



Documento padrão para submissão de trabalhos ao XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Estudo Sobre Comunicação em Web 2.0: Mídias Modulares¹

José Renato Salatiel²

Unaerp (Universidade de Ribeirão Preto) - Guarujá.

Resumo

Que o tipo de experiência midiática vivencia-se com os recursos da web 2.0? A hipótese do presente trabalho é a de uma situação inovadora de dissolução de pólos estanques de comunicação, privilegiando a comunidade, o compartilhamento de informações e a criatividade nas relações midiáticas. Pretende-se analisar algumas implicações das tecnologias digitais para a comunicação, com base no conceito de mídias modulares. Por mídias modulares definimos o aspecto instável, porém organizado de mídias como blogs, wikis, YouTube e redes P2P. No entanto, uma organização oposta ao da cultura de massa de *broadcasting*, conforme sugere-se em elementos comparativos analisados. O trabalho apresenta um exemplo prático no uso de blogs na faculdade de comunicação, objetivando testar o potencial de mídias modulares.

Palavras-chave

mídias modulares; web 2.0; blogs; tecnologias digitais; cibercultura.

Introdução

Web 2.0 é a segunda geração de aplicativos da World Wide Web (WWW), ou simplesmente web, a interface gráfica da internet projetada por Tim Berners-Lee no começo dos anos 90. Por interface entende-se a fronteira onde ocorre a interação entre homem e máquina, entre o cérebro e a tecnologia, entre a cultura – que pode ser entendida como mensagem - e mídia, ou o meio de comunicação (Johnson, 2001: 35). Portanto, trata-se de um elemento essencial para qualquer espécie de representação e comunicação.

Do mesmo modo os tipos móveis de Gutenberg criaram novas interfaces com a escrita no século XV, operando mudanças socioculturais (McLuhan, 1972), a web potencializou o grau de interatividade e intercâmbio de linguagens por meio de hipertextos. Hipertextos são documentos constituídos de blocos de informações (arquivos de textos, imagens, vídeos, sons, etc) conectados por links, permitindo leituras multisequenciais que favorecem o pensamento associativo, a interatividade e a

¹ Trabalho apresentado para o NP-Intercom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação “Tecnologias da Informação e da Comunicação”.

² Jornalista e professor de Teorias da Comunicação da Unaerp-Guarujá. Doutorando em Filosofia (PUC-SP) e mestre em Comunicação em Semiótica (PUC-SP). <http://salatiel-laranjamecanica.blogspot.com>.



colaboração (ver Landow, 1997). Os hipertextos são criados, armazenados e distribuídos em páginas eletrônicas, os websites.

A diferença trazida pela web 2.0 é a socialização do conteúdo e a difusão de novas mídias, conceituadas no presente trabalho como mídias modulares. Pode-se dizer que a primeira geração da web replicava o modelo de produção da comunicação de massa³, com portais e sites funcionando como emissores em limitadas ferramentas de interação e softwares, em um ambiente digital que era inteiramente outro.

O conceito de web 2.0 foi definido por Tim O’ Reilly no texto ‘What Is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software’ (O’Reilly, 2005) para designar a web como plataforma de publicação⁴. Com isso, O’Reilly quer dizer que o conteúdo da internet, na primeira versão da web, era produzido *offline* em sites por meio do código HTML e enviado a um servidor, de onde os arquivos eram redistribuídos na rede. Exigia-se um domínio de linguagens de programação e de softwares para desenvolver os sites. Com a web 2.0, os serviços são administrados e o conteúdo gerado *on line*, em páginas dinâmicas, construídas com base em uma “arquitetura de participação” que coloca o usuário, o receptor, no centro do processo comunicativo.

