores através da criação de ambientes na blogosfera ou por atividades em redes sociais. Tais ambientes são aproveitados para comentar sobre um tema, além de oferecer uma simulação de algo ocorrido e de “dar vida” aos personagens, como por exemplo, a criação de perfis em Facebook de pessoas que marcaram a história e que “ensinam pessoalmente” a partir de discussões reais com estudantes. Também oferecem a possibilidade da promoção de debates entre os estudantes a partir de um tema, proporcionando neste ponto a construção de um conhecimento coletivo disponível, de alguma maneira, em um espaço virtual, em uma “nuvem digital”.

A partir destes pontos, George Siemens (2004) difunde o conceito de conectivismo, ou seja, uma maneira de construção do conhecimento que ocorre a partir da troca de conhecimentos entre os próprios detentores (ou multiplicadores) desta informação. Para Siemens, o conhecimento contemporâneo está disponível na rede, na “nuvem digital”, e as pessoas trocam esse conhecimento entre si, desenvolvendo novos patamares cognitivos. Já Stephen Downes (2005) apresenta um termo semelhante para denominar esse conhecimento coletivo: conhecimento conectivo. Entretanto, a ideia de Downes segue no mesmo campo de Siemens, inclusive com a mesma proposta. De tal maneira, essas propostas de Siemens e Downes vão de encontro com a narrativa transmídia, especialmente no campo da linguagem wiki. Porém, a diferença é que o conectivismo é um fenômeno social que oferece, segundo Siemens (2006), a multiplicação de um conhecimento e para Downes (2005) o conhecimento é um processo. Já a narrativa transmídia é uma narrativa, uma linguagem, uma estratégia comunicacional que otimiza essa reconstrução de conhecimento. Podemos considerar que a narrativa transmídia é uma estratégia para realizar, para concretizar, para facilitar o desenvolvimento do conectivismo na sociedade contemporânea.

Entretanto, tanto conectivismo como narrativa transmídia são possibilidades que não descartam a presença do educador. Diferentemente disso, o educador agora é mais atuante. Ele deve planejar não somente o conteúdo educacional, mas também a forma com a qual vai proporcionar ambientes e narrativas que ofereçam possibilidades participativas e cooperativistas, multiplicadoras de conhecimento. Entre as possibilidades de desenvolvimento destas estratégias e ações estão às redes sociais, cada dia mais utilizado por estudantes que, em inúmeros casos, preferem comunicar-se e trocar conhecimento e informações através deste mundo “real vir-

tual”, deixando de lado de maneira crescente o correio eletrônico como canal de comunicação. Por essa razão, professores e estudantes adotam de maneira expressiva estes espaços para comunicar-se (Renó, Versuti, & Renó, 2012) ou intercambiar conteúdos. Atualmente, o Facebook é o espaço virtual mais utilizado por professores e alunos no desenvolvimento de atividades e rotinas cognitivas, mas também são adotados como possibilidades o Twitter e o Google+ com esse fim. Além disso, a blogosfera tem sido amplamente utilizada na expansão das aulas em ambientes digitais. Neste sentido, desenvolveu-se a rede social Sapo Campus, que oferece ferramentas e estratégias de envolvimento e desenvolvimento do conhecimento coletivo por “nuvens digitais” (conectivismo) com uma narrativa transmídia em seus processos.

Olhares para o Sapo Campus

Na página web Sapo Campus há inúmeras ferramentas e/ou serviços disponíveis aos usuários, os quais utilizam metáforas distintas em suas interfaces, de acordo com conceitos de Scolari (2004), e estratégias de narrativa transmídia (Renó, Versuti, & Renó, 2012) para a construção do conectivismo (Siemens, 2004).

Segundo informações presentes no próprio espaço digital, o Sapo Campus é uma plataforma integrada por serviços web 2.0 desenhada especificamente para o contexto da Educação Superior. Baseada nos conceitos de chave de abertura, de intercambio e de comunicação, pretende-se desafiar as comunidades (alunos, professores, investigadores, serviços, etc.) à construção de um ambiente de aprendizagem pessoal,² mas também coletivo. No contexto do Sapo Campus, os principais objetivos em termos de desenvolvimento de um PLE³ (*Personal Learning Environments*), apoiada por uma instituição educativa, foram:

- Proporcionar serviços para compartilhar conteúdo de alta qualidade e disponibilidade de serviço;

² Disponível em http://wiki.ua.sapo.pt/wiki/SAPO_Campus. Acessado em 09/04/2012.

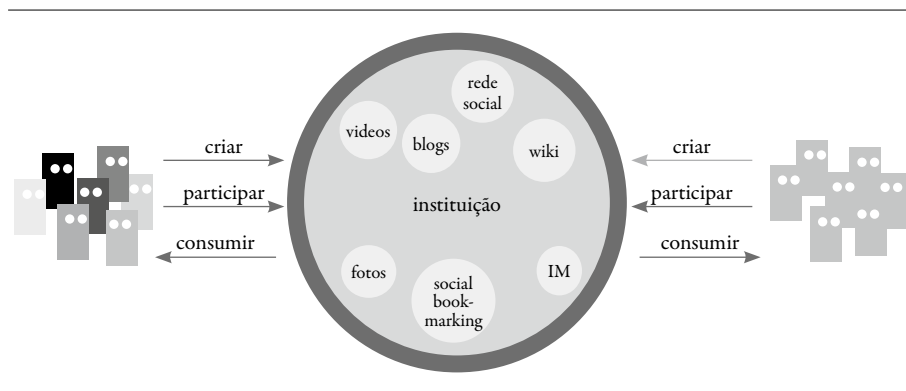
³ Ambiente de Aprendizagem Pessoal ou PLE [siglas do nome original Personal Learning Environment] é uma expressão que aproximadamente desde a JISC/CETIS Conference de 2004 é utilizada para referir-se ao conjunto de ferramentas, serviços e conexões que empregamos para alcançar diversas metas vinculadas à aquisição de novas competências. Aprender através de um PLE permite dirigir a própria aprendizagem, tal e como ocorre com a aprendizagem informal, conectando informação de diversas fontes, informação que chega filtrada e comentada pela comunidade com a qual participa. Disponível em <http://tallerple.wordpress.com/2010/06/06/%C2%BFque-es-un%C2%A0ple/>. Acessado em 10/04/2012.

- Implementar uma solução que otimize o processo de consumir grandes quantidades de informação;
- Proporcionar uma plataforma para alguns dos mecanismos de gestão institucional, que não entrem em conflito com os princípios fundamentais do conceito de PLE.

O conceito básico existente no Sapo Campus, ainda de acordo com Santos, Pedro e Almeida (2011), está relacionado com a implementação de uma plataforma de serviços em dois níveis distintos. Assim, nos níveis de aplicação, foi criada uma integração entre os serviços, ferramentas e recursos proporcionados pela instituição e dirigidos à construção e o desenvolvimento da cultura da PLE entre os membros da Universidade de Aveiro (UA). No segundo nível, proporciona à sociedade uma participação no conteúdo, compartilhando o conhecimento pela rede.

A figura 2 que se apresenta a seguir, desenvolvida por Santos & Pedro (2009 apud Santos, Pedro & Almeida, 2011, p. 79), mostra os serviços prestados pela instituição com a plataforma Sapo Campus e sua interação com os membros da comunidade e outros usuários da internet. A instituição oferece alguns serviços básicos, entre eles: criação de blogs, possibilidade de compartilhar vídeos e fotos, wikis, redes sociais e marcadores sociais (atualmente em execução). À esquerda estão representados os membros da comunidade da UA que têm a liberdade para criar contas em qualquer dos serviços. No lado direito estão os membros externos à UA que podem participar nos debates e consumir a informação publicada, mas não podem criar contas nos serviços.

Figura 2. Níveis conceituais da plataforma Sapo Campus
(Santos & Pedro, 2009 apud Santos, Pedro & Almeida, 2011, p. 79)



Santos, Pedro e Almeida (2011) definem que outro princípio chave diz respeito à possibilidade dos utilizadores controlarem o seu PLE. Os usuários podem decidir que ferramentas ou serviços utilizar e inserir nele, ou a ele, seu espaço pessoal de aprendizagem mediante uma solução tecnológica com o apoio de widgets.⁴ De uma maneira relacionada, o conceito de aprendizagem durante toda a vida é também aplicado na plataforma Sapo Campus. A plataforma permite que os usuários, mesmo depois de haver terminado sua formação acadêmica e sua conexão formal com a instituição, podem seguir utilizando o acesso, além de voltar a configurar o espaço de aprendizagem pessoal. Dessa maneira, a retroalimentação presente nos processos transmídia e a construção do conhecimento coletivo proposta pelo conectivismo continuam vigentes e em constante processo evolutivo.

Sobre o tema interface, observamos que o Sapo Campus oferece uma qualidade considerável em seu projeto audiovisual. Na direita da página principal do site (figura 3) há um link que oferece caminhos para explorar, compartilhar e aprender sobre a página. Este link direciona o usuário a uma página com informações que podem ser manipuladas, mas não se pode interagir, ou seja, a interface neste momento oferece de acordo com Scolari (2004), uma metáfora instrumental.

Figura 3. Site Sapo Campus⁵



⁴ Os widgets são componentes da interface gráfica (GUI – graphical user interface). Qualquer elemento de uma interface gráfica é denominado widget.

⁵ Disponível em <http://campus.ua.sapo.pt/> Acessado em 10/04/2012.

Abaixo deste link há outro caminho para entrar e acessar com seu login, e assim ter permissão para visualizar todas as interações que existem no sitio, o que define esta parte como metáfora conversacional. Neste campo, encontramos ferramentas que se caracterizam como participantes de narrativas do tipo transmídia, como opções de participação, de compartilhamento e de reconstrução de conteúdos.

No canto superior esquerdo da página web existem sete links (Sapo Campus, fotos, vídeo, blog, wiki, mobile e UA), todos em metáfora instrumental. O link das fotos redireciona a outra página onde estão todas as fotos, onde o usuário pode escolher uma a uma e inserir comentários, o que a define como metáfora conversacional. Esta também é uma característica transmídia, pois através dos comentários o contexto da foto pode ser complementado ou digitalmente expandido.

O hiperlink vídeo oferece a possibilidade de inserir comentários, de direcionar a um blog (quando o usuário possui um), aumentar ou abrir o vídeo em tela cheia, além de apagar as luzes da tela, ou seja, apagar todo o fundo da tela para destacar o vídeo. Estes critérios possíveis definem a interface como de metáfora instrumental, ainda que ofereçam uma série de possibilidades interativas e constroem uma sensação de participação.

No campo wiki, é possível comentar as informações e também inserir outras mais, fazendo a edição do texto existente – quando o usuário é registrado na página. Essa possibilidade se define como metáfora conversacional. Mas essa é uma característica intensamente transmídia e fortalece a ideia de conectivismo, ou seja, a partir destes campos há uma reconstrução constante do conhecimento a partir do conteúdo que está disponível na nuvem digital. Além disso, neste campo é possível desenvolver uma comparação entre edições mais antigas com as novas para observar as mudanças, ou que define este ponto como metáfora instrumental. Essa é uma das interfaces mais completas da rede social Sapo Campus.

O hipertexto *mobile* é desenvolvido totalmente em metáfora superficial, pois se obtém informação mas não se interage com o conteúdo. Entretanto, é uma tentativa de assumir um caráter essencial na narrativa transmídia, ou seja, a distribuição de conteúdos por e para dispositivos móveis. Imaginamos que em uma evolução do Sapo Campus a possibilidade de participação/interação com o conteúdo será inserida.

Por fim, o link UA permite ser direcionado à entrada do portal ou para ingressar no portal acadêmico da Universidade de Aveiro, para a página de *eLearning* ou na biblioteca da instituição. Em cada um é possível interagir para a obtenção das informações e enviá-las a outras pessoas, o que define a interface como metáfora conversacional, mas também espacial e instrumental. Essa possibilidade de desen-

volver circulação por processo viral é característico em uma narrativa transmídia, onde o conteúdo pode ser digitalmente expandido entre redes de usuários.

Na parte central da tela são publicadas informações sobre eventos que estão acontecendo ou já aconteceram na Universidade de Aveiro, assim como a oferta de conteúdos de blogs cadastrados com assuntos relevantes e interessantes aos usuários da Universidade de Aveiro, como materiais de classes publicados por professores e conteúdos comentados por alunos. Enquanto este estudo era desenvolvido, na parte central do portal Sapo Campus havia uma informação sobre um evento que ocorreu na Universidade de Aveiro e também informações de um dos blogs. Quando o usuário muda de página para as fotos publicadas, é oferecida a visualização de comentários sobre as mesmas, o que caracteriza este campo como metáfora conversacional. Junto com as fotos há um logo da Universidade de Aveiro com link para outras páginas onde são apresentadas todas as atividades que estão ocorrendo ou já ocorreram no campus, como um arquivo de atividades. Adicionalmente, no blog é permitido inserir comentários e navegar pelos links anteriores (metáfora espacial). Tais possibilidades são à base da narrativa transmídia e do conectivismo, ou seja, a reconstrução de conteúdos a partir dos próprios usuários.

Na parte direita inferior há uma janela com as pessoas que navegaram recentemente pela página web Sapo Campus. Se a pessoa acessa o link “ver todos” se abre uma página com todas as pessoas que estiveram por lá e depois podem escolher um ou mais participantes para olhar seu perfil, suas atividades e seus links preferidos. Além disso, é possível segui-lo, visualizar seus seguidores e quem ele segue, assim como deixar mensagens para essas pessoas. Também há como acessar diretamente à conta da pessoa escolhida, clicando na fotografia correspondente, seguindo para a página pessoal do indivíduo, onde contém suas informações disponíveis e com as opções comentadas anteriormente. Está claro que o espaço é uma metáfora espacial. Abaixo da janela de “quem anda por aqui” são oferecidos links ao Facebook e ao Twitter para que o usuário possa acompanhar a Universidade de Aveiro nas redes sociais mais populares (no momento deste estudo).

Como se pode perceber, o Sapo Campus é um espaço de rede social que contém diversos modelos de interface, justificados de acordo com a utilidade do espaço e de suas ferramentas. Também fica claro que a construção desta diversidade de interfaces é justificada para a composição de uma narrativa transmídia que ofereça um esquema de construção de conhecimento apoiado nos conceitos do conectivismo, onde a troca de informações é realizada na rede e por seus próprios usuários, ou seja, uma construção coletiva de conhecimento.

Conclusões

A partir das análises desenvolvidas anteriormente, é possível observar que a utilização de interfaces distintas em uma tecnologia web permite que uma página web seja dinâmica e interativa. Nos processos de educação contemporâneos é fundamental oferecer espaços informatizados e que tenham possibilidades de interatividade, mas para isso é importante desenvolver um projeto que atenda às necessidades de seu público. No Sapo Campus observa-se que com as interfaces de utilização de informações composta de caminhos hipertextuais e hipermidiáticos a interatividade dos usuários com o ambiente digital é mais intenso e possibilita a circulação da informação e do conhecimento de maneira mais simples e fácil. Além disso, é um apoio interessante para o novo formato de educação através da tecnologia. Hoje, quando se busca algo, o espaço mais comum para essa busca é a internet, compartilhando, produzindo e consumindo informações. Se a interface é dinâmica, transparente e intuitiva a utilização é mais intensa. As interfaces oferecidas pelo Sapo Campus contêm textualidade, como defende Scolari (2004), e também há maneiras do usuário interagir com o equipamento, como descreve Manovich (2005).

Na página web Sapo Campus se comprova a interação entre usuário e equipamento devido aos links existentes como uma interface adequada para a navegação entre as informações e os usuários. Além disso, se observa que a interface do Sapo Campus resgata uma sensação conhecida pelos jovens estudantes, pois segue os mesmos conceitos adotados por outras redes sociais não criadas para a educação, como o Facebook, o Orkut e o Hi5. Por fim, fica claro no Sapo Campus inúmeros recursos de conteúdos disponíveis, como blogosfera, vídeos, chats e fóruns, o que amplia as possibilidades de acesso por parte dos estudantes e professores para a construção do conhecimento. Construção essa desenvolvida a partir de uma narrativa contemporânea —a narrativa transmídia—, multicanal, multi-plataforma e que oferece a possibilidade de circulação de conteúdos por redes sociais a partir dos próprios usuários —consumidores midiáticos que também produzem conteúdo (Levinson, 2012)— e que, a partir dessa circulação de conteúdos, constroem um cenário de conhecimento coletivo com o que está disponível na rede ou a partir de novos aportes, concretizando o que George Siemens define como conectivismo, onde os conectados compartilham conhecimento P2P em ambientes digitais.

Com essas observações, podemos considerar que tanto a narrativa transmídia como o conectivismo são temas inter-relacionados e dependentes de uma interface adequada para navegação e intercâmbio de leituras e conteúdos. E nesse contexto,

o Sapo Campus cumpre tal papel, proporcionando aos envolvidos no espaço uma maior, e mais prazerosa construção de um participativo conhecimento.

Referencias Bibliográficas

- Downes, S. (2005). *An Introduction to Connective Knowledge*. Retrieved from Stephen's Web: <http://www.downes.ca/>
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Nueva York: Penguin.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos médios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. São Paulo: Cultrix.
- Renó, D. (2011). *Documentário interativo e linguagens de participação audiovisual: como produzir*. Tenerife: La Laguna.
- Renó, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia: Reflexiones y estrategias de los medialabs en el desarrollo de la comunicación transmediática*. Madrid: Editora Complutense de Madrid.
- Renó, D., Versuti, A., & Renó, L. (2012). Narrativa transmídia e conectivismo: linguagens contemporâneas para a educação. In: R. Linhares, S. Lucena, & A. Versuti, *A rede social e seus impactos na cultura e educação do século XXI*. Fortaleza: UFC.
- Santos, C., Pedro, L., & Almeida, S. (2011). Sapo Campus: promoção da utilização de serviços da Web social em contexto educativo. *Educação, Formação & Tecnologias*, 76-88. Obtenido de <http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/257/147>
- Scolari, C. (2004). *Hacer Clic - Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa S.A.
- Siemens, G. (2004). *Internacional Journal of Instructional Technology and Distance Learning*. Obtenido de http://www.itdl.org/journal/jan_05/article01.htm
- Siemens, G. (2006). *Knowing Knowledge*. Raleigh: Lulu Press.
- Yin, R. (2002). *Estudo de Caso*. Porto Alegre: Bookman.

