



## **Processos de Interação na Cultura da Convergência<sup>1</sup>**

Debora Faccion<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

### **Resumo**

A cultura da convergência pode ser entendida como um estágio de comunicação no qual muitas pessoas participam da formação de universos de pensamento direcionados em um mesmo sentido. Para desenvolver-se nesse sentido, a convergência precisa da interação das pessoas, realizada através das mídias. Esta interação, por sua vez, depende do interesse criado pelos objetos que participam desta cultura, que pode ser iniciado através dos elementos estéticos destes. Em todos os estágios de comunicação desenvolvidos até a convergência, a interação, nos seus diversos níveis, mostra-se fundamental para a formação desta cultura em emergência.

### **Palavras-chave**

Comunicação; Convergência; Idéias; Mídia; Estética.

### **1. Cultura da convergência e processos de interação**

O livro “Cultura da Convergência” de Henry Jenkins (2006) procurou atualizar o conceito de convergência de acordo com as transformações possibilitadas pelo desenvolvimento tecnológico e pela atividade desenvolvida pela sociedade através das novas mídias. Jenkins recorre, na introdução de seu livro, ao cientista político Ithiel de Sola Pool, a quem ele atribui a delimitação do conceito de convergência como “um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas” (JENKINS, 2006, p.35):

Um processo chamado convergência de modos está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico - sejam fios, cabos ou ondas - pode transportar os serviços que no passado eram oferecidos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Multimídia, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora, MG. E-mail: dfaccion@gmail.com



separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio - seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia - agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está corroendo. (POOL, 1986, p.112 apud JENKINS, 2006, p.35)

A citação do texto de Pool, datado de 1986, feita por Jenkins, é importante para demonstrar o desenvolvimento da convergência relacionado às mídias, ou seja, dotado de duas esferas fundamentais: a tecnologia e o seu uso. A noção de cultura atrelada à convergência, trazida por Jenkins, por sua vez, instaura um caráter universal ao processo atentado por Pool na década de 80, que agora pode ser observado com maior clareza. O caráter universal aqui considerado relaciona-se à criação de universos de pensamentos, atitudes, produtos, etc, formados a partir de determinados objetos capazes de mobilizar várias pessoas com o mesmo propósito de desenvolver a compreensão ou acrescentar idéias à estes objetos.

Existe na cultura da convergência, portanto, um caráter fundamental de interação, que, se por um lado depende da competência tecnológica das novas mídias em abrir caminhos de interatividade, por outro, estabelece dois parâmetros de avaliação: a capacidade dos objetos de incitar a interação e o interesse da sociedade em interagir. Mônica Tavares, em artigo que procura estabelecer os diferentes níveis de interatividade proporcionados pela apropriação de obras pelos receptores, utiliza a noção de interatividade desenvolvida por Jean-Louis Weissberg, na qual o autor apresenta-a como uma simulação do “outro”, ou seja, como a capacidade de acrescentar ao outro referências e rerepresentações. Sobre este aspecto de “outro” da interatividade, Monica Tavares explica:

Ademais, este autor acrescenta que a noção de interatividade como "simulação do outro" traz no seu bojo, a separação entre l'interactivité de commande e l'interactivité langagière. Se, na segunda, a linguagem é o vetor principal da interação, na primeira, destaca-se a noção de "simulação corporal", na qual o corpo é transformado em um conjunto de competências limitadas ao interior de quadros de ações simuladas (por exemplo: videogames, mundos virtuais baseados na comunicação por avatares interpostos, etc.). Esta maneira de pensar a interatividade é valiosa, pois desloca a problemática da interatividade do âmbito simplesmente técnico e instrumental, e traz, em função de sua especificidade comunicacional e, conseqüentemente, produtiva, a perspectiva de encará-la como um fenômeno potencializador de processos de recriação. (TAVARES, 2002, p.41)



A noção de interatividade elucidada por Tavares pode ser relacionada ao entendimento da cultura da convergência, que pressupõe a compreensão da convergência para além do âmbito tecnológico, ou seja, atualizada por meio dos processos de interação possibilitados e encorajados na comunicação.