Exemplos de mídias em web 2.0 são os blogs, em que o usuário produz, edita e publica seu próprio conteúdo; a Wikipédia, enciclopédia virtual em que os verbetes são escritos e reescritos de forma colaborativa; o YouTube, que mudou a forma do usuário se relacionar com o vídeo; redes P2P (*peer to peer*), que afetaram toda indústria do entretenimento com a troca livre de arquivos diversos; comunidades virtuais, como o Orkut, Second Life, games e comunidades de portais; além do site do Google, Mashups⁵, softwares Open Source⁶, o site Del.icio.us⁷, podcasts⁸, RSS⁹ e sites de jornalismo cidadão como o “Overmundo” e o “OhMyNews”. São exemplos do que chamaremos de mídias modulares.

³ Comunicação de massa é a comunicação que parte de um pólo emissor para uma audiência extensa, heterogênea e anônima, exposta às mensagens em um curto período de tempo (Wright, 1973). O maior exemplo é a TV. Portais brasileiros de grande audiência, como o UOL, o IG e o Terra, em modelos da primeira geração da web, podem ser considerados meios de comunicação de massa em tecnologias digitais.

⁴ A web 2.0 ganhou força em 2006, a ponto da revista “Time” dedicar-lhe a tradicional capa de fim de ano de “Person of the Year”. A capa mostrava um laptop com a tela espelhada e a palavra “You”, indicando que o maior destaque do ano foi o cidadão comum, que assumiu o controle da comunicação na era da informática.

⁵ Sites que combinam diferentes API’s – programação de aplicativos – para criar uma página híbrida com serviços de diferentes endereços, como Google, Amazon e Ebay, por exemplo.

⁶ São softwares cujo código fonte é divulgado para que sejam estudados, copiados, usados e desenvolvidos de forma livre, como o sistema Linux, concorrente do Windows da Microsoft.

⁷ Site que adiciona e compartilha *bookmarks*, ou páginas preferidas do usuário na web.

⁸ Arquivos de áudio armazenados em servidores e distribuídos em feeds RSS (*Really Simple Syndication*).

⁹ Ferramenta de distribuição de conteúdo na internet para sites dinâmicos.



Em termos de políticas e estratégias comunicacionais, opera-se uma ruptura nos pólos de comunicação, pelo fato do receptor sair da sua situação de passivo no esquema e poder criar sua própria mídia, sem precisar de maiores investimentos ou conhecimentos técnicos. É uma mudança substancial, pois permite que superar um modelo defasado de comunicação e substituí-lo por um padrão complexo, criativo e dialógico.

1. Teses de trabalho

A proliferação dos meios de comunicação no século 20, como o telégrafo, a fotografia, o telefone, o cinema, jornais, revistas, e, mais especificamente após a Segunda Guerra Mundial, com as mídias eletrônicas - o rádio e a TV -, contribuiu para redefinir estruturas sociais, culturais, antropológicas, psicológicas e, sendo mais radical, biológicas da espécie humana. O presente trabalho adota uma perspectiva evolucionista, estética (no sentido sensorial) e tecnoculturalista dos meios de comunicação. A revisão da literatura aponta os trabalhos pioneiros de Benjamin (1980), McLuhan (1969) e, mais recentemente, Ascott (1997) e Johnson (op. cit.) como defensores desta visão.

Com base nesta perspectiva, formulamos as seguintes hipóteses de trabalho:

- Os conceitos de cultura humana e tecnologia não podem ser entendidos de forma isolada, uma vez que toda cultura se desenvolve em plataformas técnicas e tecnológicas, uma condicionando a existência da outra.
- A evolução das tecnologias e mídias é uma prerrogativa de sobrevivência da espécie humana, pois permite o acúmulo de informações extra-sensoriais para enfrentar os desafios da complexidade.
- Mídias digitais representam um momento histórico único na humanidade, uma revolução sem precedentes, talvez tão importante quanto a invenção da escrita, que condicionou o pensamento linear e o conceito de história progressiva.
- Mídias digitais condicionam não somente hábitos e comportamentos, como também um novo tipo antropológico. Nunca ao homem teve antes a oportunidade de observar a si mesmo como outra espécie (basta entrarmos em uma *lan house* para observar a distância entre gerações).