The Tedium is the Message? Communicating and Creating with New Social Media

Robert K. Blechman*

Do social media make us dumber? Yes, according to New York Times editor Bill Keller (2011)

In a Twitter discussion, opinions and our tolerance for others' opinions are stunted. Whether or not Twitter makes you stupid, it certainly makes some smart people sound stupid.¹

Keller is part of a growing concern expressed by media scholars and social commentators that Internet-based communications media trivialize discourse,

* Robert K. Blechman has 30 years experience as an information technology executive and consultant. He graduated from the University of Chicago with a BA in English Literature and went on to earn an MBA in finance and a Doctorate in Media Ecology from New York University. Dr. Blechman teaches courses examining social media, media industries, media theory and mass media cultural studies. He has taught at Fordham University, Hunter College and Queens College. His areas of expertise include social media, television advertising and media industries. In his corporate career Dr. Blechman held senior technology and finance management positions at iconic national institutions including PricewaterhouseCoopers, CBS News, HarperCollins Publishers, Columbia University Medical Center and Olympia & York Real Estate Management. Starting on May 6, 2009, Dr. Blechman conducted a literary experiment: Was it possible to maintain a narrative structure and attract a reading public in Twitter, 140 characters at a time? Posting a new Executive Severance "tweet" twice a day, every day, never missing a deadline, Dr. Blechman completed his "Twitstery" or twitter mystery in 15 months. The 140 character limit of Twitter required intensive wordsmithing, creative editing, the omission of some punctuation and a lot of counting. In 2012 Executive Severance won the Mary Shelley Award for Outstanding Fictional Work from the Media Ecology Association.

¹ Keller, W. (2011) "The Twitter Trap". *The New York Times Magazine*. May 18, 2011 http://www.nytimes.com/2011/05/22/magazine/the-twitter-trap.html?_r=1

elevate “stupid talk” and perhaps reduce the intellectual capabilities of participants. Nicholas Carr (2010) delivers the coup de grâce, “A growing body of scientific evidence suggests that the net, with its constant distractions and interruptions, is turning us into scattered and superficial thinkers”.²

New social media in general and Twitter in particular represent new ways of communicating. Can meaningful information be transmitted 140 characters at a time? Can productive discourse exist in world of blogging, tweeting and incessant status updates? I will examine the rise of Internet-based social media in the context of the history of communication advances and the possible impact of social media on public and private discourse. I will end with a discussion about my own efforts to use social media for creative endeavors.

Of course, the title of this article is a play on media theorist Marshall McLuhan’s famous dictum “The Medium is the Message”. McLuhan (1962) wrote that “Technological environments are not merely passive containers of people but are active processes that reshape people and other technologies alike”.³ While acknowledging that the structure of a medium may have a greater impact than the content, it is not necessarily true that use of social media is a “lose-lose” proposition.

New methods of communicating are often met with disdain. Critics dip their toes into the vast amount of information flowing through Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn and other social media and wonder whether we are losing the benefits of what they call “rational discourse”. This reaction to new technology was also true of 20th century communication innovations like movies, radio, comic books and television, all of which were thought to destroy intelligent contemplation and discourse and contribute to the delinquency of youth.

This critical reaction to Internet-based social media as vehicles for communication follows this well-worn pattern of past technological innovations. The printing press, invented by Johannes Gutenberg in 1440, allowed the general public to have access to books and thus to knowledge that had not been available to them before. General public literacy was of some concern to Catholic priests who feared a population with access to Bibles in their own native language. How could the laity be trusted to interpret the word of God? Martin Luther soon proved their fears anything but groundless. Luther translated the Bible into German and the Catholic hierarchy’s monopoly on divinely revealed knowledge evaporated.

² Carr, N. (2010) “How the Internet is Making Us Stupid”. *The Telegraph*. August 7, 2010. <http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/7967894/How-the-Internet-is-making-us-stupid.html>

³ McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press, p. 5.

The printing press also led to broader inquiries into science, the arts, history and human nature, known in hindsight as “The Renaissance”. This first technology of mass production provided the model for industrialization, the factory system of manufacture as well as the economic system of capitalism. (McLuhan, 1962) In addition, a literate populace was the foundation for democracy. Print based literacy lead to standardization of spelling, rules of punctuation and mandates about proper grammar; things about books taken for granted today. For example, it wasn’t until 75 years after the invention of the printing press that someone thought to number the pages of a book. In addition, print-based literacy led to the standardization of spelling, rules of punctuation and mandates about proper grammar, characteristics of book discourse. These standards weren’t available to early book readers.

Attitudes toward new media change over time. McLuhan noted how Elizabethan playwrights thought print publication of their work a form of prostitution. For example, In Sonnet 110, William Shakespeare wrote:

Alas, ‘tis true I have gone here and there
And made myself a motley to the view
Gor’d mine own thoughts, sold cheap
What is most dear...⁴

The publicizing or confessional outing of private views seemed to the writers of Shakespeare’s era to warrant the association of the printing press with pornography and filth. But they also were aware of the promise of immortality the printing press offered:

So long as men can breathe, or eyes can see,
So long lives this, and this gives life to thee.⁵

The next breakthrough in communications, the telegraph, enabled communication across almost any distance. McLuhan noted “It was not until the advent of the telegraph that messages could travel faster than a messenger”.⁶ (1962,

⁴ Shakespeare, W. *Project Gutenberg Archives*, <http://archive.org/stream/shakespearesonn01041gut/wssnt10.txt> Sonnet CX.

⁵ Ibid, Sonnet XVIII.

⁶ McLuhan, M. (2003). *Understanding media*. Corte Madera, CA: Ginko Press, p. 127.

p. 127) In discussing the similarities between our current computer-based internet and the telegraph-based internet of the 19th century, Tom Standage (1999) notes

The benefits of the telegraphic network were relentlessly hyped by its advocates and dismissed by its skeptics. Governments and regulators tried and failed to control the new medium. Attitudes toward everything from news gathering to diplomacy had to be completely rethought. Meanwhile, out on the wires, a technological subculture with its own customs and vocabulary was establishing itself.⁷ (1999, pp. VII-VIII)

In 1895, Guglielmo Marconi built a wireless system capable of transmitting signals at long distances. Radio was initially an operator-to-operator form of communication used by amateurs. Early TV was really just radio with pictures. Both mass media matured into significant conduits for entertainment, news and commerce. Though McLuhan suggested that radio and then television made us all neighbors by creating a “Global Village,” critics like Newton Minnow (1961) called television a “vast wasteland”⁸ and Media Ecologist Neil Postman (1985) complained that TV trivialized discourse to the point where we were “amusing ourselves to death.”⁹

This brings us to the digital age. The printing press, the telegraph, radio and television required access to large amounts of capital to bring about functional operations. True to form, modern commentators wonder whether social media like Twitter are making us dumber. New York Times editor Bill Keller (2010) noted:

The shortcomings of social media would not bother me awfully if I did not suspect that Facebook friendship and Twitter chatter are displacing real rapport and real conversation, just as Gutenberg’s device displaced remembering. The things we may be unlearning, tweet by tweet —complexity, acuity, patience, wisdom, intimacy— are things that matter.¹⁰

⁷ Standage, T. (1999). *The Victorian Telegraph*. New York: Berkeley Books, pp. VII-VIII.

⁸ Minnow, N. (1961). “Television and the Public Interest”, address to the National Association of Broadcasters, Washington, D.C., May 9, 1961. <http://www.americanrhetoric.com/speeches/newton-minnow.htm>

⁹ Postman, N. *Amusing ourselves to death*. New York: Viking Penguin, 1985, p. 65.

¹⁰ Keller, W. (2011).

Control of a medium meant control of content and with that control, determination of what social norms will be promoted. That all changes with the Internet. Financial barriers to entry are removed and anyone, at least in theory, can produce videos, audio programs, commentary, books and news reports. Consumers become producers. Consumers can view their videos on YouTube, record their diaries and critiques on WordPress, pin their pictures on Pinterest, capitalize on their business connections on LinkedIn and count their friendships on Facebook. Production costs are reduced, distribution frictions are practically eliminated and opportunities to monetize creative efforts are possible. This brings us to Twitter.

Twitter is an online application that is part blog, part social networking site, part cell phone/IM tool, all designed to let users answer the question “What are you doing? As of June, 3013 Twitter claimed over 200 million active users, posting over 500 million tweets daily.¹¹

History repeats itself as we learn to adapt to publication of our private lives and thoughts in the era of the new social media. Internet resources like Twitter and Facebook offer to democratize the publication process, but also permit the unintentional outing of previously private spaces. Although most individual tweets say very little or seem tedious and mundane at best, ardent Twitter users argue that the true value of Twitter comes from following people over time, developing an understanding of who they really are and knowing—in real time—what they are doing and how they feel about it.

While McLuhan didn’t have anything to say about posting in Twitter, media scholar Paul Levinson (2013) notes that McLuhan’s penchant for aphorisms like “the medium is the message” or “we all live in a global village” would have made him a natural tweeter.¹² The closest McLuhan came to Twitter was his observation about navigating through digital technology, “What could be more practical for a man caught between the Scylla of a literary culture and the Charybdis of post-literate technology to make himself a raft of ad copy?”¹³ (1965, p. 77).

Characteristics of advertising copy such as brevity, concision and economy of expression also apply to the “tweet”. While it is true that many tweets are spontaneous, unpolished expressions often badly abbreviated, atrociously spelled and poorly punctuated, is something else possible?

¹¹ All Twitter, January 30, 2013 http://www.mediabistro.com/alltwitter/tweetping_b35247#more-35247

¹² Levinson, P. *New new media*. New York: Pearson, 2013, p. 39.

¹³ McLuhan, M. (1965) *The gutenberg galaxy*. Toronto: University of Toronto Press, 1965, p. 77.

To challenge the negative responses to Twitter and other social media, I conceived a literary experiment: Was it possible to maintain a narrative structure and attract a reading public in Twitter, 140 characters at a time? I coined a new term “Twitstery” for the Twitter mystery genre and created a Twitter account “@RKBS_Twitstery” as a container for my detective novel ultimately titled *Executive Severance*. The mystery begins with wordplay:

Willum Mortimus Granger was beside himself. In fact when his body was found the top half was right next to the bottom.¹⁴

Starting on May 6, 2009 I posted a new *Executive Severance* tweet at the same time, twice a day, every day for 15 months, never missing a deadline.

Why a detective story? McLuhan noted that “In reading a detective story the reader participates as co-author simply because so much has been left out of the narrative”.¹⁵ (McLuhan, 2003) Twitter is also intensely participatory and yet necessarily limited and so I adopted the detective genre as the driver for my story. Would my hero solve the crime? Would he undergo physical and mental trials? Would he get the girl? Would he spawn a publishing franchise?

The detective genre provided an accessible façade to what I conceived to be a new type of poetry. My work would be a sort of sheep in wolf’s clothing. For example,

As I stepped on the brake I met no response. Someone had drained my brake fluid! Then the steering wheel broke in my hands.

With a sheer fatal drop mere inches away, the right front tire blew out. The car shuddered violently and the top wouldn’t go up.

Since when did I own a convertible? Then I realized the truth. This wasn’t my car. Someone had booby-trapped the wrong vehicle.¹⁶

During the year and a quarter of my extended Twitter publication I averaged 180 followers a day. Twitter’s 140 character limit required intensive wordsmithing, the omission of punctuation in some cases and a lot of counting. Spelling, punctua-

¹⁴ Blechman, R.K. (2011). *Executive severance*. Houston: NeoPoiesis Press, p. 1.

¹⁵ McLuhan, M. (2003), p. 46.

¹⁶ Blechman, R.K. (2011), p. 18.

tion and grammar had to bend to the dictates of the medium. In other words, the standards we have accepted since the printing press are now being challenged by Digital Age literacy. I cultivated brevity, concision and succinctness.

I soon realized that episodic nature of the Twitter timetable forced me to adopt the serial techniques of newspaper comic page story telling. I needed to learn the narrative strategies of Al Capp, Chester Gould or Milton Caniff as well as Raymond Chandler and Mickey Spillane. How did comic strip authors hold their readers' attention each day and tell a joke while moving the story forward? I spent a lot of time in the New York Public Library reading archives of "L'il Abner," "Steve Canyon," "Dick Tracy" and for laughs "Pogo" newspaper comic dailies. Comic strip artists can't assume that their readers will see every issue published, so story telling in the funny pages involved a lot of repetition. The last panel of the Friday strip was often the first panel of Monday's entry. Story narratives tended to take one step forward and two steps backward. I didn't have the advantage of artwork, so I had to duplicate the effect with words alone. A convenient device was a story recap by the detective narrator:

As I drove out to the LBDD compound I went over in my mind what I knew for sure about this case. Fortunately it was a short ride

Item #1: Willum Granger was dead, cut in two. #2: He tweeted as he died. #3: If life is short, being cut in two makes it shorter.

#4: Limited to 140 characters to confess sins and meet his Maker, "tweeting" may not have been the best use of his final moments.¹⁷

Though I couldn't be sure that my readers would catch every tweet posted, I ultimately decided that I wouldn't do a lot of repeating as my Twitter history was readily available to my followers. After 15 months of regular tweeting I completed my tale and in 2011 NeoPoiesis Press brought out *Executive Severance* in book form. In recognition of its Twitter origins, the *Executive Severance* text appears exactly as it appeared on Twitter, retaining the 140-character format, with only minor corrections and revisions. The final product is a laugh-out-loud comic mystery novel, full of puns, word play, references to social media and popular culture, send-ups of mystery novel conventions and parodies of cell phone usage and Twitter itself.

¹⁷ Blechman, R.K. (2011), p. 19.

Accompanying the text at the start of each chapter are front panel illustrations by David Arshawsky:



Illustration by David Arshawsky, taken from Chapter One, Executive Servance

So Twitter storytelling forces considerations similar to advertising, and also similar to daily newspaper comic strips. For those concerned about the negative influence of Twitter on spelling, grammar and punctuation, I would suggest that Twitter detractors consider the gold in the Twitter stream, not just the dross.

Twitter encourages writing in aphorisms. King Solomon was considered wise because he knew 3000 proverbs by heart and could bring them to bear in his judicial deliberations. Proverbs were typical of an oral culture where memory was the only means of preserving knowledge. Consider Twitter as a training ground for the proverbs of the Digital Age.

The New Yorker Magazine has given legitimacy to the notion of “Twitter literature”. Starting on May 24, 2012 Pulitzer prize winner Jennifer Egan tweeted “Black Box,”¹⁸ at the rate of one tweet per minute for an hour each night until she completed her Twitter short story. The entire story was published the following week in the magazine. Traditional novelists have also taken note. For 200 days of the 2012 United States Presidential campaign, novelist Elinor Lipman tweeted a political couplet a day.¹⁹ Other media professionals are testing the Twitter stream

¹⁸ Egan, J. (2012). “The Black Box” in *The New Yorker*, May 24, 2012.

¹⁹ Lipman, E. (2012). *Tweet land of liberty: Irreverent rhymes from the political circus*. New York: Beacon Press.

waters. Recently, Academy Award-winning film director Steven Soderbergh began tweeting his own murder mystery, “Glue”, a chapter at a time.²⁰

Is it possible to maintain a narrative structure and attract a reading public in Twitter, 140 characters at a time? Yes. Perhaps in the future, it will become the norm to produce our literature 140 characters at a time. It may be that writing constraints, and therefore writing styles will change. Speaking as a Twitter novelist, I believe that Digital Age communication media will not inhibit our intellectual endeavors or threaten our ability to produce a meaningful body of literature.

References

- All Twitter, January 30, 2013. http://www.mediabistro.com/alltwitter/tweetping_b35247#more-35247
- Blechman, R.K. (2011). *Executive severance*. Houston: NeoPoiesis Press. 1.
- Carr, N. (2010). “How the Internet is Making Us Stupid”. *The Telegraph*, August 7, 2010. <http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/7967894/How-the-Internet-is-making-us-stupid.html>
- Egan, J. (2012). “The Black Box”. *The New Yorker*, May 24, 2012.
- Keller, B.(2011). “The Twitter Trap”. *The New York Times Magazine*, May 18, 2011 http://www.nytimes.com/2011/05/22/magazine/the-twitter-trap.html?_r=1
- Levinson, P. (2013). *New new media*. New York: Pearson. 39.
- Lipman, E. (2012). *Tweet land of liberty: Irreverent rhymes from the political circus*. New York: Beacon Press.
- McLuhan, M. (1962). *The gutenbergalaxy*. Toronto: University of Toronto Press. 5.
- McLuhan, M. (2003). *Understanding media*. Corte Madera, CA: Ginko Press. 127.
- Minow, N. (1961). “Television and the public interest”, address to the National Association of Broadcasters, Washington, D.C., May 9, 1961. <http://www.americanrhetoric.com/speeches/newtonminow.htm>
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death*. New York: Viking Penguin. 65.
- Shakespeare, W. Project Gutenberg Archives, <http://archive.org/stream/shakespeare/sonn01041gut/wssnt10.txt> Sonnet CX, Sonnet XVIII.
- Soderbergh, S. (2013). @bitchuation. On Twitter, beginning April 28, 2013.
- Standage, T. (1999). *The victorian telegraph*. New York: Berkeley Books. pp. VII-VIII.

