



O Correio Eletrônico na Era da Cibercultura¹

Thaís Cunha Martini²

Professor Dr. Francisco Eduardo Menezes Martins³

RESUMO

Com a proliferação das novas tecnologias digitais, a entrada na Web 2.0 e a sociedade vivendo a era da cibercultura, algumas mídias podem perder espaço. Ano passado, 2008, surgiram pesquisas e publicações sobre a possibilidade do fim do e-mail, devido a todas essas mudanças digitais. Em resposta, o Google lançou recentemente o que pode ser chamado de evolução do correio eletrônico, uma 'onda' que mistura diversos programas, chamado Google Wave. Será este o e-mail do futuro?

PALAVRAS-CHAVE: e-mail, Google Wave, cibercultura, Pós-modernismo, Cultura da Convergência.

ABSTRACT

With new digital technologies proliferation, the Web 2.0 and the cyberculture era, some media may be lose space in the near future. Last year, in 2008, some researches and publications have emerged on the possibility of the end of the e-mail because of all the digital changes. In response, Google recently launched what may be called the evolution of electronic mail, a 'wave' that mixes several programs, called Google Wave. Is it the email's future?

KEYWORDS: e-mail, Google Wave, cyberculture, Post-modernism, Convergence Culture.

INTRODUÇÃO

Já se foi o tempo em que belas moças esperavam o carteiro no portão de casa, ansiosas para receber notícias de seus namorados. Hoje as netas dessas belas moças clicam determinadas na tecla F5 para atualizar a tela de seu computador, esperando ver

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, no DT-5 – Comunicação e Multimídia, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² É graduada em Jornalismo, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos (São Leopoldo-RS), e-mail: thaísmdi@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Centro Universitário Feevale (Novo Hamburgo-RS), e-mail: franciscomartins@feevale.br.



algum novo e-mail chegar à caixa de entrada. Ou ainda ficam de olho no celular para ver se há alguma mensagem de texto. Fora os *scraps* no Orkut, mensagens no Facebook, conversa em tempo real no Messenger, 140 caracteres no Twitter ou Plurk, declarações de amor em formato de vídeo no Youtube ou fotos carinhosas no Flickr.

A ansiedade coletiva é hoje gerada por inúmeras maneiras de aguardar um contato. O e-mail foi a primeira forma de comunicação na internet, com o velho sistema da lógica dos correios: eu tenho uma mensagem e uso uma carta para chegar ao remetente. No sistema digital torna-se: eu tenho uma mensagem e uso a rede para chegar até alguém.

No ano passado iniciaram-se discussões sobre a possibilidade do fim do e-mail. Polêmica que se estabeleceu após pesquisas, como a do canal infantil Cartoon Network, publicado em matérias da repórter Vanessa Nunes, no Caderno Digital da Zero Hora, de 8 de outubro de 2008. Segundo ela, “as crianças de hoje, que já nasceram com a Web e se adaptam facilmente às novidades, consideram o e-mail muito demorado e pouco prático” (NUNES, 2008, online). Os dados mostravam que as crianças e os adolescentes estariam cada vez menos utilizando o e-mail, preferindo mídias mais rápidas, como o envio de mensagens de texto via SMS ou Orkut.

“Se é assim, deve-se levar em conta o recado que vem do estudo Kids Experts 2008, feito pelo Cartoon Network com 7 mil internautas brasileiros de sete a 15 anos. Essa turminha envia mais torpedos do que e-mails. São sete SMS diários no caso das meninas, e seis, dos meninos. Já a média de e-mails é de cinco por dia em ambos os gêneros. Além do torpedo, redes sociais e mensageiros instantâneos contribuem para a substituição do e-mail na preferência da gurizada. Por exemplo, 74% das meninas e 58% dos meninos usam redes sociais para se comunicar com os amigos, aponta o estudo. Entre os jovens internautas pesquisados, 54% não mandam e-mails diariamente” (ZERO HORA.com, 2008, online).