Neste sentido, este artigo propõe o estudo da cultura da convergência em três níveis possíveis para o entendimento dos processos de interação. Em um primeiro momento, será estudada a convergência que acontece nas idéias: pressuposto inicial para a constatação da existência de universos de pensamentos que envolvem os objetos, de inteligências coletivas (JENKINS, 2006) e, portanto, da própria situação de convergência. Em seguida, será feito um breve relato de como a convergência acontece nas mídias. Por se tratar de uma questão possível de ser observada no cotidiano, o estudo da convergência nas mídias pode ser feito de acordo com o uso feito, pela sociedade, dos meios de comunicação. Por fim, será desenvolvido, à título de conclusão, um pensamento que procurará indicar as características estéticas dos objetos da cultura da convergência como encaminhadoras dos percursos transmidiáticos e, portanto, como fundamentais tanto para a compreensão da abrangência de alguns objetos na sociedade quanto para a elaboração de comunicações mais eficazes e capazes de participar desta cultura em emergência.

## **2. A convergência acontece nas idéias**

A convergência pode ser entendida como um estado de comunicação alcançado após o envolvimento de diversas pessoas através do uso das mídias. Esse estado de comunicação pressupõe a criação de múltiplas manifestações que acrescentam pensamentos, interpretações e reapresentações de um objeto inicial, capaz de atrair o interesse de muitas pessoas.

A convergência vista como um estado de comunicação no qual existe a participação ativa de muitas pessoas que se relacionam através e em torno de um mesmo objeto inicial pode ser aproximada à noção de cultura desenvolvida na Semiótica. Nas palavras do semioticista A. Shukman trazidas por Lucia Santaella, “cultura é a totalidade dos sistemas de significação através dos quais o ser humano, ou um grupo humano particular, mantém a sua coesão (seus valores e identidades e sua interação com o mundo)” (SHUKMAN, 1986, p.166 apud SANTAELLA, 1996, p.28). O conceito de



cultura desenvolvido por Shukman acrescenta, ainda, que a cultura é um mecanismo para processar e comunicar informações.

A perspectiva semiótica permite a compreensão da convergência tanto como cultura (na medida em que a convergência pode ser entendida como uma forma de organização abrangente, que engloba diversos sistemas de significação, processa e comunica informações) quanto como um estado de comunicação (uma vez que a convergência depende do compartilhamento, interpretação e tradução dos códigos utilizados nos sistemas dos quais as pessoas participam). Sobre esta relação entre cultura e comunicação, Santaella conclui:

Em síntese: aquilo que pode melhor caracterizar as concepções semióticas da cultura é a ênfase que se coloca na relação entre cultura e comunicação, até o ponto de se chegar, inclusive, a identificar a função de ambos os termos uma vez que os fenômenos culturais só funcionam culturalmente porque são também fenômenos comunicativos. (SANTAELLA, 1996, p.29)

Se por um lado a aproximação entre cultura, comunicação e convergência pode parecer óbvia, principalmente quando esclarecida por Jenkins (2006) no livro “Cultura da Convergência”, por outro, a importância desta transformação das formas de comunicação e relacionamento ainda não parece ter sido entendida em sua totalidade, no que diz respeito às potências criadas pela possibilidade de interação entre as pessoas, que formaria, segundo Jenkins, uma inteligência coletiva.

O termo “inteligência coletiva” utilizado por Jenkins faz referência ao livro do teórico francês Pierre Levy, no qual ele define a inteligência coletiva como “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LEVY, 2007, p.28). A definição de Levy procura acentuar a característica humana desta inteligência, que, segundo ele, seria originária e não iria além do conhecimento humano como um todo. Entretanto, Jenkins procura enfatizar outra questão desta inteligência coletiva que trata justamente do seu aspecto de interação: “Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades” (JENKINS, 2006, p.28).