²⁰ Soderbergh, S. (2013). “Glue”. @bitchuation, On Twitter, beginning April 28, 2013.

Participación ciudadana en el documental transmedia Galego-Portugués

Denis Renó*

Introducción

El documental es un género audiovisual que carga en su esencia el discurso ciudadano. Conocido como cine de realidad o imágenes del pueblo, este formato narrativo tiene la capacidad de construcción, o representación, de la realidad, llevando al espectador información y conocimiento, lo que puede significar emancipación cultural y social.

El documental ha vivido distintos momentos en su trayectoria, acompañados de formatos narrativos y de técnicas diversas de lenguaje, así como objetivos diferentes que justificaban y/o provocaban dichas formas de hacer. También fue objeto de corrientes teóricas y artísticas, incluso de manera paralela al cine de un modo general, que de cierta manera fueron justificados por el desarrollo tecnológico en aquel momento. Los hermanos franceses Lumière presentaron el documental de manera pura, incluso sin una definición de género, al registrar en la obra *L'Arrivée d'un Train en Gare de la Ciotat* [*Llegada del tren a la estación de la Ciotat*] la llegada del tren a la estación francesa (Renó, 2012).

* Periodista y documentalista; Doctor en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil). Posee posdoctorado sobre periodismo transmedia por la Universidad Complutense de Madrid (España) y posdoctorado en Interfaces Interactivas para el Periodismo Transmedia por la Universidad de Aveiro (Portugal). Es profesor doctor en el programa de Periodismo y en la maestría en Medios y Tecnología de la Universidad estadual Paulista – Unesp (Brasil). Correo electrónico: denis.reno@faac.unesp.br

En un segundo momento del documental, el ruso Dziga Vertov ofreció en *El hombre con la cámara* una secuencia de imágenes construida a partir del montaje, que en aquel momento pasó a ser una tendencia en la escuela rusa y que tenía como propuesta la reconstrucción de una realidad (o ficción) a partir de la combinación de imágenes (Renó, 2011), teniendo como base conceptual la experiencia desarrollada por otro ruso, Lev Kuleshov (Renó, 2011), en su obra *La mujer ideal*, que presentaba una secuencia de encuadres e imágenes para representar una mujer considerada perfecta para el realizador. Sucede que esa mujer nunca existió, pues era una composición de varias mujeres.

En una evolución tecnológica similar, Jean Rouch desarrolló la obra *Le maître fous* con una cámara de mano con sonido directo; o sea, era posible registrar en video un momento de manera simultánea al registro de audio. En la obra, Rouch participa en una ceremonia espiritual de una aldea africana y registra el trance de uno de los participantes, de tal manera que parecía estar también en trance, al igual que él. Nació la cámara-ojo, lenguaje de producción posibilitado por el dispositivo “portátil” y por la capacidad de registrar sonido e imagen al mismo tiempo, lo cual era fundamental para transmitir esa sensación de realidad.

Con la llegada de la tecnología VHS y en seguida el sistema digital, las transformaciones del documental pasaron a representar experiencias innovadoras e interesantes. El bajo costo de los dispositivos, en comparación con la película de sal de plata, posibilitó obras como *O prisioneiro da grade de ferro*, de Paulo Sacramento, construida a partir de la edición de imágenes grabadas por presidiarios internos en la penitenciaría do Carandiru, en São Paulo. Sacramento acumuló un total de ciento veinte horas de imágenes grabadas por los reclusos y a partir de ese material creó un guión para el montaje final. Se trata de una obra que tiene como coautores a los presos camarógrafos.

Sin embargo, en ninguno de esos momentos el cambio con respecto al lenguaje fue tan expresivo como después de la web 2.0, donde los ciudadanos pasaron no solo a producir, sino también a distribuir los contenidos producidos. Una parte importante de esas producciones se realizó a partir de teléfonos móviles y/o cámaras fotográficas amateur.

Este capítulo presenta, a partir de discusiones teóricas y de resultados prácticos obtenidos a través de un experimento-piloto, informaciones sobre cómo puede ser concebido un documental transmedia. Para ello, se consideran resultados presentados anteriormente sobre documental interactivo (Renó, 2011). También se presentan los resultados obtenidos en la producción del documental

Galego-portugués, producido totalmente a partir de un iPad 2. En este proceso de producción, considero desde la concepción de la obra a partir del guión hasta la edición de video, audio y foto, además de la propia producción del material. Solo el montaje de la página, realizada en HTML5, fue desarrollada a partir de un computador convencional.

Espero, a partir de este estudio, ofrecer a los productores de documentales que desean emprender una excursión por el mundo de la narrativa transmedia, orientaciones y criterios para que dicha producción atienda a los principios de ese tipo de lenguaje, frecuentemente confundida con la estrategia *cross-media*.

***Crossmedia* y transmedia: la paja y el trigo**

Antes de desarrollar el capítulo y de comprender un poco más sobre el documental transmedia, es fundamental detectar las diferencias entre *crossmedia* y transmedia, considerados sinónimos por algunos, aunque sean definiciones diferentes, utilizadas para fines diversos.

Cross-media es un término que significa la transmisión de un mismo contenido por plataformas diferentes, como comenta y alerta Henry Jenkins (2001), para evitar las frecuentes confusiones conceptuales. Vicente Gosciola (2012) también apunta a esa diferencia conceptual, señalando que dicha estrategia comunicacional es comúnmente adoptada en procesos de marketing, donde los resultados mercadológicos son la ambición principal.

Diferente del *cross-media*, la narrativa transmedia es un lenguaje contemporáneo, desarrollado por la sociedad a partir de los procesos y ambientes interactivos y que tiene como característica la difusión de mensajes distintos, a partir de plataformas diversas, por redes sociales y ambientes facilitadores de retroalimentación y en dispositivos móviles (Renó; Flores, 2012). De manera más simple, pero igualmente explicativa, Vicente Gosciola define narrativa transmedia como “una historia expandida y dividida en varias partes que son distribuidas entre diversas medias, exactamente aquellas que mejor puedan expresar su parte de la historia” (2012, p. 9). Mientras que la estrategia *cross-media* distribuye el mismo mensaje en multiplataforma, la narrativa transmedia ofrece mensajes distintos, aunque relacionados, en un ambiente multiplataforma.

Entre tanto, algunos teóricos siguen patinando en esa diferencia conceptual, posiblemente por tratar de facilitar las cosas, o de no reconocer las diferencias. Andreas Veglis (2012) considera que *cross-media* es, de manera simple, “la producción de cualquier contenido (noticias, música, texto e imágenes) por más de una

plataforma de media (por ejemplo, impreso, web o TV) dentro de la organización del mismo medio”, sin importar si la transmisión afecta a un mismo mensaje o si se transmiten mensajes distintos. Tal unificación de términos también es realizada por Indrek Ibrus y Carlos Scolari (2012), para quienes una estrategia *cross-media* es también conocida como narrativa transmedia, o sea, son sinónimos. Y hacen esa declaración de manera contundente ya en la introducción de la obra. En realidad, son términos parecidos, pero diferentes. Eso es lo mismo que considerar el hipertexto, un concepto acuñado por Ted Nelson (Landow, 2009), lo mismo que hipermedia, definida por George Landow (2009). Son parecidos y relacionados de alguna manera, pero diferentes, aunque son confundidos con cierta frecuencia.

Dicha confusión entre narrativa transmedia y *cross-media* puede explicarse por una falta de conocimiento o de desarrollo del tema, o de ambas justificaciones. En realidad, tanto *cross-media* como transmedia son –aunque estrategia el primero y lenguaje el segundo– considerablemente incipientes en lo que respecta a su estudio y a su aplicabilidad. La estrategia *cross-media* es adoptada por el márketing con cierta moderación, pues un desliz puede provocar pérdidas económicas. La narrativa transmedia es un lenguaje frecuentemente aprovechado por contenidos de entretenimiento, pero todavía poco adoptada por periodistas, tal vez por desconocimiento, pero probablemente por un perfil conservador existente en las redacciones (como podemos apreciar con la llegada de internet, por ejemplo, cuando los periódicos electrónicos se limitaban a reproducir sus versiones impresas).

Sin embargo, en la academia, los comportamientos conservadores están poco justificados, pues en este espacio podemos (y debemos) experimentar, además de descubrir lo que ya ha sido hecho e interpretar sus características y diferencias. Lo que sucede, específicamente en el caso de la narrativa transmedia, es que por ser un tema de considerable relevancia en nuestros días –pues se trata de un lenguaje y no de una técnica–, todos quieren entrar en ese tema.

Elizabeth Gonçalves (2012), destacada investigadora brasileña en el campo de la comunicación y el lenguaje, presenta una definición simple, pero esclarecedora, sobre el transmedia, capaz de poner fin a las confusiones con la estrategia comunicacional *cross-media* y su estructura multiplataforma. Para ella, “ese concepto ‘multi’ viene siendo substituido, en la actualidad, por el concepto ‘trans’, que implica en la contaminación, en la transferencia, en la influencia y en la participación directa en el contenido” (2012 p. 20).

Documental como arte ciudadano

Siguiendo con una discusión destinada a construir conceptos y definir posicionamientos, considero que el documental es un arte ciudadano, no necesariamente en cuanto autores, sino también como protagonistas, una de sus definiciones es “imágenes del pueblo”, propuesta por el cineasta y profesor belga Jean-Blaude Bernardet.

De manera polémica, Bernardet (1985) presenta esa definición sobre la base de que solo es posible tener una verdad documental si presenta imágenes del pueblo, o sea, de personas normales, no actores, en la reconstrucción de narrativas para solucionar sus problemas.

Obviamente, el documental no se limita a esa condición, incluso para Bernardet, que en 2008 participó en la obra *Filmefobia*, dirigida por Kiko Goifman, y que trabajaba con actores e imágenes escenificadas, o preparadas, para reconstruir la problemática de la fobia en diversas redefiniciones.

Imagen 1. Jean-Claude Bernardet dirige actor en *Filmefobia* (Kiko Goifman, 2008)



Para Luiz Fernando Santoro (1989) el documental tiene la capacidad de reconstruir situaciones a favor de los ciudadanos, que debe ser considerada. Por ello, el autor presenta un estudio sobre videos populares a partir de los propios ciudadanos. Ese estudio fue desarrollado con base en contenidos producidos en un momento en que la realidad era VHS y la distribución mediante cintas analógicas grabadas, o sea, de manera limitada. Sin embargo, Renó y Gonçalves (2013) ofrecen datos

sobre producciones ciudadanas de carácter documental a partir de la web 2.0, con tecnología digital y distribución a través de YouTube. Con esos resultados, queda claro el papel del documental como contenido ciudadano.

Esa interpretación del documental como imagen del pueblo puede ser complementada por Dan Gillmor (2005), aunque el género audiovisual no haya sido objeto de estudio para él. Según el autor, el ciudadano tiene la capacidad de actuar como medio de comunicación, y de producir contenidos para los medios de comunicación. De ahí el nombre de su obra, *Nosotros, los medios*. Sin embargo, para que el documental pueda ser un arte ciudadano, o que promueva la ciudadanía, no es necesario considerar esencialmente esas ideas de Gillmor. Tener a la mano una obra audiovisual, que pueda fortalecer el conocimiento, la educación, ya es algo ciudadano. Participar en una narrativa audiovisual que promueva la emancipación social a partir de nuevos conocimientos y posicionamientos también es un papel ciudadano. Como define Adela Cortina “o cidadão não é vassalo. O cidadão não é servo. O cidadão não é escravo. E é muito importante construir comunidades de cidadãos, de pessoas que não são manejadas por outras, que não são manipuladas por outras” (2008, p. 15). A partir de esa idea podemos entender mejor el documental como una obra audiovisual que promueve la ciudadanía.

De lo tradicional a lo transmedia

El documental ha vivido trayectorias variadas desde su surgimiento. En realidad, el documental existe incluso antes del cine como tal. La práctica de documentar algo que se va a contar surge con las exposiciones foto-documentales, donde el autor ofrecía, además de las fotografías en sí, la reconstrucción de escenarios semejantes a los de la expedición, así como maniquís que mostraban las ropas y las costumbres de los documentados, y en algunos casos el perfume del lugar, una muestra de la alimentación y hasta *performances* para revivir lo que se había presenciado y registrado con las imágenes estáticas de las fotografías. Se trataba de una diversidad discursiva que ofrecía información y entretenimiento.

Las primeras producciones de cine estaban marcadas por registros de lo real. En realidad, al producir *L'Arrivée d'un Train en Gare de la Ciotat* [*Llegada del tren a la estación de la Ciotat*], los hermanos Lumière buscaban el máximo de realismo en la recepción de la obra. Para Henri Gervaiseau “O enquadramento escolhido produz um extraordinário efeito de profundidade de campo e dá à pessoa reunidas no Grand Café a sensação estarrecedora, quase tátil, de que o trem vai passar por cima delas” (2006, p. 8). Con el tiempo, esa necesidad de reconstruir lo real inclu-

so en el proceso de recepción dejó de serlo; la preocupación fue sustituida por la reconstrucción de lo real a partir de informaciones reales por actores reales (como ejemplo, las obras *Nanuk, el esquimal*, *El hombre de Aran* y *Night Mail*), seguidos de obras en las que la información era real (*Crónicas de un verano*), donde el relato es real (*Cabra marcada para morir*), hasta llegar al documental contemporáneo, en el cual la experiencia cinematográfica es real, sin importar si existen actores o no, si la historia es verdadera o falsa, si los personajes presentados no son más que ficción o si el lenguaje adoptado sigue los principios del documental o si innovan en el campo de otros géneros audiovisuales, con la ficción (*Filmefobia*), o policial (33) o la comedia (*Ilha das Flores*).

Imagen 2. Escena de *El hombre de Aran* (Robert Flaherty, 1934)



Sin embargo, en ese proceso evolutivo del documental surge un desafío, tanto para el productor como para el espectador: el documental interactivo. Una obra que ofrezca informaciones verdaderas sobre algo, a partir de imágenes reales y para una emancipación social y cultural, pero que al mismo tiempo construya todo eso sobre una plataforma interactiva, donde los espectadores (que pasan a ser llamados coautores) pueden escoger, si no el final, al menos el orden de los fragmentos. Para ello, Renó (2011) desarrolla el documental interactivo *Bogotá atómica*, que presenta esas posibilidades sin perder el *plot* de la historia. Se trata de una obra emancipadora, pues aborda las diferencias de expectativa de extranjeros que llegaban a Bogotá en 2008, y sus nuevas impresiones al conocer la ciudad. La obra se

dividía en ocho fragmentos y estaba disponible en una plataforma en que el usuario tenía el poder de redefinir los fragmentos (o sea, reeditar, en un nivel simple de actividad) y obtener una nueva historia, aunque con las mismas informaciones e impresiones. Se trata de contar la misma historia de diferentes maneras, en realidad, 40 320 maneras diferentes.

Imagen 3. Interfaz del documental interactivo *Bogotá atómica* (Denis Renó, 2009)



Pero el desafío de construir narrativas interactivas rápidamente dejó de ser lo más interesante. Con la web 2.0, la sociedad contemporánea desarrolló un nuevo lenguaje narrativo, que sería adoptado en diversos campos de la comunicación (interpersonal, publicitaria, de entretenimiento, empresarial, periodístico, educativo). Surge, entonces, un nuevo desafío para el documental: adoptar ese nuevo lenguaje en la construcción de obras con igual poder de emancipación social y cultural. El documental pasa a enfrentar –o a adaptarse– a la narrativa transmedia.

Aunque parezca algo nuevo, el documental transmedia surge parcialmente antes del documental convencional. Las exposiciones foto-documentales de las que hablamos al comienzo de este tópico llevaban características del transmedia. Ya se ha dicho en este capítulo que la narrativa transmedia es un lenguaje que ofrece mensajes independientes, pero complementarios, a partir de diferentes plataformas, por estructuras navegables (interactivas), con la condición de distribuir esos contenidos y retroalimentarlos por redes sociales y, si es posible, por dispositivos móviles. Esas definiciones surgen gracias a Vicente Gosciola (Renó & Flores, 2012) y son

compartidas por Henry Jenkins (2009). De igual manera, aquellos documentales fotográficos ofrecían algo de transmedia. Eran múltiples e independientes discursos (foto, guión, vestimenta, comida, danza, etcétera), independientes entre sí, y navegables (aunque la navegación fuese realizada físicamente, y no en un ambiente virtual, como propone Gosciola. Entretanto, con el advenimiento de lo digital y de los dispositivos móviles, esa transmediación pasa a existir de manera expresiva, real, y pocas obras documentales osaron aventurarse en esos ambientes.

La aventura transmedia en Galego-Portugués

El documental transmedia es todavía un experimento, a pesar de las diversas discusiones futuristas al respecto, y carece de estudios más profundos antes de consolidarse como algo existente. Por ahora se han manifestado algunas señales en este sentido por parte de productores y teóricos de comunicación audiovisual.

Una de las manifestaciones interesantes es una serie de obras producidas por la National Geographic en su página. Con la obra *The Greenhouse Effect*,¹ aunque de manera limitada, la National Geographic ya ofrece características de la narrativa transmedia, con difusión en redes sociales, la posibilidad de navegar por diversos contenidos producidos en plataformas distintas.