O que se falava é que jovens não usam mais e-mails e preferem o Messenger ou Orkut para conversar. Muitas foram as opiniões e um grande número de pessoas deu descrédito à pesquisa, considerando-a uma forma errônea de interpretar dados. Outras mídias preferiram levantar a discussão para conhecer a opinião das pessoas. A jornalista Vanessa Nunes, em post no seu blog, dia 12 de outubro, (2008, online) questiona os internautas e pede opiniões. A maioria das respostas não sustenta a tese: “É como tu olhar para o bicho-preguiça e achar que ele vai morrer só porque está tão quietinho. A morte do e-mail vem sendo anunciada desde o crescimento do ICQ, lá pelos idos de



1997” (José Calazans, São Paulo/ SP). Ou ainda: “Ele ainda poderá continuar existindo, mas acredito que seu formato mudará. A tecnologia e a compulsão humana em se comunicar no mesmo instante o tornarão mais interativo” (Marcus Vinicius Souza, Porto Alegre/RS). Para Paulo Bossle, de Porto Alegre/RS, “Besteira! O email é a primeira (e a última) rede social. Em 1999, os "videntes" já falavam nisso” (BLOG da VANESSA NUNES, 2008, online). E ainda:

“Acredito que as diversas tecnologias usadas para a comunicação interpessoal têm também funcionalidades específicas. Se quiser uma resposta rápida uso um comunicador instantâneo. Se a resposta tem valor relevante e precisa ser arquivada, prefiro um e-mail por suas características. A escolha da tecnologia a ser empregada vai variar de acordo com a importância do conteúdo da mensagem” (Alexandre Giraldo Magalhães, Franca/ SP).

Nunes ainda conversa com a gerente de pesquisas da Turner Brasil, responsável pelo canal de TV infantil Cartoon Network, Renata Policicio, sobre as causas dos dados da pesquisa. A explicação, diz Renata, é que se trata da geração do imediatismo, que quer resolver tudo da maneira sempre mais rápida: “É uma geração muito ansiosa, que não gosta de esperar. Para eles, o e-mail demora muito”.

Mas não são apenas as crianças que estão sendo afetadas pelo imediatismo e ansiedade causados pela Internet. Adultos e jovens também passam pela busca de uma informação que supere a outra, em velocidade crescente e constante, sem parar. André Lemos enfatiza estas conseqüências, analisando-as como fontes de troca de informações e as colocando como pivô de uma grande mudança.

“A Internet cria hoje uma revolução sem precedentes na história da humanidade. Pela primeira vez o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária. A idéia de aldeia global (embora seja mais exato falarmos no plural) esta se tornando realidade”. (LEMOS, 2007, p.116).

Pierre Lévy (1999, p. 17) definiu o conceito de ciberespaço: “O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. As pessoas passam a ter o “poder”. Aos internautas é permitido ver, mexer e trocar textos, fotos, mapas, vídeos e todo conteúdo da Web. Lemos (2007, p. 123) fala do ciberespaço como um “hipertexto mundial interativo, onde



cada um pode adicionar, retirar e modificar partes dessa estrutura telemática, com um texto vivo, um organismo auto-organizante, um cybionte em curso de concretização”.

Promovendo o crescimento do ciberespaço, surge a cibercultura. Segundo Lévy (1999, p. 17), cibercultura é o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Nesse contexto surgem novas formas comunicacionais, sistemas produtivos no trabalho, novos hábitos e ideias. A cibercultura incrementa a liberdade dos indivíduos. Permite fazer o que antes era impossível, como compartilhar comunidades de música em redes sociais, ou conversar instantaneamente com alguém, além de alterar e acessar conteúdos.

De acordo com Lipovetsky (2004, p. 16), a mídia permite o questionamento de velhas ideologias. “Graças à sua pluralidade e independência, a mídia apresenta-se também como um fator de liberação, permitindo aos indivíduos questionar os grandes discursos ideológicos e emancipar-se dos esquemas preconcebidos”. Essa grande liberdade faz com que o e-mail em seu formato antigo seja “jurado de morte”.