Radicalizamos afirmando que cérebros que estão sendo “formatados” pelas tecnologias digitais são plasticamente diferentes daquele narcotizado pelas tecnologias eletrônicas e a cultura de massa.

Com base nas teses expostas, segue-se uma definição de mídias modulares, que devem ser entendidas não somente como meios de comunicação radicalmente diferentes, nas quais as demais mídias encontram ampla convergência, mas ainda como produtores de um ambiente sociocultural e antropológico novo, chamado cibercultura (Lemos, 2003). A relevância de se empregar uma definição específica ao invés da corrente – mídias digitais ou novas mídias – tem como objetivo tipificar meios que não se conformam ao fenômeno de massa e à emissão *broadcasting*.

2. Mídias Modulares

Propõe-se neste estudo o conceito de mídias modulares no sentido dado por Deleuze (1992) ao descrever a passagem da sociedade disciplinar analisada por Foucault para as sociedades de controle. Segundo Deleuze, uma das características do primeiro tipo de sociedade era a organização em moldes: espaços de confinamento de modelavam atitudes, gestos e comportamentos do indivíduo. O segundo tipo, por sua vez, administra modulações, entendidas como “(...) uma moldagem auto-deformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudassem de um ponto a outro” (1992: 221). Ou seja, é reforçada: i) a idéia de fluidez e instabilidade, próprias do formato beta da web 2.0, e ii) de módulos que se encaixam, formando uma organização descentralizada¹⁰, como no funcionamento de comunidades virtuais.

Mídias modulares, portanto, são mídias baseadas em tecnologias digitais que se definem por seu aspecto de unidade conectado ao todo, ou seja, baseada em conexões e relações que lhe atribuem sentido e operacionalidade, e dotadas de dinamismo e fluidez, dado ambiente móvel, participativo e colaborativo da web 2.0.

¹⁰ Módulo é interpretado em dois sentidos: i) primeiro como unidades projetadas para encaixe em blocos maiores e ii) como objeto topológico dotado de elasticidade e que sofre deformações, sem perder suas características. Vale salientar que Deleuze não tratou de modulação se referindo a meios de comunicação, mas tão somente para evidenciar formas da sociedade de controle, em contraposição ao poder disciplinar.

No quadro abaixo, estabelecemos comparações entre o que caracteriza as mídias clássicas e as modulares, a guisa de maior esclarecimento.

Mídias Clássicas	Mídias Modulares
<ul style="list-style-type: none">• Analógicas• Verticalidade• Centralização• Linearidade• <i>Broadcasting</i>• Cultura de Massa• Oligopólios• Consumidores passivos• Capitalismo clássico	<ul style="list-style-type: none">• Digitais• Horizontalidade• Descentralização• Reticularidade• Compartilhamento• Cibercultura• <i>Commons</i>• Cidadãos ativos• Capitalismo cognitivo

Quadro 1: comparativo entre mídias clássicas e modulares

A cultura de massa é caracterizada pelos meios de comunicação impressos e eletrônicos, que são mídias analógicas (no sentido de serem contínuas no espaço e tempo) com uma estrutura de comunicação vertical, centralizada e linear de funcionamento em *broadcasting* (radiodifusão). De acordo com esse modelo, o emissor é o único detentor do conhecimento e fonte de informação, que era transmitida para uma massa de consumidores (supostamente) passivos que tinham restritos tanto aparatos de resposta (uma carta ao jornal, uma pesquisa do Ibope, por exemplo) quanto fontes de informação (o jornal que era assinado e a hábito de assistir telejornais, com seus públicos fiéis).

Mídias clássicas, portanto, foram gestadas em estratégias políticas do capitalismo de concentração, de propriedade, que possibilitava a formação de oligopólios de empresas de comunicação e toda sorte de estudos dos efeitos e manipulação dos meios pelas teorias da comunicação (ver Wolf, 1992 e Mattelart, 2001).