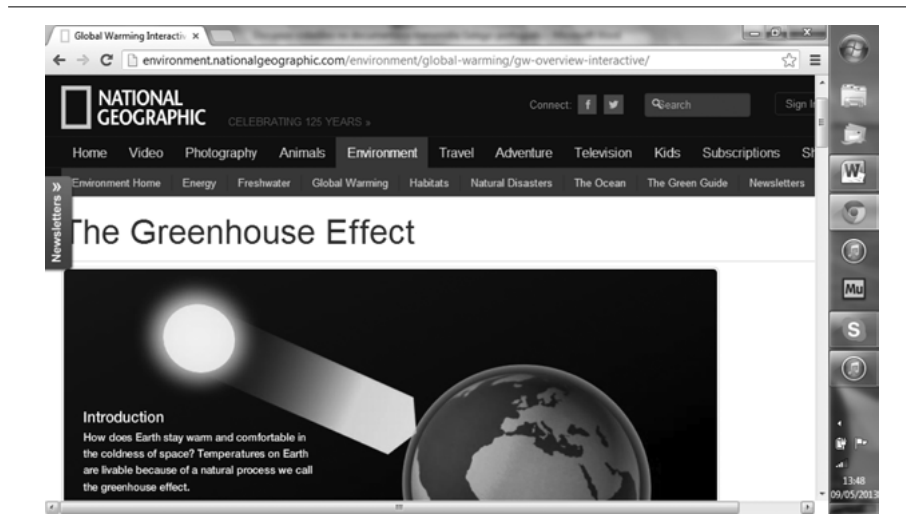
El formato adoptado por la National Geographic es semejante a las exposiciones de expediciones de aventura realizadas a finales del siglo XIX, como comentamos en tópicos anteriores de este texto. La diferencia es que NatGeo adopta internet como espacio de exposición y la distribución del contenido expuesto es construido a partir de caminos a seguir de manera digital, hipertextual, aunque ofrezca una construcción cognitiva compuesta por contenidos en multiplataforma como la técnica anterior.

Una experiencia que me parece que atiende a los parámetros de la narrativa transmedia es el documental *Galego-Portugués*,² producido especialmente para el desarrollo de esta investigación. Más que desarrollar un texto con aportes teóricos, posiblemente apropiados para esa modalidad comunicacional, como exponen otros teóricos, propongo un experimento de formato, pensado para atender a esa demanda de producción.

¹ Disponible en <http://environment.nationalgeographic.com/environment/global-warming/gw-overview-interactive/> Acceso en 09/05/2013.

² Disponible en <http://www.denisreno.wix.com/galegoportugues> Acceso en 09/05/2013.

Imagen 4. Página del documental transmedia *The Greenhouse Effect*



El documental presenta, en cuanto contenido, la relación entre la cultura gallega y la portuguesa, no solo a través del idioma –aunque ese sea el mayor lazo existente entre las dos culturas–, sino también una relación histórica y geográfica que une un país (Portugal) con una comunidad autónoma (Galicia), como definen los españoles. Para ello, se desarrolló un contenido multiplataforma *in loco* en las ciudades de Santiago de Compostela (Galicia), Covilhã (Portugal), Aveiro (Portugal) y Porto (Portugal), con el objetivo de establecer, a partir de la recogida y reconstrucción de informaciones, algo en común entre las dos culturas hermanas. La producción de todo el documental fue realizada con un iPad generación 2, desde el pre-guion hasta la finalización, incluso la producción de la crónica, el tratamiento de las imágenes y la edición de audio y video. Sólo el montaje de la página se realizó en un computador, pues tanto la aplicación thinglink.com (utilizada para construir la imagen matriz con enlaces) como la aplicación wix.com (utilizada para la construcción de la página en sí) son incompatibles con iPad en el campo de la edición.

La interfaz desarrollada está compuesta por una única base para la oferta de los links de navegación, sin barra de desplazamiento. El usuario escoge, mediante el toque de iconos, qué contenido quiere conocer, entre ellos el video en sí (producido linealmente), una galería de fotos, dos mapas con informaciones geopolíticas sobre la región, tanto actuales como del período en que parte de Portugal perteneció al entonces Reino de Galicia. También se ofrecen en esa página iconos con informaciones generales sobre Portugal y Galicia, un enlace a la crónica (publicada en mi

blog), dos íconos de entrevistas en audio, un cómic de fotos sobre la relación entre las dos culturas y cuatro íconos de música de Galicia y de Portugal. Este formato de interfaz adopta como imagen de fondo un puente localizado en la región de Galicia (imagen de autoría propia), alterada a partir de recursos ofrecidos por la aplicación Adobe Photoshop Express para iPad. La idea de mantener el contenido en una única página y adoptar una estética esencialmente sin barra de desplazamiento tiene como base ideas de Renó (2013a).

Imagen 5. Interfaz del documental transmedia *Galego-Portugués*



Cada contenido ofrecido es complementario e independiente. Me puedo contentar con una simple lectura de la crónica o una navegación por las fotos y el mapa, mientras escucho la música ofrecida, o no. También puedo solamente ver el video o escuchar las entrevistas en audio, complementando (o no) el proceso cognitivo con una apreciación del cómic desarrollado. También puedo hacer todo eso al mismo tiempo, o decidir navegar por parte de todo ese contenido. Finalmente, puedo comentar o difundir parte del contenido en las redes sociales.

La publicación de la crónica en un blog también sigue la tendencia transmedia, ya que el blog es una red social donde los lectores asumen el papel de coautores, si lo consideran viable, comentando y transformando el texto original con esos comentarios. Para Paul Levinson (2012), convivimos con “nuevos nuevos medios”, donde el usuario es un consumidor mediático que produce contenido. Esta es una característica que defino como la nueva ecología de los medios (Renó, 2013b), en la

que las transformaciones son evidentes y la participación ciudadana en los procesos comunicacionales pasó a ser decisiva en la consolidación de las narrativas presentes.

Conclusión

Esta investigación, de carácter exploratorio y concebida como un experimento-piloto, consolida el documental transmedia como algo posible y viable de realizarse, aunque tenga sus dificultades particulares, además de las tradicionalmente reconocidas para la construcción de una narrativa documental. También se reconocen ventajas expresivas para el documental a partir del momento en que esa posibilidad narrativa amplía la participación ciudadana.

El documental transmedia, más que una narrativa construida por contenidos reales (sin entrar en el mérito y/o en la discusión del papel del género documental como contador de verdades), posibilita una participación real del usuario no solo en la navegación por los contenidos multiplataforma ofrecidos, sino también a partir de la distribución de esos contenidos por las redes sociales. A partir del momento en que tenemos un contenido dispuesto por el propio usuario en las redes sociales (contenidos sujetos a procesos de interpretación, retroalimentación y circulación) consolidamos una verdadera participación ciudadana en esa narrativa, anteriormente considerada propiedad exclusiva del autor.

Si bien aún hay mucho por desarrollar para consolidar el subgénero documental transmedia, su existencia ya es una realidad, a cada momento ampliada por nuevas producciones e innovadoras narrativas, en las que la interactividad es un factor fundamental y la navegación a partir de dispositivos móviles es una necesidad.

Referencias bibliográficas

- Cortina, A. (2008). Ética de los medios y construcción de ciudadanía. In OCLACC-UTPL. *Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias*. Loja: Livraria e Editora Padre Reus.
- Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.
- Gonçalves, E. (2012). Da narratividade à narrativa transmédia: a evolução do processo comunicacional. En Campalans, C.; Renó, D.; Gosciola, V. *Narrativa transmedia: entre teorias y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Gosciola, V. (2012). Narrativa transmédia: conceituação e origens. En Campalans, C.; Renó, D.; Gosciola, V. *Narrativa transmedia: entre teorias y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

- Ibrus, I; Scolari, C. (2012). Introduction: Crossmedia innovation? In Ibrus, I.; Scolari, C. *Crossmedia innovations: Texts, Markets, Institutions*. Frankfurt, Main, Berlin, Bern, Bruxelles, Nova Iorque, Oxford: Peter Lang Press.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.
- Jenkins, H. (2001). Convergence? I Diverge. *Technology Review*, 93. Disponible en <http://web.mit.edu/cms/people/henry3convergence.pdf>. Último acceso el 5 de febrero de 2013.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Nova Iorque: Pinguim.
- Nichols, B. (1997). La representación de la realidad. Barcelona: Paidós.
- Renó, D. (2013a). *Touch hiperjornalismo: interfaces interativas para o jornalismo transmídia*. Tese de pós-doutoramento – Universidade de Aveiro, Portugal. 111 páginas.
- Renó, D. (2013b). *Discussões sobre a nova ecologia dos meios*. Tenerife: Editora ULL.
- Renó, D. (2012). *Documentário em novas telas*. Tenerife: Editora ULL.
- Renó, D. (2011). *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife: Editora ULL.
- Renó, D.; Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua editorial.
- Veglis, A. (2012). From Cross Media to Transmedia Reporting in Newspaper Articles. *Publishing Research Quarterly*, 28(4), 313-324.

A TV Digital pública no Brasil em prol do telejornalismo cidadão

Francisco Machado Filho*

Mayra Fernanda Ferreira**

Introdução

Em meio à migração do sistema analógico para o digital no Brasil, a indústria televisiva mundial está se posicionando estrategicamente na tentativa de se adaptar às novas demandas do mercado audiovisual mundial. Entretanto, esse posicionamento está colocando em lados opostos as emissoras públicas e comerciais brasileiras. O distanciamento que já existe entre as duas modalidades de televisão tende a se intensificar com a implantação da TV digital terrestre e a perspectiva das emissoras comerciais brasileiras em seguir o padrão internacional de produção e consumo de produtos audiovisuais.

* É Doutor em Comunicação Social, linha de pesquisa TV Digital, pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Possui graduação em Comunicação Social Habilitação Rádio e TV - FAESA - Faculdades Espírito Santense (1999) e Mestrado em Mídia e Cultura pela UNIMAR - Universidade de Marília (2006). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Rádio e Televisão, atuando principalmente nos seguintes temas: TV Digital, Mídias Digitais e internet. É professor no curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista – Unesp e professor colaborador no programa de mestrado em televisão digital da mesma instituição. E-mail: francisco-machadofilho@gmail.com

** Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC/Unesp - Bauru (2009). Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Unesp - SP (2006). Professora Substituta do Departamento de Comunicação Social da FAAC/Unesp desde 2011 até o momento. Professora Bolsista do Departamento de Ciências Humanas da FAAC/Unesp Bauru (2008-2009). Professora Voluntária do Cursinho Pré-Vestibular da Unesp - Bauru (2007-2008 e 2010/2011). Pesquisas relacionadas ao jornalismo televisivo, impresso, digital e infância. Membro - fundadora da Agência Júnior de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Unesp - Bauru (2006). Jornalista da Tv Universitária Unesp. E-mail: mayraunesp@yahoo.com.br

A fragmentação da audiência e as novas formas de distribuição de conteúdo e os games estão obrigando a indústria televisiva a encontrar um novo modelo de negócios que possibilite a sobrevivência das emissoras durante a migração digital. Focando no caso brasileiro, diferente do que vem sendo afirmado por muitos, a fragmentação da audiência e a queda no número de aparelhos ligados, até agora, não aparentaram ser os maiores problemas enfrentados pelas emissoras brasileiras. Nesse contexto, a TV pública, principalmente no Brasil, caminha em direção contrária ao posicionamento das emissoras comerciais. Incentiva e investe em interatividade como meio de aumentar a inclusão digital por meio de serviços do governo na TV aberta, está montando uma rede baseada na figura do operador único de televisão digital, enquanto a TV comercial demonstra forte interesse em manter o modelo herdado do sistema analógico.

O modelo de negócios da TV comercial brasileira

A TV aberta no Brasil, por determinação da Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, em seu artigo 6º, deve ser ofertada de forma direta e livremente para o público. Com isso, cria-se a necessidade de um modelo de negócios que possibilite às emissoras se manterem economicamente viáveis. Assim o uso da propaganda entre os intervalos da programação veio se consolidando como modelo de negócios. Isso primeiro se deu no rádio e, posteriormente, também foi utilizado na televisão. Anderson (2009) relata que, no início, esse modelo não foi bem visto, mas algumas emissoras, como a NBC, apostaram que a propaganda podia financiar sua programação radiofônica e televisiva.

Tanto o rádio quanto a televisão eram gratuitos e pagos pela propaganda. Era o início do chamado modelo de mídia para o Grátis: um terceiro (o anunciante) subsidia o conteúdo, de modo que uma das partes (o ouvinte ou espectador) possa recebê-lo gratuitamente (ANDERSON, 2009, p. 139).

Esse é o modelo que perdura até hoje, com maior ênfase, nas emissoras de TV aberta tanto nos EUA como aqui no Brasil e também na televisão por cabos e via satélite, porém em menor grau, já que essas duas modalidades de TV contam com o pagamento de mensalidades por parte dos assinantes. Portanto, o negócio dessas empresas, na verdade, é a comercialização do espaço entre os programas para a exibição dos anúncios publicitários das diversas marcas, nacionais e estrangeiras, e não a produção de programas noticiosos, educativos ou de entretenimento. Esses

programas são utilizados para atrair a audiência e expô-la às mensagens publicitárias. É bem verdade que existem outras formas de renda, como venda de programas para outros países, mas, basicamente, a viabilidade econômica de uma emissora de TV aberta e gratuita vem da publicidade e propaganda.

Contudo, se o tamanho da audiência diminui o modelo da gratuidade fornecido pelos anunciantes entra em colapso, pois, quanto menor a audiência, menor o investimento em publicidade na televisão por parte dos anunciantes. Estes, por sua vez, seguirão a audiência aonde ela for e a relação custo/benefício for mais eficaz. Assim, o preço cobrado pelas emissoras para veiculação do comercial de trinta segundos poderá cair e colocar em cheque o modelo de negócios das emissoras, pois toda sua estrutura de produção e distribuição foi formada para atender a demanda da sociedade de massa nascida na Era Industrial, que se baseava - e ainda se baseia - no número de espectadores sintonizados no programa ou canal.

Na nova sociedade que vem se formando e se estruturando em uma rede interconectada, na qual a segmentação e a personalização são uma busca constante, o principal meio de sustentação econômica das emissoras de televisão aberta vem sendo desafiado. O problema é que mudar um modelo de negócios é uma tarefa hercúlea para empresas de qualquer segmento, ainda mais empresas generalistas como a TV aberta. No caso dessas emissoras, a lógica e o padrão que regem o modelo são o comércio do tempo de veiculação, como dito acima, e isso “transforma em valor comercial seu tempo de emissão” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 18). Marcondes Filho ainda ressalta que, por trás desse valor comercial, existe um investimento, um preço, uma tabela e, principalmente, um lucro. Esse modelo acabou por definir muitas estratégias na concepção e comercialização dos produtos veiculados pelas emissoras de televisão, levando-as a se tornarem generalistas e sempre buscarem uma audiência de massa. Isso transformou a TV no maior veículo de divulgação de informação e entretenimento no mundo, por criar gêneros e formatos que atraíssem essa audiência.

Em 1931 o governo brasileiro baixou o primeiro decreto exclusivamente para controlar o sistema de radiodifusão (ALMEIDA, 2006). O decreto 20.047 dava competência única para o Executivo Federal na outorga e no controle do espectro e adotava o modelo *Trusteeship*¹ norte-americano. Almeida (2006) aponta a es-

¹ O modelo *trusteeship* das emissoras de televisão se caracteriza pela utilização de um bem público, no caso o espectro eletromagnético, por empresas privadas, mas sob a tutela do poder concessionário, no caso brasileiro, o Congresso Nacional.

truturação e proximidade do modelo brasileiro com o padrão americano. Através do *Radio Act* de 1927, os Estados Unidos regularizaram o sistema de radiodifusão naquele país, criando a FRC (*Federal Radio Commission*), que tinha poderes para não só regulamentar o sistema de radiodifusão, como também outorgar as licenças para as emissoras. Um dos princípios básicos da radiodifusão tanto nos EUA quanto aqui no Brasil foi reafirmado pela FRC, como relata Almeida (2006, p. 13).

A FRC reafirmou o princípio de que o espectro eletromagnético é um bem público e ilimitado e que os radiodifusores são meros usuários desse bem quando emissoras devidamente licenciadas pelo governo. Conhecido como *Trusteeship Model*, esse princípio, introduzido pelo *Radio Act* de 1927, vem sendo a base filosófica para a regulamentação da radiodifusão há mais de 60 anos (ALMEIDA, 2006, p. 13).

Dessa forma, tanto nos EUA como no Brasil, a utilização do espectro para a radiodifusão de som e imagens deveria ser controlada pelo governo. Entretanto, enquanto nos EUA foi criada uma agência com poderes delegados pelo congresso americano (SQUIRRA, 1995, p. 46), no Brasil, a legislação previa que apenas o Presidente da República era quem concedia as outorgas para as emissoras de rádio e televisão. Em 1931 o governo brasileiro baixou o primeiro decreto exclusivamente para controlar o sistema de radiodifusão (ALMEIDA, 2006). O decreto 20.047 dava competência única para o Executivo Federal na outorga e no controle do espectro e adotava o modelo *Trusteeship* norte-americano. Mas com algumas diferenças significativas.

Squirra (1995) aponta que, devido à incapacidade da FRC em lidar ao mesmo tempo com as questões relativas ao rádio e à televisão, foi criada a *Federal Communications Commission* – a FCC – em 1934, quando, a partir de então, o modelo americano de televisão é regulamentado. Visava a um maior equilíbrio entres as emissoras concorrentes, limitando o poder dos conglomerados de comunicação e a formação de oligopólios ou cartéis de empresas de radiodifusão (SQUIRRA, 1995, p. 52). Infelizmente, esse princípio não foi seguido no Brasil. Enquanto nos EUA uma agência controlava a comunicação e regulava o nascimento das redes de televisão, no Brasil, a concessão para radiodifusão cabia exclusivamente ao Presidente da República, que em sua maioria, era destinada a empresários e amigos próximos. Durante a ditadura militar essa prática continuou e as concessões eram destinadas a empresários ou políticos que apoiavam o regime (MATTOS, 2002). Somente a

partir da Constituição de 1988² o Congresso Nacional passou a deliberar sobre as concessões para utilização do espectro.