Em plena era colaborativa da Internet, o correio eletrônico ainda copia o modelo antigo, o das cartas. Mas o que aconteceria se o e-mail fosse criado hoje em dia, quando todo mundo edita tudo ao mesmo tempo? Será possível que o sistema tradicional de envio de mensagens se misture às novas tendências da web? O e-mail acabaria ou seria relançado? Se surgisse uma nova geração do correio eletrônico agora, como ela seria? Em resposta a todas estas questões, o Google lançou dia 28 de maio de 2009 o Google Wave (<http://wave.google.com>), uma ferramenta que funcionará integrada ao Gmail, misturando elementos do Facebook, Twitter e do Friendfeed. A empresa já está chamando a novidade de “o e-mail do futuro”. Será?

A Convergência das Mídias e a Cibercultura na Pós-modernidade

As pessoas evoluíram com a Internet, descobriram novas formas de se comunicar e por isso exigem agilidade na troca de informações. A internet tornou-se uma bomba de conteúdo. É tanta informação gerada que não se perde tempo escrevendo longos e-mails, apenas em casos específicos, pequenas mensagens aprenderam novos



caminhos. A famosa *Web 2.0* traz o nascimento das redes sociais e aposta no imediatismo das mensagens instantâneas.

Segundo Lipovetsky (2004, p. 21), vivemos um momento em que as pessoas têm o poder da escolha. “Cada um se quer autônomo para construir livremente, à *la carte*, o seu ambiente pessoal. Vivemos a época da mobilidade subjetiva. Cada um se serve”. Esta mobilidade a que Lipovetsky se refere representa uma nova possibilidade para gerações que não a conheciam. Para ele, “O indivíduo pós-moderno quer soluções eficazes e técnicas para os diversos problemas e questões da vida” (2004, p. 75). Nesta onda empresas como o Google ganham crédito, criando seguidores em todo o mundo, pois fornece respostas a tantas perguntas.

Para entendermos o quanto o Google representa na vida de muita gente, podemos analisar nomes de comunidades do Orkut, como as seguintes: “Quería usar o Google na prova”; “O Google já me corrigiu”; “Não tem no Google? Não existe!”; “Eu não vivo sem o Google” e até mesmo “o Google é meu pastor”. O Google seria uma espécie de oráculo da nova geração, aquele que responde a todas as perguntas, mesmo as mais individuais.

Essa transformação cultural representada pelo exemplo do Google, onde as pessoas querem saber mais e mais, constantemente, pode ser chamada de cibercultura e a evolução dos meios analógicos para digitais, como cultura da convergência.

A cultura da convergência é um processo que surgiu durante o período da Cibercultura. Ela “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 27). Segundo Lemos, a cibercultura é vista como a sociedade da simulação.

“Podemos mesmo afirmar que a sociedade do espetáculo preparou o terreno para a sociedade da simulação, a cibercultura. Assim, evitamos pensar esta última como a negação da primeira. Com a sociedade do espetáculo, a imagem substitui o mundo, tornando-o irreal. É, portanto, uma sociedade da cópia, simulacro, da representação (falsa) da realidade”. (LE MOS, 2007, p. 258)

Lemos (2007, p. 258) acrescenta que a transformação da sociedade do espetáculo para a sociedade de simulação se refere à mudança gradual das tecnologias analógicas (meios clássicos), para as mídias digitais. “Se a sociedade do espetáculo manipulou as representações massivas do real (a televisão, o cinema, o rádio), a



cibercultura parece crescer sob a manipulação dos ícones da sociedade do espetáculo”. Por exemplo, um seriado televisivo instiga indivíduos a procurarem mais sobre ele na Web. Ao encontrarem blogs, comunidades e toda uma história paralela, o conteúdo da Internet torna-se estimulado pelo televisivo.

Com a ampliação da cibercultura e o uso da convergência dos meios clássicos para a Internet, vê-se uma grande proliferação de conteúdo gerado pela participação do usuário. É natural que antigos meios, como o e-mail, esteja ameaçado.

Mas será que a ameaça é o decreto de morte? Para Jenkins, a cultura da convergência demonstra que os meios não morrem e sim, evoluem. No início da década de 1990, com o surgimento da Internet, muito se falava no fim dos livros, revistas, televisão e rádio. Depois se verificou que cada um tem o seu espaço, apenas suas características são modificadas, com seus sistemas de distribuição alterados. Os meios de comunicação se reinventam, apropriando-se das tecnologias.