Já as mídias modulares são constituídas em tecnologias digitais, o que significa que compõem um universo binário, de bits manipuláveis. São, nas palavras de Manovich (2005), softwares que transformam a realidade em banco de dados. Por sua estrutura reticular, comportam, em oposição ao sistema *broadcasting*, a horizontalidade e a descentralização do processo comunicativo, além do compartilhamento entre comunidades (inteligência coletiva); são mídias que gerem negócios de um capitalismo cognitivo, isto é, ordem econômica cujo bem central passa a ser a informação e a criatividade (a empresa Google é o maior exemplo). Neste cenário, torna-se difícil para instituições e empresas da cultura de massa manterem o controle de um meio que é, essencialmente, aberto, livre e comum aos usuários¹¹.

Funcionando em plataformas web 2.0, as mídias modulares contribuem para ampliar a esfera de atuação e participação de cidadãos, que têm acesso a serviços e informações públicas disponibilizadas na rede, além de poderem contribuir para a produção de conteúdos noticiosos, como no caso do jornalismo cidadão.

E ainda, a cultura contemporânea intrinsecamente associada às tecnologias digitais é chamada cibercultura (ver Lemos, 2003), que redefine e atribui novos significados à cultura de massa.

O atual panorama impõe desafios às teorias da comunicação. As já citadas redes P2P, por exemplo, desautorizam a universalidade do modelo pavloviano emissor-receptor da teoria da informação e cibernética, na medida em que praticam a confusão dos pólos: sou o emissor (servidor) quando compartilho os arquivos armazenados em meu computador e, ao mesmo tempo, sou receptor (cliente) ao receber outros arquivos de outros computadores, na mesma operação. O mesmo ocorre com o YouTube, em que os vídeos são postados pelos receptores, que também comentam.

3. Blogosfera: exemplo prático de mídias modulares em sala de aula

Os blogs são um dos fenômenos mais interessantes da web 2.0 e de mídias modulares. De “diários virtuais”, também se seus formatos de áudio (audioblog), foto (fotologs) e vídeo (vlogs), passaram a ser ferramentas usuais de jornalistas – e deste

¹¹ Casos recentes ilustram esse choque entre culturas, como a tentativa da Justiça brasileira de proibir o site YouTube em razão da exibição de um vídeo erótico com a modelo Daniela Cicarelli, contribuindo para propagar o vídeo pela rede; a tentativa de proibir a divulgação do código criptografado do HD-DVD no Digg [<http://digg.com/>], desencadeando um onda de protestos que culminaram com a capitulação do site; e o recolhimento da biografia de Roberto Carlos das livrarias, promovendo a obra, que passou a ser compartilhada em arquivos na internet.



modo contribuem para aproximar o profissional do leitor, que comenta as informações – e por publicitários, em estratégias de marketing¹². É na educação, no entanto, que acreditamos que as mídias modulares podem produzir maiores transformações, ao romper com um modelo educacional, fruto da cultura de massa, e arquiteturas de controle vertical e centralizador, onde o esquema emissor-receptor é transposto para a relação professor-aluno. O conhecimento, ao invés de ser processual, é processado e monótono. Para faculdades de comunicação, cremos ser imprescindível não somente adestrar os estudantes a reproduzirem o mercado das mídias tradicionais, mas também estimular a criarem suas próprias mídias e trabalharem com mais criatividade e autonomia.

Durante o primeiro semestre de 2007 no curso de Teoria da Comunicação da Unaerp (Universidade de Ribeirão Preto), campus Guarujá, foi sugerida como atividade prática da disciplina a criação de mídias modulares em web 2.0. Os blogs foram escolhidos pelas turmas em razão da facilidade em se lidar com as ferramentas, sem que seja necessário conhecimentos avançados em informática.

Os blogs atendem aos quesitos da definição de uma mídia modular porque são dinâmicos, exigem uma atualização diária para se manterem e funcionam em uma base de conectividade, onde ganham visibilidade pelo número de comentários e de links associados. A comunidade de autores de blogs, os blogueiros, é chamada blogosfera, e coloca em prática o conceito de inteligência coletiva.