Essa não foi a única diferença importante na adoção do modelo de negócios para a TV aberta entre o Brasil e os EUA. A agência americana, desde o início, preocupou-se em assegurar o uso democrático do espectro, evitando que as recém-criadas redes de TV formassem, como dito acima, qualquer tipo de monopólio, cartel ou oligopólio. Uma destas preocupações foi quanto ao número de redes que poderiam atuar em todo o território americano. A FCC fixou em apenas três o número de redes de televisão.

Algumas razões levaram os EUA a adotar o princípio de fixar em três o número de redes: as limitações à disponibilidade de programas, de anunciantes, de horas disponíveis nas afiliadas e, ainda, no número de canais possíveis nas áreas urbanas (SQUIRRA, 1995, p. 29).

Já no Brasil, nunca houve essa limitação. E mais, além de fixar em apenas três o número de redes de TV, a FCC, preocupada com a pressão que as redes poderiam fazer às afiliadas para retransmissão da programação no horário nobre, regulamentou a utilização dessa faixa de programação para a veiculação de programas produzidos exclusivamente pelas centrais de rede, como aponta Squirra (1995). Nos cinquenta maiores mercados publicitários, durante as quatro horas do horário nobre, as cabeças-de-rede não poderiam utilizar mais do que três horas. “É a chamada Regra de Acesso ao Horário Nobre (PTAR – *Prime Time Access Rule*)” (SQUIRRA, 1995, p. 61). Com isso, a agência pretendia incentivar a produção local das emissoras regionais.

Durante a implantação da TV analógica aberta no Brasil, as emissoras estavam (e ainda estão) livres para operar da maneira que quisessem. Afinal, a legislação brasileira não limita o número de redes, não regula a programação quanto ao uso do horário nobre, nem o número de anunciantes nem às horas destinadas às afiliadas. A regionalização da programação ainda gera calorosas discussões entre políticos e donos de emissoras. Soma-se a isso, a utilização da televisão durante o governo

² Até a Assembleia Constituinte de 1988 no Brasil, era o Presidente da República quem decidia exclusivamente pela outorga, renovações ou não das concessões de Rádio e TV. a partir da nova Constituição a não renovação da concessão ou permissão depende de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional.

militar como meio de integralização do país, tema que será tratado à frente, fazendo com que a TV aberta americana se desenvolvesse em um ambiente mais favorável à concorrência entre as empresas, enquanto a TV aberta no Brasil crescia sob o aval de um governo não eleito pelo povo e que utilizava a radiodifusão como meio de propagandear o regime militar.

A TV pública no Brasil

A história da TV pública no Brasil, sempre foi marcada por aspectos que a distanciavam de uma grande audiência. Questões políticas, técnicas e objetivos mal formulados imprimiram nas emissoras públicas a imagem de uma televisão de baixa qualidade, com ingerência de políticos e um papel social muito aquém daquilo que um dia se propôs a fazer, ou seja, ser um veículo em conformidade com os interesses públicos e livre da influência do mercado publicitário. Com a implantação da TV digital, a TV pública tem a oportunidade de alcançar um lugar de destaque dentro do cenário audiovisual brasileiro, seja pelo incremento da qualidade da imagem transmitida, ou pela disposição do governo em utilizá-la como instrumento de inclusão digital.

As TVs públicas no Brasil configuram um campo complexo e instigante. Apesar de ter em comum uma “aura pública”, são canais com características bem distintas, processos próprios de construção e consolidação. Apresentam origens, práticas e objetivos distintos. São produzidas em condições políticas, administrativas e técnicas próprias, além de sofrerem diferentes regulamentações (TORRES, 2009, p. 27).

A partir da constituinte de 1988, a TV pública expande seus sinais e área de cobertura, e passa a ser tratada como forma de comunicação alternativa à hegemonia das emissoras comerciais. Entretanto, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso (1995/2003), as concessões de emissoras de públicas de TV foram distribuídas e utilizadas como capital político. “Cardoso autorizou 357 concessões de TVs educativas sem licitação, parte considerável durante o período em que Pimenta da Veiga (PSDB-MG) ocupou o Ministério das Comunicações” (TORRES, 2009, p. 31).

No período final do governo Lula (2003/2011), foi lançada a TV Brasil, parte integrante do sistema EBC –Empresa Brasil de Comunicação– de comunicação estatal. A criação da TV Brasil gerou críticas de vários setores da sociedade civil,

principalmente do setor da radiodifusão comercial que afirmava ser um desperdício de investimento público, visto que a indústria televisiva comercial no Brasil já cumpria o papel de incentivo à cultura e à informação.

Em 1995, a Lei do Cabo (8.977/1995) obrigou as operadoras de TV por cabos a incluírem em seus pacotes básicos canais de acesso público. Um pequeno avanço, mas devido à pouca penetração do serviço àquela época, os serviços públicos de comunicação televisiva ainda estavam, e estão até hoje, muitos defasados em termos de qualidade técnica e artísticas comparado com as emissoras comerciais brasileiras.

Com a implantação da TV Digital em 2007, a TV pública passa a ter uma oportunidade de ampliar seus serviços e aumentar sua fatia no bolo da audiência brasileira. Prognósticos podem ser aferidos tendo em vista as políticas de comunicação que estão sendo estabelecidas para os próximos anos em meio à transição tecnológica para o sistema de televisão digital brasileiro. Um exemplo importante desse momento é a decisão do governo federal em expandir a rede de TV pública por meio de um operador único. Essa iniciativa permitirá a digitalização dos canais comunitários, legislativos, judiciários e educativos a custos compartilhados em todas as capitais e em cidade com população acima de 100 mil habitantes. Com isso, a TV pública brasileira poderá investir no uso da interatividade em larga escala e fomentar a inclusão social, temas que nortearam toda a política de escolha do padrão brasileiro de TVD, mas que ainda encontra vários obstáculos para serem aplicados pelas emissoras comerciais.

Nesse contexto é que surge a oportunidade para a TV pública brasileira desempenhar um papel que até hoje não conseguiu fazer de forma abrangente: ser uma importante ferramenta de educação a distância, inclusão social e digital e, ainda, estar à frente das emissoras locais na cobertura de eventos ao vivo e fatos que mobilizem a nação aplicando ferramentas de interatividade. Isto será possível, pois o modelo de negócios das emissoras privadas (dependência dos anúncios publicitários) ainda limita a utilização da interatividade em alta escala.

A TV Unesp: em prol do jornalismo público

Enquanto uma emissora televisiva pública, cultural e educativa, a TV Unesp iniciou suas transmissões em 04 de novembro de 2011 a fim de ser uma TV universitária com foco na prestação de serviço à comunidade de Bauru e da Unesp, além de estar antenada às tecnologias digitais, visando à interação via TV e internet com seu público. Tendo como meta ser uma das pioneiras no desenvolvimento de tecnologias interativas em sua programação, a preocupação da direção e dos funcionários

(além de alunos da Universidade que colaboram na produção dos programas) da emissora perpassa a produção e a veiculação de conteúdos culturais e informativos que são veiculados em parceria com o Canal Futura.

Trabalhando em conjunto, os departamentos de produção e de jornalismo têm como preceitos os valores do que é público: democracia, cidadania e liberdade (TV CULTURA, 2004), visando à formação crítica dos telespectadores. Como é uma emissora transmitida em sinal aberto, via UHF, para a cidade de Bauru (além de estar presente no sinal a cabo do até então Canal Futura da operadora Net no município) com transmissão simultânea de seus programas via internet,³ a potencialidade cidadã da TV Unesp se comporta como uma oportunidade de se dirigir aos cidadãos sem qualquer vínculo comercial e político em diferentes plataformas que aliam estética e conteúdos com propostas diferenciadas.

Devido à qualidade de captação, edição e transmissão dos equipamentos, já formatados para o sistema digital, e às habilidades e competências do quadro de funcionários, que aliam a experiência em televisão com jovens profissionais pós-graduados na área, a emissora tem em mãos a possibilidade de trazer conteúdos de alta qualidade que se diferenciam das demais emissoras. É por isso que seu desafio está em manter uma grade de programação que traga ao mesmo tempo a qualidade de imagem, a interatividade e os conteúdos que interessem diretamente ao público em sua formação cidadã. Dois elementos agregados a esse objetivo são fundamentais: um sistema administrativo rápido que acompanhe as demandas do fazer TV, visto que estamos integrados a uma universidade pública que trabalha burocraticamente, e um projeto de sustentabilidade que busque apoios e incentivos da iniciativa privada e de órgãos de Ministérios para a realização de programas.

Em meio a esse desafio a ser transposto pela emissora antes de completar um ano de sua estreia, está a prática de um jornalismo público, visto a necessidade de ter em sua grade conteúdos jornalísticos. Porém, essa prática precisa ser construída em um novo modelo de negócio, que se diferencie do exercício comercial do jornalismo que se baseia em valores-notícias que almejam a audiência, o furo da informação, a quantidade em detrimento da qualidade, sem contar a rotina de trabalho em escala quase industrial. Além disso, há um preconceito a ser vencido: o estereótipo de que jornalismo em emissoras públicas é chato, é meramente “falação”.

Tendo em vista que o comprometimento é com o valor-informação de interesse público, o telejornal da TV Unesp precisa ser mais reflexivo, analítico. O COMO fazer

³ Site da TV Unesp: www.tv.unesp.br

tem que ser o diferencial. É a partir desse fazer diferenciado que precisa ser atrativo, e pra isso precisa dialogar com o público, que se definem os rumos. Mesmo com o organograma da equipe e o estabelecimento de rotinas que a priori são semelhantes às demais redações jornalísticas de televisão, o processo produtivo do Jornalismo da TV Unesp tem que encontrar o seu timing para refletir sobre esse processo.

O início dessa prática está na seleção dos temas. O cotidiano e agenda social devem ser as prioridades na medida em que se aproximem do público, daquilo que interfere diretamente no seu dia a dia.

O JP [jornalismo público] age movido pela certeza de que a informação é um bem preciso (um meio de “educação permanente”), de posse do qual o receptor compreende melhor a realidade que o circundam, forma juízos, reconsidera posições e se abre para o resto da humanidade. [...] O objetivo é atingir o telespectador – cidadão, não o indivíduo fragmentado, entendido na sua dimensão exclusivamente pessoal (TV CULTURA, 2004, p. 38).

No exercício desse jornalismo público, estabelece-se uma nova relação entre quem produz e recebe as informações. Relação essa que deve ser baseada no diálogo. Os jornalistas atuam como mediadores da informação para enriquecer e ampliar o que é apresentado pelos outros veículos de informação, sempre de modo compatível e consistente como o projeto da emissora e com o interesse da sociedade. Na construção desse novo modelo de jornalismo, formatos precisam ser revistos, já que nos encontramos em um espaço de experimentação, no qual o “jornalismo que aspira à relevância tem de levar em conta a ideia de transgressão” (TV CULTURA, 2004, p. 53). Não há fórmulas prontas para esse jornalismo público, mas sim há os anseios, as expectativas e o comprometimento de uma equipe que vise à prática cidadã e de transformação social por meio do jornalismo, além de um público disposto ao debate e à participação.

Considerando esse valor participativo, por meio do diálogo que se estabelece com o público, as ferramentas interativas, já difundidas na web e se que avolumam com as potencialidades da TV Digital, são essenciais para garantir essa aproximação que é necessária em todas as etapas da produção de pautas até a avaliação do material veiculado. Para caminhar nessa direção, é importante uma mudança de postura tanto dos profissionais quanto do público. Todos precisam estar abertos a críticas e a se envolver nesse processo de construção da notícia de aprofundamento e fuga do senso comum.

É claro que implantar esse jornalismo na TV Unesp é mais coerente devido ao seu caráter de emissora universitária. No entanto, a coerência também vem ao lado de uma visibilidade necessária. Necessidade tanto da instituição que mantém a TV, dos funcionários que lá trabalham, quanto das fontes que estão presentes nesse jornalismo e do público. Na tentativa de atender a todas essas expectativas, o foco da prática jornalística é ir além da educação e da cultura, é exercer uma prestação de serviço, com informações de utilidade pública e institucionais, sendo que estas estejam vinculadas à extensão universitária, mais um indicativo da proximidade com a comunidade da cidade.

Além desse foco em relação ao conteúdo, há a preocupação com o formato e a estética. Segundo o Guia de Princípios da TV Cultura (2004), a ausência de uma bancada no telejornal aproxima os apresentadores – essa tendência já tem sido observada até nos telejornais das TVs Comerciais; o uso de uma linguagem mais descontraída também favorece o rompimento com o estereótipo de “falação” do jornalismo público; dar um tratamento diferenciado a cada reportagem garante novos olhares, ou seja, não é necessariamente ampliar o tempo de um VT, por exemplo, que vai proporcionar um aprofundamento à questão, e sim o modo como o assunto será conduzido e as pessoas a serem ouvidas e vistas na reportagem; explorar a videoreportagem também trabalha com uma nova estética nas reportagens e exige mais habilidades dos jornalistas; e uma edição criativa também possibilita atrair os telespectadores e conduzir a narrativa jornalística de forma mais trabalhada esteticamente.

Relacionando, então, conteúdo, estética e participação, o jornalismo público da TV Unesp se propõe não a inventar um novo jeito de fazer jornalismo, mas a tentar reconstruir um processo produtivo que contribua para a formação do público, em primeira instância, e, conseqüentemente, para a emissora que se forma em meio às alterações tecnológicas, sociais e culturais de fazer e assistir à televisão.

Considerações

As transformações na indústria televisiva em todo o mundo refletem uma questão essencial: o público cativo desse veículo. Buscando manter os telespectadores e conquistar novas audiências, as TVs, comerciais e públicas, reconfiguram seu modelo negócio de modo a dialogar com as tecnologias que surgem e potencializam o modo de produção e veiculação da programação.

Seja investindo em equipamentos digitais ou priorizando o conteúdo com custo mínimo, seja incentivando a produção independente ou fomentando a TV

pública, as estratégias das emissoras são diversas de modo a continuarem presentes no dia a dia dos espectadores, além de terem de atender a determinadas regulamentações estatais e legais de funcionamento. Ao mesmo tempo, os desafios também são ampliados constantemente com a existência ou não da concorrência. É o que observamos entre as emissoras públicas que buscam se firmar nesse cenário midiático em meio ao objetivo de estar cada vez mais próximo dos cidadãos, contribuindo para sua formação cidadã e por que não para uma sociedade democrática.

No breve exemplo da TV Unesp e de sua prática jornalística, observamos que em meio a aparatos técnicos digitais que possibilitam melhorias estéticas, há a preocupação com o jornalismo público, com os conteúdos a serem veiculados de modo que dialoguem com os telespectadores que, atualmente, são parte fundamental em qualquer processo comunicativo, especialmente quando falamos em veículos de comunicação públicos. Apesar das dificuldades na caminhada de uma (re) construção do fazer jornalístico, é válido abrir os olhos para o exercício cidadão do jornalismo e por que não para toda uma programação que vise à cultura, à educação e ao entretenimento do público.

Referências

- ALMEIDA, André Mendes de. *Mídia eletrônica: seu controle nos EUA e no Brasil*. 2º Rio de Janeiro: Ed. Forense, 2006.
- ANDERSON, Chris. *Free: grátis: o futuro dos preços*. Tradução Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. Editora São Paulo: Senac, 2005.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.
- MATTOS, Sérgio. *A história da televisão brasileira: uma visão social, econômica e política*. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- SQUIRRA, Sebastião. *O século dourado: a comunicação eletrônica nos EUA*. São Paulo: Summus, 1995.
- TV CULTURA. *Jornalismo Público: Guia de Princípios*. São Paulo: TV Cultura, 2004.

Referências Eletrônicas

- TORRES, Rodrigo Murtinho de Martinez. *Televisão pública no Brasil: um estudo preliminar sobre suas múltiplas configurações*. Disponível em <<http://www.astralbrasil.org/documentos/televisaopublicanobrasil.pdf>> Acesso em 22/05/2012, às 16h55m.

Superman e seu potencial para os Recursos Educacionais Abertos (REA)

Andrea Cristina Versuti*
Daniel David Alves da Silva**

Introdução

A conectividade nos apresenta uma nova forma de aprender e ensinar, visto que a aprendizagem e a construção do conhecimento baseiam-se na diversidade de opiniões e na realização de múltiplas tarefas simultaneamente. Cada vez mais, aprender inclui a ação de conectar diferentes fontes de informação. As mídias sociais atuais favorecem a capacidade de criação e o compartilhamento de ideias, exigindo para isso, o aprendizado contínuo e a formação de comunidades de aprendizado (blogs, microblogs, podcasts, wikis, SMS, virtual words, redes sociais, vídeos interativos, chats, reflexões interativas, quiz, artigos, e-book interativo, fórum).