“Nos anos 1990, a retórica da revolução digital continha uma suposição implícita, e às vezes explícita, de que os novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a internet substituiria a radiodifusão e que tudo isso permitiria aos consumidores acessar mais facilmente o conteúdo que mais lhes interessasse. (...) Algumas vezes, as novas empresas falaram em convergência, mas aparentemente utilizaram o termo querendo dizer que os antigos meios de comunicação seriam completamente absorvidos pela órbita das tecnologias emergentes”. (JENKINS, 2008, p. 29)

Entretanto, o termo convergência está sendo usado novamente para definir as mudanças para o digital. Os mercados midiáticos estão passando mais uma vez por uma mudança de paradigma, dito por Jenkins (2008, p. 29), isso “acontece de tempos em tempos”.

“Agora, a convergência ressurgiu como um importante ponto de referência, à medida que velhas e novas empresas tentam imaginar o futuro da indústria de entretenimento. Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. O paradigma da revolução digital alegava que os novos meios de comunicação digital mudariam tudo. Após o estouro da bolha pontocom, a tendência foi imaginar que as novas mídias não haviam mudado nada. Como muitas outras coisas no ambiente midiático atual, a verdade está no meio-termo. Cada vez mais, líderes da indústria midiática estão retornando à convergência como uma forma de encontrar sentido, num momento de confusas transformações. A convergência é, nesse sentido, um conceito antigo assumindo novos significados”. (JENKINS, 2008, p. 30)



São estes novos significados que acabam somando-se aos conceitos antigos, resultando em infinitas possibilidades. A Cultura da Convergência traz uma mistura do novo com o velho, garantindo o espaço para todas as mídias.

Google Wave: o E-mail do futuro

No embarque dessas discussões sobre o futuro do e-mail, o Google lançou recentemente o Google Wave (GW), chamado por eles próprios de “o e-mail do futuro”. O novo correio eletrônico quebra paradigmas, sendo a resposta de uma das maiores empresas do mundo às mudanças vistas recentemente. Pierre Lévy diz:

“Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano” (LÉVY, 1999, p. 11).

O GW traz uma modificação na interface do Gmail, misturando elementos do *Facebook*, *Twitter* e o pouco conhecido *Friendfeed*. A idéia é utilizar todos ao mesmo tempo, otimizando espaço e facilitando a vida do usuário. Segundo Lévy (1999, p. 38), “a maioria dos aparelhos de comunicação (telefone, televisão, copiadoras, fax etc.) trarão, de uma forma ou de outra, interfaces com o mundo digital e estarão interconectadas”. O GW torna-se a primeira ferramenta da web a trazer vídeos, chat, editor de texto, e-mail, mapas e links tudo ao mesmo tempo.

Lançado durante a Developer Conference da Google I/O, o e-mail do futuro ainda não está disponível para usuários, apenas para desenvolvedores. O GW foi idealizado pelos mesmos criadores do Google Maps, Lars Rasmussen e Stephanie Hannon, em 2005. No início da demonstração (disponível em <http://wave.google.com>), Lars Rasmussen comenta que o e-mail foi inventado 40 anos atrás, antes da própria web. O GW seria a visão do Google se o e-mail fosse criado hoje, levando-se em conta as experiências obtidas através dos *mensageiros instantâneos*, das *redes sociais*, dos *wikis*, dos *fóruns de discussão*, dos *blogs*, do *SMS* e *outras tecnologias*.

Assim, o e-mail deixará de ser simplesmente uma mensagem encaminhada para seus contatos que a respondem de forma individual, ou com cópias. Com a ‘onda’ do



Google, uma mensagem pode tornar-se um chat, com diversos usuários, com a diferença que a interface permitirá a edição de textos, no próprio chat, facilitando a comunicação e a troca de arquivos. Os participantes podem acrescentar novos contatos e há opções para adicionar vídeos, mapas, fotos, além de “rebobinar” a conversa para acompanhar o que aconteceu quando você não estava ali. Além de tudo isso, o código do GW será aberto, permitindo para desenvolvedores criarem aplicativos a partir da ferramenta, incluindo jogos e adicionar *waves* a sites e blogs.