Foram criados blogs temáticos (esporte, arte, cultura, profissão, etc.), incluindo o do professor que utilizou o meio para distribuir material e discutir assuntos tratados em aula. Em seguida, os alunos foram orientados a inserir links, trabalhar recursos atrativos e manter a atualização.

Na segunda fase do projeto, por iniciativa dos alunos, foi criada uma competição de blogs inspirada em *reality show*, o “Reality Blog”¹³. A disputa consistia em temas, dados semanalmente pelo professor da disciplina, sobre os quais os participantes teriam que redigir um texto e “postar” no blog. Os menos adequados, seguindo critérios previamente determinados, eram enviados para um “paredão”, no qual os alunos deveriam votar para eliminar os concorrentes.

¹² Segundo o Technorati [<http://technorati.com/weblogs/blogosphere/>], até abril deste ano haviam 70 milhões de blogs no mundo e um média de 120 mil novos sendo criados a cada dia, ou 1,4 a cada segundo, sendo 2% desse total em língua portuguesa.

¹³ A prova está documentada no blog <http://salatiel-laranjamecanica.blogspot.com>.



A iniciativa teve como resultado a mobilização dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda e treinamento de textos dos mais variados, com empenho dos participantes em apresentar redações melhores na competição. Outro resultado foi a prática de inteligência coletiva em uso de mídias modulares, conferindo à disciplina um caráter teórico e prático.

Considerações Finais

O conceito de mídias modulares foi apresentado com o objetivo de identificar uma mudança fundamental em conceitos de mídias em interface web 2.0. Trata-se de um ambiente e uma experiência inteiramente nova – conforme procuramos demonstrar no quadro comparativo com as mídias clássicas ou de massa –, cuja principal consequência é o despertar de um “estado hipnótico” da cultura de massa, que produzia comportamento passivos. Objetivou-se demonstrar, com o exemplo prático da blogosfera, como esse comportamento pode ser quebrado, dando aos alunos a oportunidade de criar mídias, não somente de serem treinados para produzir conteúdos padronizados, mas administrar inteligências e comunidades modulares. Procuramos também contribuir para o debate atual das teorias da comunicação.

Referências bibliográficas

ASCOTT, Roy (1997). “Cultivando o Hipercórtex”. In: *A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias*. Diana Domingues (org.) São Paulo: UNESP.

BENJAMIN, Walter (1980). “A Obra de Arte na Época de Suas Técnicas de Reprodução”. In: *Os Pensadores*. São Paulo: Abril Cultural.

DELEUZE, Gilles (1992). “Post-scriptum sobre as sociedades de controle”, in *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34.

JOHNSON, Steven (2001). *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Zahar.

LANDOW, George P. (1997). *Hypertext 2.0: the convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press

LEMOS, André e CUNHA, Paulo (orgs) (2003). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina.



MANOVICH, Lev (2005). “Novas Mídias como Tecnologia e Idéia: dez definições”. In: *O Chip e o Caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. Lúcia Leão (org.). São Paulo: Senac.

McLUHAN, Marshall (1969) *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix.

_____ (1972). *A Galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Editora Nacional/ Editora da USP.

MATTELART, Armand e Michèlle (2001). *História das Teorias da Comunicação*. Dão Paulo: Loyola.

O'REILLY, Tim (2005). “What is the web 2.0: design patters and business models for the next generation of software”. Disponível em <http://www.oreillynet.comcom/lpt/a/6228>. Acesso em 14 de junho de 2007.

WOLF, Mauro (1992). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

WRIGHT, Charles (1973). *Comunicação de Massa: uma perspectiva sociológica*. 2ª. Ed. São Paulo: Bloch Editores.

Revista

TIME MAGAZINE. “Time’s Person of the Year: You”. 13 dez. 2006.