* Doutora em Educação com ênfase em Ciência e Tecnologia pela Universidade Estadual de Campinas (2007), Mestre em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (2000) e Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (1997). Professora da disciplina de Políticas Educacionais na Universidade Federal de Goiás. Tem experiência na área de Sociologia da Cultura e Educação, com ênfase em Educação e tecnologia, atuando principalmente nos seguintes temas: Educação, qualidade em educação a distância, usabilidade de software educacional e Narrativas transmídia e Educação. Membro do grupo de pesquisa GEFI, Educação, Filosofia e Imagem da Universidade Federal de São João Del Rey. E-mail: andrea.versuti@gmail.com

** Mestrando em Educação pela Universidade Tiradentes (Unit) e Graduado em Letras Inglês (Licenciatura) pela mesma instituição. Desenvolve pesquisa na linha Educação e Comunicação, tendo como objeto de estudo a utilização de Narrativas Transmídia na produção de Recursos Educacionais Abertos. É bolsista no Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares (PROSUP) se dedicando integralmente a pesquisa. Participa também do Grupo de Pesquisa sobre Comunicação, Educação e Sociedade (GECES) e do Grupo de Pesquisa em Educação, Tecnologias da Informação e Ciberultura (GETIC). E-mail: dandavias@gmail.com

Embora o termo web 2.0 seja relativamente novo e traga consigo definições e delimitações nem sempre consensuais, parece haver concordância no que tange aos desenvolvimentos tecnológicos e sociais que deram origem a uma nova atitude diante da internet. Esse novo estilo se traduz numa perspectiva dialógica, reconhecida nos blogs, wikis, chats e outros, não restando dúvida quanto a sua capacidade de oferecer formas de comunicação que contemplam, sobretudo, a interação.

Diante desta preponderância da interação, verifica-se uma significativa mudança na postura social dos sujeitos culturais diante da tecnologia. Referimo-nos a um estilo mais participativo, autônomo e criativo do sujeito, que cria e recria, utilizando e reutilizando conteúdos de maneira simples e natural, ou de acordo com Primo (2006) a web 2.0 incorpora o desenvolvimento de uma arquitetura da participação que pretende oferecer não apenas um ambiente de fácil publicação e espaços para debate, mas também recursos para a gestão coletiva do conhecimento.

Refletindo sobre as características deste contexto, têm-se como objetivos deste capítulo, apresentar uma proposta de criação de utilização de recursos educacionais abertos baseados na narrativa transmídia *Superman*. Esta proposta consiste em apresentar aos estudantes alguns elementos específicos (uma imagem e um trailer cinematográfico) relacionados ao personagem e promover a interação, a fim de que estes criem, de forma colaborativa, uma nova história que contenha aspectos da originária mitologia, ao mesmo tempo em que contribuem para a expansão do universo ficcional do herói.

Narrativas transmídia

A fim de atender às demandas cada vez maiores de indivíduos, os conteúdos midiáticos têm migrado por interfaces e plataformas cada vez mais sincronizados com o objetivo de atender grupos específicos de consumidores. Assim, novos conteúdos baseados em uma determinada mídia são originados em outra, gerando uma convergência midiática (Jenkins, 2009), adequando-se à mudança tecnológica de cada meio, proporcionando novas experiências aos sujeitos culturais.

É neste cenário que surgem as narrativas transmídia (*transmedia storytelling*), como uma maneira de recontar ou expandir uma história, aproveitando possibilidades e novos elementos que prendam os sujeitos em um universo ficcional composto por múltiplas linhas do tempo (*timelines*). É importante destacar que, para que esse processo ocorra, é necessário um reposicionamento e planejamento de marketing metódico de seus produtores.

É inegável que vivemos mudanças substanciais na sociedade contemporânea e as formas comunicacionais mudaram de maneira expressiva a partir das estruturas líquidas da pós-modernidade e, dentre estas mudanças, destacamos o advento dos conteúdos digitalmente expandidos. Para falar de transmídia, é importante que pontuemos algumas questões que nos ajudam a compreender o contexto singular que propiciou o surgimento deste tipo de experiência.

Tanto o hipertexto como a hipermídia são processos interativos, pois nos permitem a escolha de seus caminhos para obter suas novas experiências, de acordo com sua vontade pessoal. Estes são ambientes líquidos, fluidos, participativos, autônomos, e corroborando perspectivas de Santaella (1996) e Bauman (2003) viabilizam uma leitura sem começo, meio ou fim, oferecendo-nos a possibilidade de “olhar” o conteúdo através de caminhos distintos. A partir disso, a narrativa hipertextual é definida como o modo livre de leitura, onde a forma é decidida pelo sujeito.

A hipertextualidade é um dos processos interativos mais evidentes nas narrativas transmídia. Entretanto, a maior fonte da transmidiação está na intertextualidade, que, segundo Bakhtin (1986), é o diálogo entre inúmeros textos. Ou seja, a narrativa transmídia é um universo criado através de várias mídias, ampliando o conhecimento do sujeito sobre o conteúdo da obra, e fazendo com que o mesmo experimente desse universo ficcional. É a partir daí que surgem as franquias, que são a extensão de todo o conteúdo ficcional relacionado a uma marca.

Isto nos faz compreender os motivos que retomam as suas origens na intertextualidade e definem a narrativa transmídia como uma linguagem da sociedade multimídia que se tornou fundamental para pensar novos processos de criação e construção do pensamento. Estas narrativas surgem simultaneamente de uma proposta de reconstrução cognitiva e desejo de participação dos sujeitos.

As narrativas são os conteúdos migrados através da convergência de interfaces. Ou seja, as narrativas transmídias também podem ser produtos derivados da conexão proporcionada pelo ciberespaço. É a partir da interação gerada por este processo que se deflagra o potencial do conteúdo gerado como ferramenta de aprendizagem.

Segundo Carlos A. Scolari (2013, p.45) é fundamental que “os produtores/escritores pensem em transmídia desde o primeiro momento em que se cria um universo narrativo”. O autor diz que há duas coordenadas para definir as narrativas transmídia: “1) expansão da história através de várias mídias, e 2) colaboração dos usuários nesse processo de expansão”.

A participação dos fãs na construção do conteúdo expandido é de suma importância para a popularização da narrativa. Estes participam através da internet com a criação de blogs, páginas em sites de relacionamento e fóruns, compartilhando opiniões e sugerindo alterações no rumo da história. Max Giovagnoli (2011) evidencia que fazer transmídia significa “concordar em dar uma parte da autoria e responsabilidade da narrativa para o público e outros narradores, a fim de criar uma história participativa e sinérgica nas experiências dos diferentes públicos da narrativa”. Esta interação contínua faz surgir o que Henry Jenkins (2009) chama de “capital emocional” ou “*lovemarks*”, ou seja, mídias que possuem forte relação com seus consumidores.

Certamente o fator mais relevante da estratégia da criação de uma narrativa está na condição de atingir um público que não se satisfaz exclusivamente com um único meio de comunicação. Isso significa, que com o crescimento da oferta de conteúdos graças à web e à banda larga, o público vem buscando informação e entretenimento em mais de uma plataforma, às vezes até simultâneas, e a estratégia das narrativas transmídia vem cumprindo esse papel. O aparente ponto negativo deste processo é a impressão de que há mais trabalho porque se produz mais conteúdo, mas que é rapidamente desfeita quando se percebe que a estratégia alcança um público muito maior.

A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte de criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (Jenkins, 2009, p. 49)

Este tema nos permite construir uma profícua reflexão coerente com aspectos da filosofia da diferença em Deleuze. Para tanto, esta compreensão da transmídia deve primar pela diversidade das singularidades. Nesse sentido, faremos uma oposição ao que entendemos tradicionalmente pela universalidade dos conceitos. Trata-se, portanto, de uma valorização da experiência sensível, daquilo que é vivido individualmente, em que não se enquadram conceitos puros, rígidos. Ora, se o conceito

não é uma entidade absoluta acerca de algo a ser alcançado e incorporado, se não representa uma verdade universal que independe do contexto/ devemos utilizá-lo como ferramenta para pensar e produzir novos conceitos e é nesse sentido que *transmídia* se apresenta.

Pensamos ser possível utilizar neste texto o conceito de narrativa *transmídia*, como algo que expressa um acontecimento, e não uma essência. Ele reflete multiplicidades criadas a partir da experiência, reflexão. É preciso dar relevância aos fatos, à unicidade dos acontecimentos. Há uma busca dos detalhes que se constroem no momento presente. Compreendemos assim a *transmídia* como uma forma de narrativa que se constrói no detalhe e na mudança, no movimento de ideias e na atualização de imagens a partir da participação dos sujeitos, do seu envolvimento nas tramas ficcionais.

Explorar as aplicações possíveis destas narrativas, sobretudo no campo de pesquisas em Educação, requer algumas ponderações, pois, para falar de conceito, precisamos entender o plano de imanência no qual ele está inserido, ou seja, o quadro de evidenciação dos fatos que se relacionam com o conceito tratado.

Os princípios de multiplicidade e *hipermídia* da narrativa *transmídia* estão relacionados com amplitude e complexidade do conhecimento. As histórias se relacionam. Pensar em alguma coisa é estabelecer relações com múltiplos elementos e em diversos aspectos. Tudo se relaciona com tudo. Mas, ao tratar de algo, estamos criando conexões, ligações, pontes de comunicação. Estamos evidenciando qualidades, definindo ângulos de abordagem, instituindo olhares, que são diferentes de outros. É possível construir uma interpretação das narrativas *transmídia*, tendo como base o princípio de multiplicidade presente no conceito de RIZOMA (Deleuze & Guattari, 1995), ao considerá-lo como algo que não mantém relação com o uno, como a metáfora raiz da árvore, em que tudo parte de um único ponto e visa à objetivação ou subjetivação.

O rizoma não admite sujeito nem objeto, “mas somente determinações, grandezas, dimensões que não podem crescer sem que mude de natureza”. Dessa forma, o rizoma defende a inclusão. Ele abarca os diversos pontos de partida, assimila e legitima os diferentes pontos de vista, em oposição à verdade única (Deleuze & Guattari, 1995). O pensamento *hipermidiático* é, por excelência, múltiplo e inclui diferentes pontos de partida, percepções e imagens que produzem nos sujeitos afetos de diferentes formas e intensidades. Os sujeitos buscam cada vez mais os espaços com possibilidade de leitura através de linguagens múltiplas, seja na televisão, no cinema, na literatura ou na internet.

Outro princípio, o de ruptura assignificante, quebra com processos rígidos de significação. Os conceitos são apenas criações que servem como ferramentas para a criação de outros conceitos. Eles são dinâmicos, flexíveis, podem ser rompidos e ressignificados, e se opõem à visão estática do conceito que promove a dicotomia no âmbito do entendimento, endurecendo o aprendizado. (Deleuze & Guattari, 1995)

A hipermídia, pensada como uma estrutura que favorece o pensamento rizomático tem seu ápice com a convergência de mídias, com a qual ficou ainda mais possível interatuar e definir os caminhos labirínticos de leitura.

A migração digital diz respeito, em primeiro lugar, a sujeitos interconectados que chegam a uma nova fronteira da comunicação e do real. A nova fronteira, que alguns chamam de ciberespaço, é um novo espaço de pensamento e de experiências humanas, formado pela coabitação dos antigos e novos formatos de hiper-realidade. (Vilches, 2003, p. 17)

Se por alguns momentos podemos pensar que este tipo de narrativa e ação é um “arremedo” uma tentativa de copiar a original, defendo aqui a ideia de Potência do Falso. Esta narrativa é liberta da verdade que aprisiona. O falso é livre, e este conteúdo produzido pelos fãs é potente, temos um domínio do pensamento onde a hierarquia e a forma são desvalorizadas em nome de um condensado de multiplicidades e de intensidades. As narrativas tendem a romper a ideia de representação do real, do original e nos convidam a experimentar a potência do falso.

É provável que as produções realizadas de forma colaborativa tenham este caráter de romper com a originalidade e se fazerem potentes enquanto simulacro na sociedade contemporânea das mídias convergentes. Juntamente com a convergência e a mobilidade surgem novas formas de pensar e escrever que articulam diferentes linguagens e novos signos que se constroem a partir da criação de novos significados para os diferentes artefatos culturais.

Observamos mais especificamente o potencial das propostas metodológicas e de elaboração de conteúdos digitalmente expandidos que permitam uma compreensão ampliada de significado, independentemente dos caminhos da leitura, e que, ao mesmo tempo, garantam ao sujeito, em se deparando com uma parte, compreender o todo satisfatoriamente. Sendo assim, cada fragmento é independente dos outros, ainda que exista uma relação contextualizada entre eles, seu produto final é genuíno e sua linguagem fundamenta-se na hipertextualidade e nos já descritos princípios de multiplicidade e ruptura assignificante.

Este tipo de conteúdo é potencialmente adequado para a Educação Aberta, no sentido em que esta propõe o uso de materiais didáticos com licenças e termos flexíveis, além de padrões e protocolos abertos (Amiel, 2012).

Recursos Educacionais Abertos (REA) a partir da franquia *Superman*

Conforme Nalin Sharda (2009) a potencialidade de trabalhar com narrativas transmídia está na possibilidade de mesclar o conteúdo pedagógico e o que é vivenciado pelos estudantes, como o trabalho colaborativo, o compartilhamento de informações e a interação. É neste contexto que surgem os Recursos Educacionais Abertos (REA), definidos pela UNESCO (2011) como “materiais de ensino, aprendizado e pesquisa em qualquer suporte ou mídia, que estão sob o domínio público, ou estão licenciados de maneira aberta, permitindo que sejam utilizados ou adaptados por terceiros”. Tais recursos ainda possuem definições quanto a sua aplicabilidade.

O movimento para Educação Aberta está sujeito às condições materiais, o que inclui as instituições, sistemas e recursos educacionais disponíveis. Depende igualmente de práticas abertas, de uma cultura que promova o compartilhamento e a transparência. Práticas e recursos interagem para formar, ou podem partir de novos ambientes educacionais. (Amiel, 2012, pp. 19-20)

De acordo com Pitler (2006) a tecnologia é mais útil quando usada como parte do enriquecimento educacional por meio da cooperação e do compartilhamento de ideias, imagens, vídeos, músicas, o que resulta em um aprendizado reflexivo.

A partir destes conceitos, este trabalho traz uma proposta de construção de REA baseado numa narrativa transmídia. Bryan Alexander (2011) diz que “a criação e o consumo de histórias digitais é vista de maneira atraente pelos alunos digitalmente imersos”. Assim, a fim de atingir jovens em idade escolar, a proposta de REA desenvolvida neste trabalho será baseada em um super-herói popular, no caso o *Superman* (ou Super-Homem).

Superman é um personagem criado pela dupla de quadrinistas Joe Shuster e Jerry Siegel em 1938, aparecendo pela primeira vez no primeiro volume da revista *Action Comics*.¹ Suas histórias são publicadas pela editora DC Comics, empresa do grupo Time Warner. *Superman* é uma das principais histórias em quadrinhos da

¹ Disponível em: <http://dc.wikia.com/wiki/Superman> Recuperado em 09 de maio, 2013.

editora, sendo também uma das mais rentáveis revistas em circulação,² com cerca de 50 milhões de volumes vendidos em 2012 somente nos Estados Unidos.³

O herói é um dos personagens mais icônicos da cultura estadunidense e tem seu universo expandido para diversas mídias, além das tradicionais revistas em quadrinhos. Possui uma franquia cinematográfica com seis filmes, o último (*Man of Steel*, dirigido por Zack Snyder) será lançado em junho de 2013. Foram lançadas dezenas de vídeos games com a temática do personagem (entre eles *DC: The Man of Steel*, para XBOX 360 e *Superman Returns: Fortress of Solitude*, para Game Boy Advance), seriados de televisão (4, no total – entre eles: *Lois & Clark: The Adventures of Superman*, entre 1993 e 1996 e *Smallville*, entre 2001 e 2011) e desenhos animados (como *The New Adventures of Superman* e *All Star Superman*).

Neste capítulo, a proposta é direcionada para o ensino de Língua Inglesa (LI) e baseia-se na produção de uma *fanfiction* (ficção criada por fãs). A franquia escolhida possui um número significativo de narrativas produzidas por fãs no site FanFiction.net (<http://www.fanfiction.net>), totalizando até o presente momento 3,229 *fanfictions*, o que reitera a potencialidade da franquia para a construção de REA. Assim, nos próximos parágrafos fazemos sugestões para a aplicação destes recursos em sala de aula ou na modalidade EAD.

A atividade aqui proposta utilizará o recurso audiovisual para trabalhar a produção de texto em LI. Para isto, utilizaremos uma página de história em quadrinhos (que já se encontrava disponível na rede) e o trailer do filme *Man of Steel* (Homem de Aço). Desta forma, a atividade irá explorar o reinício da franquia tanto nos quadrinhos, quanto nos cinemas.

A página escolhida não possui falas e integra do volume #1 da nova *Action Comics*⁴, que narra as primeiras aventuras do *Superman* em Metrópolis. Este reinício, a partir do primeiro volume, teve início em agosto de 2011 e aconteceu com 52 títulos da DC Comics, sendo chamado de *The New 52* (Os Novos 52).

No Brasil o relançamento das edições ficou a cargo da editora Panini e ocorreu em junho de 2012 (10 meses de atraso em relação ao lançamento oficial nos EUA). Contudo, a estratégia utilizada no Brasil foi um pouco diferente. A revista *Supe-*

² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1238929-aos-75-anos-superman-ganha-novo-filme-e-mantem-vivas-discussoes-sobre-sua-origem.shtml> Recuperado em 14 de abril, 2013.

³ Disponível em: <http://www.comichron.com/monthlycomicssales/2012.html> Recuperado em 09 de maio, 2013.

⁴ Disponível em: <http://omelete.uol.com.br/quadrinhos/superman-grant-morrison-fala-das-mudancas-e-saem-mais-capas/> Recuperado em 07 de maio, 2013.

man traz em seu interior o conteúdo de três títulos (*Superman*, *Supergirl* e *Action Comics*) que são publicados em revistas separadas nos EUA. Até a presente data, já foram lançados 12 volumes de *Superman* (Os Novos 52) no país.

Imagem 1. *Action Comics* #1



Disponível em: <http://robot6.comicbookresources.com/wp-content/uploads/2011/08/action-comics1.jpg> Recuperado em 06 de maio, 2013.