Entre as novidades, o GW traz uma nova interface, dinâmica com a proposta de tornar-se ainda mais ágil. Com o ambiente da Internet desenvolvendo suas próprias linguagens de forma cada vez mais intensa e veloz, chega a hora de mexer um pouco nas versões digitais do mundo ‘analógico’: cartas e o telefone, para e-mails e mensagens instantâneas.

A técnica combinada com a simplicidade da ferramenta torna-a de uso fácil, garantindo a interatividade. Lemos diz que:

“A interatividade, seja ela analógica ou digital, é baseada numa ordem mental, simbólica e imaginária, que estrutura a própria relação do homem com o mundo. O imaginário alimenta a nossa relação com a técnica e vai impregnar a própria forma de concepção das interfaces e da interatividade. Daí a utilização de metáforas como forma de interface. É a interface que possibilita a interatividade, sendo uma “superfície onde trocam-se informações, mas também estrutura profunda onde se organizam o fluxo de informações que entram e saem...”. (LEMOS, 2007, p. 115).

Por fim, pode-se então apontar que a técnica utilizada pelo GW garante a interatividade e a troca de informações (fluxo) dentro da plataforma. Corrobora-se, portanto, a premissa inicial de que o sistema é um novo espaço interativo e informativo a partir do seu uso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um ano após murmúrios sobre a possibilidade do fim do e-mail, hoje o que se vê não é a agonia deste meio eficaz e histórico de comunicação, mas a reconstrução de sua estrutura. A partir de agora, novas formas digitais podem surgir, porque o paradigma foi quebrado.



O ser humano tem uma forte propensão a decretar a morte desta ou daquela tendência. Assim como aconteceu a discussão sobre o fim do e-mail recentemente, nos anos 1990 se falava no fim dos meios impressos, o que não se verificou após alguns anos.

Em suma, a explicação que se encontra para a mudança de comportamento perante uma mídia é a diversificação de outras tecnologias, lançadas diariamente. O imediatismo trazido pela nova geração reflete, sim, nos meios digitais, mas acima de tudo, é um espelho da velha geração que “provocou” uma grande corrida pelo encontro da informação.

Algum dia o e-mail foi tão importante para o início da Internet quanto a própria rede, mas com o passar dos anos seu valor foi modificado. Não o tornando menos considerado, mas sendo a prova da mudança de toda uma cultura. Segundo Lévy (1999, p. 25), “uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo condicionada, não determinada”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 3ª Ed., 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34: 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **Metamorfoses da Cultura Liberal: ética, mídia e empresa**. Porto Alegre, Sulina: 2004.

NUNES, Vanessa. **Conversação via Twitter**. In: Zero Hora, 8 Out. 2008. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default2.jsp?uf=1&local=1&source=a2227710.xml&template=3898.dwt&edition=10850§ion=1044>>. Acesso em: 13 jun. 2009, 15:53:12.

NUNES, Vanessa. **Mais torpedos do que e-mails**. In: Zero Hora, 8 Out. 2008. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default2.jsp?uf=1&local=1&source=a2227>



709.xml&template=3898.dwt&edition=10850§ion=1044>. Acesso em: 13 jun. 2009, 15:52:27.

NUNES, Vanessa. **O e-mail vai acabar?** In: Blog da Vanessa Nunes/ Zero Hora.com, 12 Out. 2008. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer,getBlog&uf=1&local=1&template=3948.dwt§ion=Blogs&post=112161&blog=222&coldir=1&topo=3994.dwt>>. Acesso em: 13 jun. 2009, 15:54:24.

NUNES, Vanessa. *O e-mail vai acabar?* In: Zero Hora, 8 Out. 2008. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default2.jsp?uf=1&local=1&source=a2227591.xml&template=3898.dwt&edition=10850§ion=1044>>. Acesso em: 13 jun. 2009, 15:40:30.