O trailer é uma preview de três minutos e três segundos do filme que entrará em cartaz (nos cinemas brasileiros) no dia 12 de julho de 2013. Ambas as mídias mostram o *Superman* a partir de uma nova perspectiva adotada pela DC Comics para atualizar o personagem.

Imagem 2. *Man of Steel* - Official Trailer 3



Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=T6DJcgm3wNY> Recuperado em 06 de maio, 2013.

O desenvolvimento da atividade pode ser feito em sala de aula ou ainda por e-mails compartilhados pelos alunos. A construção da narrativa pode ser feita em sala de informática ou tradicional, sem descartar a possibilidade de ocorrer também a distância através do próprio dispositivo (*PC/tablet/smartphone*) do aluno. Após assistirem o vídeo, os alunos devem ter acesso ao roteiro com as falas da cena (em LI), assim eles poderão praticar o *reading* (leitura) na língua falada pelos personagens, também como acompanhar o áudio com maior facilidade, praticando o *listening* (audição). Isso irá apresentá-los os personagens e proporcionar a imersão na narrativa.

A atividade desenvolvida pode ser feita em tempo real ou não, desde que os alunos estejam cientes de como esta será aplicada. Os alunos também poderão pesquisar sobre o herói e adquirir mais informações para a construção da narrativa. Já imersos na franquia, cada aluno deverá desenvolver um parágrafo em LI que servirá posteriormente como enredo.

Após essa criação individual, os alunos deverão formar grupos (de no mínimo três pessoas) para trocarem informações entre si, compartilharem os textos e em seguida, escreverem uma página contendo uma aventura inédita do herói. Esta terá como critério a apresentação de elementos derivados do vídeo ou da HQ. Assim, os alunos praticarão sua produção textual de forma colaborativa. Neste nível a atividade colocaria em prática outra habilidade dos alunos, o *writing* (escrita). O importante é a produção textual de maneira coletiva, tendo o professor como mediador e corretor da narrativa que será construída.

Com os textos finalizados, uma leitura compartilhada seria a melhor sugestão para a conclusão da atividade. Isto poderia ser feito presencialmente perante o professor/tutor e demais colegas, ou ainda, através de vídeo conferência via Skype.⁵ O tutor ou professor poderia corrigir falhas de pronuncia, assim como sugerir alterações nos textos criados. Desta forma a atividade finalizaria com a prática da quarta e última habilidade da língua, o *speaking* (oralidade).

Tais atividades foram planejadas com base em abordagens já usadas em aulas presenciais também as adaptando para a modalidade EAD através de Recursos Educacionais Abertos disponíveis na internet. É importante que todos os alunos tenham acesso a rede e estejam imersos de alguma forma na narrativa trabalhada.

Considerações finais

Uma vez imersos no universo da narrativa, outros recursos podem ser aplicados. Isto proporcionará interação e novas oportunidades para a utilização de vídeos disponíveis no YouTube, ou exemplares inteiros disponíveis para download em comunidades online. Isto é possível, pois a franquia possui produtos expandidos em várias mídias que permitirão produção e a aplicação de REA, seja qual for o assunto abordado. No entanto, assim como os produtores, o professor deve planejar e se atentar a pequenos detalhes que farão diferença na aplicação do recurso escolhido.

A educação apresenta como um dos maiores desafios no contexto atual, o aprimoramento e a ampliação do conteúdo pedagógico de forma que este seja atrativo para os alunos. Para tanto, com os resultados deste trabalho sugerimos que os docentes possam incorporar tais contribuições no sentido de desenvolver novos meios/contextos que viabilizem a aprendizagem dos estudantes acerca do conteúdo pedagógico apresentado nas disciplinas. As narrativas transmídia são potentes fontes inspiradoras para Recursos Educacionais Abertos, principalmente

⁵ Software que permite comunicação pela Internet através de conexões de voz sobre IP.

porque possibilitam a expansão das formas de intervenção colaborativa dos sujeitos imersos em sua mitologia ficcional original.

Um dos principais aspectos positivos da utilização dos Recursos Educacionais Abertos na educação é a flexibilidade, pois o REA sugere que as pessoas aprendam em seu ritmo, as mesmas podem escolher onde estudar, e não há exigências de qualificação para que o professor possa ensinar e o aluno possa participar e aprender. Outro fator importante do REA é a preponderância da interação, pois é a partir dela que professor e alunos podem construir conhecimento sobre um conteúdo temático específico por meio do compartilhamento de informações que é feito na plataforma escolhida para essa construção.

Um simples exemplo para ilustrar a educação aberta é a Wikipédia. Esta é uma plataforma de conhecimento, onde qualquer usuário da rede pode colaborar com conteúdos acerca de um determinado assunto, ou apenas utilizar o material para adquirir conhecimento através do que foi compartilhado por outros usuários.

Segundo Santos (2012), os REA, no contexto de educação aberta, representam um enorme potencial de compartilhamento de conhecimento entre autores e usuários, de uma forma global, sem a preocupação de infringir direitos autorais. Essa é a característica principal do REA; a licença aberta. De acordo com nosso exemplo, essa maneira de compartilhar informações permite e potencializa a construção colaborativa de um conteúdo específico.

Além disso, ao evidenciarmos o potencial transmidiático da narrativa *Superman* nesta proposta, apontamos para o fato de que se conteúdos da disciplina de Língua Inglesa fossem trabalhados através da utilização de diferentes plataformas e disponibilizados como Recursos Educacionais Abertos, os alunos estariam emotivamente engajados no processo de aprendizagem, proporcionando interação e colaboração na construção de atividades pedagógicas, o que referenda a construção do conhecimento de forma significativa.

Finalmente consideramos neste capítulo a ideia de que as novas linguagens de comunicação contemporâneas, dentre elas, especialmente a transmídia, podem inclusive propor que a condução do processo de construção do conhecimento seja feita a partir de uma perspectiva rizomática, remetendo ao múltiplo e à dinamicidade do pensamento. Entender a transmídia como um campo de construção requer, sobretudo, a compreensão de que existem diversas formas de conhecimento, e que elas dialogam entre si dentro de contextos históricos e sociais. Os conteúdos abordados criam conexões múltiplas com elementos de outros campos do saber: mito, ciência, filosofia, artes, religião e senso comum estabelecem redes interligadas.

Todas estas considerações estão presentes quando pensamos a potência da transmídia, pois a estrutura rizomática de construção de conhecimento pode contribuir também para a melhoria das relações interculturais e para um novo tipo de Educação que contemple as diferenças e não apenas as repetições. Não podemos permitir que ela seja exclusivamente utilizada de forma agenciada à serviço do entretenimento e de estruturas comerciais consolidadas que criam franquias sobretudo para divulgação de produtos, marcas, e incitação ao consumo, mas sim, como narrativa que constrói com os sujeitos uma relação de outra natureza, sobretudo participativa, ativa, pensante.

Estar convicto de que o modo como se pensa consiste em apenas uma das múltiplas formas possíveis de se conceber a realidade, de que não existe uma verdade única para explicar as coisas e, portanto, da compreensão de que não detemos a propriedade do conhecimento último e verdadeiro, pode promover a construção de uma formação social mais tolerante com as diferenças e mais condizente com nossa realidade.

Referências

- Alexander, B. (2011). *The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media*. Santa Barbara: PRAEGER.
- Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madrid: Gedisa.
- Amiel, T. (2012). Educação aberta: configurando ambientes, práticas e recursos educacionais. In Santana, B. et al. (Org.), *Recursos Educacionais Abertos: práticas colaborativas políticas públicas* (pp. 17-33). Salvador: Edufba.
- Bakhtin, M. (1986). *Marxismo e filosofia da linguagem* (3ª ed.). São Paulo: Editora Hucitec.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Deleuze, G. (2008). *Lógica do sentido*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Deleuze, G. & Gattari, F. (1995). *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia* (Vol. 1). São Paulo: Editora 34.
- Giovagnoli, M. (2011). *Transmedia Storytelling: Imagery, Shapes And Techniques*. Pittsburgh: ETC Press.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Lévy, P. (2001). *A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. Tradução: Maria L. Homem e Ronaldo Entler. São Paulo: Editora 34.
- Li, C. & Bernoff, J. (2009). *Fenômenos sociais nos negócios – groundswell*. Rio de Janeiro: Campus Elsevier.

- Navarro, V. (2010). *Sites of convergence: an interview with Henry Jenkins*. Recuperado da <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/77/57>
- Primo, A. (2006). *O aspecto relacional das interações na web 2.0*. Recuperado da <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos%5CR1916-1.pdf>
- Santaella, L. (1996). *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento.
- Scolari, C. A. (2013) *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.
- Sharda, N. (2009). Using Storytelling as the Pedagogical Model for Web-Based Learning in Communities of Practice. In Karacapilidis, N. (Ed.), *Web-Based Learning Solutions for Communities of Practice: Developing Virtual Environments for Social and Pedagogical Advancement* (pp. 67-82). Pratas: University of Patras.
- Superman Homepage*. (2013). [Site]. Recuperado de <http://www.supermanhomepage.com/>
- UNESCO (2011). *UNESCO and education: "Everyone has the right to education"*. UNESCO, Paris.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.

Cidadania, democratização e jornalismo sobre tecnologia: uma discussão sobre a reformulação do Link Estadão

Andressa Kikuti*

Introdução

No dia 22 de abril de 2013, o jornal O Estado de S. Paulo¹ —conhecido pela alcunha “Estadão”— passou por uma grande reformulação editorial. A partir desta data, o jornal passaria a ser mais compacto nos dias de semana, e ampliado aos domingos – quando, segundo o presidente do Grupo Estado, Francisco Mesquita Neto (2013),² os leitores teriam mais tempo de consumir o conteúdo oferecido. O slogan da campanha, produzido pela agência publicitária WMcCann, declarava que, a partir do dia 22 de abril, o jornal prometia estar “completamente diferente,

* Mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), com pesquisa focada no jornalismo praticado pelas editorias de tecnologia dos jornais brasileiros. Atua como assistente editorial na Revista Internacional de Folkcomunicação. Participa do Grupo de Pesquisa em Mídias Digitais (GEMIDI), e do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Gênero, ambos da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UEPG. Tem experiência na área de Jornalismo e Editoração e Comunicação Empresarial. E-mail: andressakikuti@gmail.com

¹ O Estado de S. Paulo foi fundado no ano de 1875. Na época chamava-se A Província de São Paulo - seu nome atual foi cunhado em 1890. No final do século XIX, o Estadão tornou-se o maior jornal de São Paulo e, segundo Siqueira (2011), era conhecido na época por seu conservadorismo político e liberalismo econômico. Com o passar dos anos, o periódico foi crescendo, se modificando e se consolidando como um dos jornais diários mais lidos do país: em um ranking divulgado pela Associação Nacional de Jornais (ANJ), o Estadão aparece como a quarta maior circulação do brasileira, com uma tiragem média de 235 mil exemplares.

² Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed741_o_estado_de_sao_paulo_anuncia_nova_reestruturacao_editorial Acesso em 07/05/2013 às 19h21.

sem mudar absolutamente nada”. No entanto, as mudanças puderam ser sentidas tanto no volume do jornal —que diminuiu— quanto nas editorias, que se adaptaram para receber o conteúdo de alguns suplementos que deixaram de existir.

O Link, que até então era um suplemento especializado em tecnologia e cultura digital, é um exemplo desta modificação. Ele passou de caderno (publicado semanalmente às segundas-feiras), para uma sessão dentro da editoria de Economia & Negócios, que continua a publicá-lo, sob a mesma denominação, nas segundas. Seu tamanho foi reduzido para duas páginas (quando antes eram seis), antigos colunistas e repórteres se desligaram da publicação, e seu conteúdo pareceu adaptar-se à proposta de uma editoria voltada para os negócios.

O que é fundamental observar nesta reformulação no Link é o impacto sobre os conteúdos publicados antes e depois do dia 22 de abril. A vinculação do Link à editoria de Economia & Negócios fez com que o material jornalístico encontrado no produto ganhasse um tom muito mais mercadológico, voltado para o consumo, e não necessariamente para o interesse público.

Além disso, as matérias que tratam sobre cultura digital livre sofreram uma enorme perda de espaço, tendendo à inexistência (como uma sondagem anterior,³ envolvendo as cinco edições publicadas no mês da reformulação (04/13), verificou). A preocupação com estes assuntos, que antes eram marcas facilmente reconhecíveis no Link, pareceu diminuir significativamente.

O termo “cultura digital livre” é aqui entendido como uma visão de cultura online baseada na liberdade de distribuir e modificar obras criativas sem a necessidade de permissões e outras burocracias limitantes. A presença do tema se justifica nesta pesquisa porque é característica da própria cultura o fato de ela ser livre (LESSIG, 2005), e a internet e a tecnologia serviram para potencializá-la. Tal característica da cultura também perpassa pelas discussões que envolvem o exercício pleno da cidadania, que só é possível quando o acesso à cultura em um sentido amplo é democrático e igualitário.⁴

³ Apresentada em forma de artigo no XVI Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

⁴ O conceito de cultura digital livre, inclusive, se aproxima bastante daquilo que é preocupação central do documento Declaração da Sociedade Civil, elaborado pela Campanha CRIS (*Communication Right in the Information Society*). Este documento – divulgado em Genebra, 2003 – focaliza o direito à informação e à comunicação na sociedade da informação, problematizando questões como domínio público, software livre e propriedade intelectual, e o acesso global a todas as tecnologias de informação e comunicação, inclusive os meios comunitários.

Uma questão que se faz necessária é se a vinculação de um suplemento de tecnologia à editoria de Economia é a mais interessante do ponto de vista jornalístico, e do interesse público. A hipótese inicial é que esta não é a melhor opção, considerando que a abordagem mercadológica acentua a característica “consumidora” dos leitores, apresentando-lhes novos gadgets, novos aplicativos, novas “necessidades” e impulsos, ao invés de posicionar o público em seu lugar de usuário da tecnologia, pertencente à realidade da web 2.0.⁵ Ao considerar a problemática que envolve o acesso desigual às ferramentas proporcionadas pelas novas tecnologias e até mesmo os diferentes níveis de inclusão digital que Maia (2008) aborda, é possível concluir que tratar o jornalismo sobre tecnologia por uma perspectiva econômica contribui para afastar ainda mais os cidadãos menos favorecidos dos debates envolvendo direitos, deveres, privacidade e cultura na web.

Para fazer a discussão, que envolve o jornalismo especializado em tecnologia praticado pelo Link e a democratização da informação, essencial para o exercício da cidadania, este artigo adota um método que reúne revisão bibliográfica –a partir das abordagens feitas por Rousiley Maia (2008)– e observação do objeto de pesquisa da dissertação da autora, que é o Link.

O papel do jornalismo e a internet como ferramenta democrática

No livro *Comunicação e Democracia*, Maia (2008) procura responder como os atores coletivos críticos da sociedade civil se valem dos recursos da internet para alcançar propósitos “potencialmente” democráticos. Parte deste trabalho está em especificar diferentes usos que as organizações cívicas fazem da internet, a fim de gerar efeitos democráticos específicos, como a interpretação de interesses e construção de identidade coletiva, constituição de esfera pública, ativismo político, embates institucionais e partilha de poder, supervisão de processos e prestação de contas.

A autora fala em quatro tipos de rede com propósitos democráticos. Assim como em outras esferas da sociedade civil, há redes deste tipo voltadas especificamente para a cultura digital e democracia na web, o que tem tudo a ver com tecnologia –tecnologia esta que é (ou deveria ser) tratada pelo jornalismo especializado no tema. A seguir, tem-se as redes mencionadas por Maia (2008) somadas a exemplos voltados para a tecnologia:

⁵ Para O'Reilly, a regra mais importante da web 2.0 é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva.

- A) Redes para produção de conhecimento técnico competente: destinam-se a organizar conhecimento especializado e torná-lo disponível para movimentos sociais. Como exemplo em tecnologia e cultura digital pode-se citar o *Torrent Freak*, um weblog dedicado a trazer as últimas notícias sobre *BitTorrent* e tudo o que for relacionado a esta forma popular de compartilhamento de arquivos. Não atua como um agregador de notícias, mas sim produz seu próprio conteúdo a partir do que encontra na rede, e disponibiliza gratuitamente aos usuários individuais ou coletivos.
- B) Redes de memória ativa: tem como propósito digitalizar documentos de movimentos sociais para armazenamento livre em portais, com objetivo de torná-los acessíveis para outros movimentos sociais e para a sociedade em geral. O exemplo mais emblemático de uma rede de memória ativa na internet é o *Internet Archive* – uma organização sem fins lucrativos criada para construir uma biblioteca sobre a internet. O site oferece para pesquisadores, historiadores, pessoas com deficiência e público em geral um acesso permanente a arquivos em texto, áudio, imagens em movimento, softwares, páginas web arquivadas, além de prestar serviços especializados de acessibilidade para leitura de pessoas com necessidades especiais. É uma biblioteca gratuita, acessível, na internet, e sobre a internet.
- C) Redes para produção de recursos comunicativos: tem como meta aperfeiçoar as habilidades para um uso eficaz das oportunidades de comunicação, auxiliando grupos subordinados e marginalizados a articular, de modo autônomo, seus próprios interesses e suas necessidades. Para este tipo de rede não há um exemplo específico sobre tecnologia e cultura digital, mas pode-se mencionar as plataformas de financiamento coletivo online, como o *Kickstarter*, *Indiegogo*, entre outros, como sites que podem colaborar para o financiamento e publicização de iniciativas de interesse de grupos sociais organizados.
- D) Redes de vigilância e solidariedade à distância, que defende direitos, protegendo os cidadãos, lutando contra discriminação, ou exercendo função de vigilância sobre os dirigentes e outras instituições. Embora com características peculiares, pode-se dizer que o *Anonymous* forma uma rede deste tipo. O *Anonymous* se caracteriza por um tipo de ativismo online descentralizado, que atinge causas sociais no mundo inteiro. É mais do que um grupo de pessoas que omitem suas identidades na web; é uma subcultura colaborativa. Eles possuem suas próprias bandeiras (a liberda-

de na web é a principal delas), mas também militam em outras causas de interesse coletivo, como foi o caso da problemática que envolve o aumento da tarifa de ônibus em São Paulo, o apoio na derrubada de projetos de lei americanos que afetavam a privacidade na web (não só nos EUA mas no mundo todo), como o *Stop Online Piracy Act* (SOPA), *Protect IP Act* (PIPA), Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), entre vários outros exemplos. Além de defender direitos, também cobram ações das autoridades de maneira peculiar, seja hackeando sites governamentais ou agindo por meio de *flooding*.⁶

Tendo em mente estes tipos de rede com propósitos democráticos, é central pensar também sobre se o jornalismo especializado em tecnologia poderia se apropriar das informações veiculadas por essas redes para produzir conteúdo noticioso que contribua com a cidadania e com a inclusão digital,⁷ ou seja, com uma melhor compreensão dos cidadãos (individuais ou coletivos) sobre aquilo que os cerca no mundo digital. É importante ter em mente que compreender o funcionamento da web e das regras e práticas que permeiam a sua cultura é fundamental para uma inclusão digital plena.

Ora, é evidente que um tipo de jornalismo que se preocupa com a democracia, com interesse público e cidadania possa (e deva) utilizar os recursos informativos disponibilizados por essas redes para produzir seus próprios conteúdos. Aliás, tais preocupações são inerentes à prática jornalística.

O jornalismo especializado em tecnologia — cujo interesse é tratar das potencialidades da internet e dos dispositivos móveis⁸ para os cidadãos — teria um papel ainda maior em ampliar este acesso democrático. É possível identificar no nosso objeto de estudo — o Link Estadão — indícios de que ele cumpria este papel,

⁶ Em inglês, o termo *flooding* significa inundação. A ação consiste em sobrecarregar o servidor do site que se pretende atacar, por meio de centenas, milhares ou milhões de acessos simultâneos. Com isso, o servidor trava e o site sai do ar.

⁷ Maia (2008) fala em camadas de uso da internet. Para ela, “no centro da sociedade de informação, há aqueles que tem pleno acesso aos seus recursos como instrumentos de informação e comunicação. Na camada seguinte, há os “usuários periféricos”, que, embora tenham acesso às tecnologias, utilizam-nas de maneira episódica, sobretudo para propósitos comerciais e de entretenimento. Na terceira camada, estão aqueles que tem “acesso periférico”, que podem ter o próprio computador, não dispõem da educação necessária para fazê-lo e encontram-se irremediavelmente excluídos”. (MAIA, 2008, p. 284)

⁸ Como smartphones, tablets e outros, que possibilitam um acesso ampliado e mais barato à internet.

ao utilizar como fonte redes como o *Torrent Freak*, *Internet Archive* e os fóruns do *Anonymous* para tratar de temas que envolvem cultura digital livre, modos de compartilhamento de arquivos, legislação sobre o tema, entre outros. No entanto, após a reformulação do Estadão em geral e do Link em particular (relembrando: passou de suplemento a uma seção dentro do caderno de Economia & Negócios), tanto os assuntos sobre cultura digital livre diminuíram significativamente como tais fontes passaram a ser consultadas com menor frequência.

De acordo com uma pesquisa anterior (KIKUTI; XAVIER 2013) —que fez a análise do Link impresso durante o mês de abril de 2013 (compreendeu cinco edições)—, todas as edições do Link antes da reformulação (dia 1º, 8 e 15) apresentavam ao menos uma matéria⁹ com assuntos ligados à cultura digital livre; no dia 22 de abril (data marco da reformulação), foi encontrada apenas uma nota de canto de página;¹⁰ no dia 29 de abril, nenhuma menção à cultura digital livre foi encontrada.

Apenas para fins de ilustração, selecionamos desta amostra a edição online do dia 8 de abril, de forma aleatória por conveniência, para verificar dentre os títulos da página principal quais as principais temáticas. Uma sondagem envolvendo a comparação desta amostra com um material coletado da página no dia 27 de julho (também de forma aleatória por conveniência), revela diferenças.

No dia 8 de abril, os principais títulos são: “Leis e Desordem: projetos de internet no país” (subtítulo: Apesar das muitas propostas, lentidão, despreparo e falta de consenso impedem a adoção de legislação eficaz); “Futuros Prometidos” (subtítulo: Influenciado pelo *punk*, escritor que investigou as origens da internet hoje relativiza a revolução creditada à tecnologia); “Movido a palavras” (subtítulo: Duolingo ensina idiomas de graça; em troca, os alunos ajudam a traduzir a web).

No dia 27 de julho, alguns dos principais títulos foram os seguintes: “Qualidade da web móvel fica abaixo da meta” (subtítulo: Maioria das operadoras de celular não alcançou a meta de qualidade estipulada pela Anatel); “Tecnologia decepciona no segundo trimestre” (subtítulo: Resultado do setor preocupa investidores; Facebook foi o único que animou mercado); “Apple orienta uso de carregadores oficiais” (subtítulo: Orientação publicada no site da empresa na China foi feita após casos de pessoas que levaram choque de iPhone).

⁹ Dia 1º: entrevista “Um pirata brasileiro no Reichstag”; dia 8: reportagem “Leis e Desordem” (capa) e entrevista “As leis definem a arquitetura da rede”; dia 15: reportagem “É só o começo” (capa).

¹⁰ Intitulada “Nova SOPA: Câmara dos EUA aprova lei de segurança digital”.

Comparando os títulos coletados das duas edições (uma antes e uma depois da reformulação), fica nítido que o interesse demonstrado em dois momentos de um mesmo veículo é distinto. No dia 8 de abril, quando o Link ainda era um suplemento de seis páginas, foi possível encontrar uma matéria que discute amplamente a questão das leis que regulamentam a internet no Brasil;¹¹ um texto que debate evolução e tecnologia; e outro sobre um curso gratuito e colaborativo de idiomas. Em outras palavras, o Link deste dia não tratou somente das inovações tecnológicas, mas sim do que as pessoas estavam fazendo com elas: tratou essencialmente de cultura digital.

No dia 27, depois que o Link passou a ser acoplado à editoria de Economia & Negócios, a mudança de enfoque é visível. Olhando para os termos encontrados nos títulos, como “meta de qualidade”, “setor preocupa investidores”, “animou o mercado”, “uso de carregadores oficiais”, pode-se concluir que as pretensões do veículo são essencialmente mercadológicas.

O jornalismo especializado em tecnologia, o Link Estadão e o papel na democratização da informação

Embora Tecnologia seja uma editoria presente em vários dos *quality papers* brasileiros, há pouca bibliografia acadêmica¹² que se dedica a compreender quais as especificidades deste tipo de jornalismo. Definir de maneira simples e rápida o que seria o jornalismo especializado em tecnologia não é tarefa fácil, sobretudo porque os conteúdos abrigados nestas editorias se mostram bastante distintos. Uma sondagem preliminar (KIKUTI, A; RENÓ, D., 2013) feita com seis dos principais jornais do país mostrou que algumas destas editorias são ligadas à Ciência (como o Jornal do Brasil), Economia (Zero Hora, Gazeta do Povo, O Globo e, mais recentemente, Estadão), e outras mesclam conteúdos culturais, econômicos, científicos e até políticos (como o Tec, da Folha de S. Paulo).

A elaboração, portanto, de um conceito que dê conta das especificidades do jornalismo de tecnologia demandaria grande tempo e dedicação (a exemplo do que fez Amaral (2006) com Jornalismo Popular, ou Gadini (2009) com Jornalismo Cultural). Não é o objetivo deste *paper* propor uma discussão ampla e minuciosa

¹¹ Ver em: <http://blogs.estadao.com.br/link/leis-e-desordem/>

¹² Conforme sondagem feita em periódicos da Capes, revista Chasqui, E-Compós, Famecos, e buscador Google Acadêmico, em 09/05/2013 às 17h44. Busca pelas palavras-chave (entre aspas): jornalismo de tecnologia).

sobre o tema. No entanto, é importante tentar levantar algumas características que possam contribuir, futuramente, para a elaboração deste conceito.

Antes de qualquer coisa, o jornalismo sobre tecnologia compartilha as características do jornalismo em si, que Groth (2011) define como sendo a universalidade, periodicidade, publicidade e atualidade. Já Noblat (2002), assim como outros autores, lembra da importância de “dar melhor (a notícia), ao invés de dar primeiro”, e de critérios de noticiabilidade como a imprevisibilidade, objetividade, verdade e, sobretudo, o interesse público. Este último critério perpassa por um papel de responsabilidade social do jornalismo, do comprometimento em veicular notícias e reportagens que contribuam para a compreensão do mundo e exercício da cidadania. Cortina (apud RENÓ, 2013) aponta que cidadania tem uma ligação direta com autonomia e igualdade, ou seja, cidadão é aquele(a) que não é manipulado(a) por outras pessoas. Ao publicar informações de interesse público, o jornalismo contribui para esta autonomia.

Para além das características essenciais do jornalismo, o jornalismo especializado carrega características próprias. Como afirma Berganza Conde (2005 apud TAVARES, 2009, p.118) *“La especialización periodística es fruto, em gran medida, de las exigencias de la audiencia, cada vez más diversa, que demanda contenidos específicos — como lo son sus intereses — y que éstos se aborden em profundidad y rigor. En definitiva, com calidad informativa”*.

Segundo Tavares (2009), há uma questão fundamental a ser discutida por autores do Jornalismo Especializado: além do que concerne aos conteúdos ou audiências, a especialização jornalística deve ser pensada também como ligada a uma nova metodologia do trabalho jornalístico, fundadora de novos produtos (no sentido de notícias e textos).

No contexto atual, o estudo do Jornalismo Especializado deve levar em conta também as transformações ocasionadas pelas já citadas novas tecnologias, que motivam o setor —principalmente da grande mídia— a se reconfigurarem por questões tanto de público quanto mercadológicas. Embora não seja este o foco principal do estudo proposto na dissertação, estas motivações precisam ser consideradas no que diz respeito à contextualização do objeto, que é o produto de jornalismo especializado Link.

O jornalismo especializado em tecnologia deve abordar os assuntos de interesse daquele público, daquele *target*. E quais seriam estes interesses? A seguir estão identificados alguns deles: as descobertas científicas e iniciativas que contribuem para um mundo mais conectado; acessibilidade online; aparelhos e aplicativos que

facilitem e aperfeiçoem determinados processos na vida cotidiana, como novidades em computadores, tablets e smartphones; uma vez que a web 2.0 cria novas lógicas de relacionamento, consumo e comportamento —ou seja, cria uma nova cultura—, seriam de interesse específico desta editoria questões que acercam a cultura digital, como redes sociais, produção, compartilhamento e consumo de conteúdos gerados pelos próprios usuários (de humor à ciência); novas formas de compartilhamento de arquivos (softwares, jogos, livros, músicas, filmes, entre outros, ou seja, democratização do acesso a bens culturais), como *peer-to-peer* e *BitTorrent*; e as questões políticas, econômicas e legais que afetam diretamente a vida dos cidadãos na web.

É importante ressaltar que o estudo do Link é apenas um exemplo dentro do universo possível de estudos sobre jornalismo de tecnologia, e foi escolhido justamente porque era considerado uma referência entre os produtos jornalísticos de temática similar e porque foi reformulado recentemente, passando a assumir um caráter bem distinto do anterior. O estudo não tem como objetivo ser propositivo do que deveria ser o jornalismo de tecnologia, embora a verificação de que o Link pratica ou não um jornalismo comprometido com o interesse público, com propósitos democráticos, e se faz ou não um bom jornalismo perpassa por estabelecer alguns parâmetros.

Conclusão

Tendo em mente estas considerações, é possível dizer que o jornalismo sobre tecnologia pode contribuir para que a internet e as novas tecnologias sejam potenciais ferramentas na democratização da informação. Os veículos jornalísticos especializados no setor podem fazer isso através da utilização das redes com propósitos democráticos (como as já citadas *Internet Archive*, *Torrent Freak*, fóruns do *Anonymous*) como fontes de informação, e do tratamento de temas de interesse público, que reforcem aos cidadãos o status de usuários da web participantes do processo, e não de meros consumidores (de notícia e de produtos tecnológicos), como o que as notícias veiculadas pelo Link depois da reformulação vem fazendo.

Sabe-se que a principal motivação para a reformulação do Estadão foi econômica, e não pensada a partir dos interesses do público leitor —como afirmara a agência WMcCann. Além de diminuir suas páginas, a reformulação também trouxe mais de 50 demissões¹³ ao jornal. Este é um aspecto importante a considerar, em-

¹³ Ver: ombudsman da Folha de S. Paulo, Suzana Singer, em 28 de abril: “Queridos, encolhi o jornal”. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/suzanasinger/1270010-queridos-encolhi-o-jor->

bora não seja o objetivo do trabalho estudar a economia política do veículo. Tal apontamento incita um outro debate, que tem a ver com a adaptação dos meios de comunicação tradicionais a esta nova demanda de consumo informativo possibilitada pela internet e pelas novas tecnologias, na qual os usuários são capazes de produzir seus próprios conteúdos. Mas isto é assunto para outro momento.

Voltando à questão da democratização e cidadania: ao falar sobre a relação entre direito à comunicação e cidadania, Peruzzo (2004) afirma que a internet e as novas tecnologias proporcionam “uma possibilidade sem igual para o exercício da liberdade de comunicação, cerceada apenas pelo impedimento do acesso às infraestruturas necessárias e a educação para o uso das novas tecnologias” (p. 68). Maia (2008) reforça que entender a participação dos cidadãos online apenas como questão de acesso físico à tecnologia é equivocado. Falar sobre participação traz à tona um problema complexo, relacionado à formação discursiva da vontade, que diz respeito também a uma cultura política favorável ao desenvolvimento do potencial discursivo. Para ela, “garantir que um maior número de visões esteja presente em um debate público eficaz requer que um alto nível de participação seja mantido”. (p. 285).

Tendo isso em vista, faz sentido perguntar: como evitar, então, que a apatia política limite o debate sobre a cultura livre, a democratização da informação, a inclusão digital, e o exercício da cidadania online? Uma boa resposta seria fazer com que as pessoas se interessem pelos assuntos tratados. Fazer com que percebam que aquilo que está sendo discutido tem influência direta em suas vidas, em sua cultura e seu cotidiano. Este papel cabe ao jornalismo em geral e ao especializado em particular, já que é focado em um público que tem necessidades específicas e não só individuais, mas também coletivas. O jornalismo em si não pode dar acesso aos dispositivos que propiciam inclusão digital, mas pode contribuir para que as pessoas aprendam a usá-los. Sentindo-se mais familiarizados com a cultura digital, é mais fácil descobrir as melhores maneiras de lutar pelos seus interesses.

Se antes da reformulação do Estadão, em abril deste ano, o Link empoderava os cidadãos para utilizar a tecnologia a seu favor (a partir de matérias que tratavam de cultura digital livre, por exemplo), com a sua vinculação ao caderno de Economia & Negócios houve a observável transição de um “sujeito usuário” para

nal.shtml Publicação no portal Terra “‘Estadão’ anuncia reformulação; sindicato fala em demissões”. Disponível em: http://economia.terra.com.br/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201304052112_TRR_82126931 Acesso em 10/05/2013 às 18h52.

“sujeito consumidor”. Uma abordagem somente mercadológica sobre tecnologia no jornalismo, além de atender a interesses privados (e não públicos), afasta a cidadania e o interesse daqueles que não dispõem de capital para adquirir os produtos “vendidos” nos cadernos de tecnologia. Tal conclusão serve também de base para pensar questões mais amplas no jornalismo.

Referências

- Groth, Otto. *O Poder Cultural Desconhecido*: Fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.
- Kikuti, A; Renó, D. Quadro de cobertura sobre cultura digital na Gazeta do Povo, Folha de S. Paulo, JB, Estadão, O Globo e Zero Hora. In: *XVI Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação*: O jornalismo entre a mediação cidadã e o diálogo com a ciência. Ponta Grossa: UEPG, 2013.
- Kikuti, A.; Xavier, C. O impacto da reconfiguração do Estadão no caderno de tecnologia Link e a abordagem da cultura digital. In: *XVI Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação*: O jornalismo entre a mediação cidadã e o diálogo com a ciência. Ponta Grossa: UEPG, 2013.
- Lessig, Lawrence. *Cultura Livre*: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade. São Paulo: trama, 2005.
- Maia, Rousiley. Redes Cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo. In: Gomes, Wilson; Maia, Rousiley. *Comunicação e democracia*: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.
- Noblat, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, 2002.
- Peruzzo, Cicilia. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: Oliveira, Maria José da Costa (org.). *Comunicação Pública*. Campinas: Alínea, 2004.
- Renó, Denis. A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística. In: *Comunicação & Sociedade*. Nº 34. São Bernardo do Campo: Metodista, 2013.
- Siqueira, Felipe Silva. *Compartilhamento e jornalismo*: Um estudo do Piratebay no jornal Estado de São Paulo e no Blog Baixa Cultura. Faesa, 2011.
- Tavares, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. In: *Estudos em Comunicação* nº 5. Universidade do Vale o Rio dos Sinos, 2009.

Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano presenta diversos ejemplos y modelos relacionados con la construcción del estudio de los temas en el escenario contemporáneo, donde la participación y la comunicación comparten un mismo objetivo. Esta obra tiene como propuesta la discusión sobre estos escenarios con autores de diferentes nacionalidades (Brasil, Colombia, México, Portugal y EEUU.) y pertenecientes a distintas instituciones.