O aspecto de interação enfatizado por Jenkins diz respeito justamente às capacidades de comunicação e, por conseguinte, às relações estabelecidas por meio da apresentação, compreensão e reapresentação de idéias entre as pessoas. Jenkins atenta para o poder trazido por essa “produção coletiva de significados” (JENKINS, 2006, p.28), capaz de transformar, segundo ele, o funcionamento das várias instituições que formam a nossa sociedade (educação, religião, política, etc.). O sistema transmidiático, associado à cultura participativa, impõe, de certa forma, a redução da redundância nos processos de comunicação através da possibilidade da recriação constante, que atinge, inclusive, as instituições citadas por Jenkins. A possibilidade de acesso aos universos de informações e idéias criados na convergência e a interação permitida pelas tecnologias das mídias forma, além da inteligência coletiva, uma inteligência distribuída (BEIGUELMAN, 2010).

A distribuição da possibilidade de criação e manipulação das informações e produtos culturais estabelece dois pontos fundamentais na teoria de Jenkins. Primeiro, ele avalia a capacidade destes produtos e informações em se desenvolverem no sentido de uma convergência, ou seja, de serem distribuídos nas diversas mídias a partir da criação coletiva. Sobre este aspecto, Jenkins avalia a necessidade de se criar narrativas potentes, com elementos suficientes para nutrir a curiosidade do público, dar espaço para recriações e, ainda, permitir uma distribuição adequada às diferentes mídias, para a formação da ação transmídia.

Relacionada a essas narrativas, Jenkins estabelece outro ponto da cultura da convergência, formada justamente pelas pessoas em interação com as narrativas citadas: os fansumidores. Jenkins mostra como uma forma de mobilização para os produtos midiáticos é a formação de comunidades de fãs que, além de consumirem os produtos, geram novos produtos quando acrescentam suas opiniões e idéias a partir da criação de suas próprias mídias e participação nas mídias interativas. Ao falar dos fansumidores, Jenkins deixa claro o aspecto mercadológico da interação que acontece na cultura da convergência, uma vez que, por mais que o interesse inicial dos fansumidores não seja, necessariamente, comprar, todas as informações que eles acessam ou criam são passíveis de serem transformadas em produtos de consumo.

A cultura da convergência abrange, portanto, diversos aspectos da cultura geral da sociedade atual, desde as características de interação, comunicação e informação até os aspectos mercadológicos e criativos. Entretanto, todos esses aspectos



somente são possíveis através do desenvolvimento tecnológico e quando distribuídos nas mídias.

### **3. A convergência acontece nas mídias**

A primeira convergência notada pela sociedade em geral pode ser considerada a da evolução de possibilidades dos aparelhos tecnológicos em realizar diferentes funções. O primeiro aparelho a deixar clara essa questão foi o celular, que, de acordo o exemplo de Jenkins (2006), já não existe mais no mercado segundo unicamente a sua função inicial de telefone móvel.

Por este motivo, Jenkins argumenta sobre o mito da caixa preta: a noção de que existiria, no futuro, um único aparelho que nos seria suficiente para realizar todas as funções de comunicação, imagem e som (e até mesmo, talvez, atender outros sentidos). Jenkins chama atenção para o fato de cada vez termos mais aparelhos com as mais diversas finalidades e, alguns deles, até mesmo capazes de realizar as mesmas funções.

A convergência que acontece nas mídias poder ser, por esse motivo, vista mais do que a possibilidade de espalhar o mesmo conteúdo entre diferentes suportes. O acontecimento da convergência nas mídias passa pelo uso, pela relação estabelecida entre as idéias e os suportes\_ segundo Jenkins, pela criação de mídias feita pela sociedade.

A criação de mídias, possibilitada pelo desenvolvimento das mídias digitais, transforma o padrão de comunicação de massa, produzido por poucos e transmitido a muitos, e aumenta o potencial de acesso às informações culturais. Lucia Santaella (1996) fala da mudança que este processo pode trazer para a cultura:

(...) quanto mais as mídias se multiplicam mais aumenta a movimentação e interação ininterrupta das mais diversas formas de cultura, dinamizando as relações entre diferenciadas espécies de produção cultural. A multiplicação das mídias tende a acelerar a dinâmica dos intercâmbios entre as formas eruditas e populares, eruditas e de massa, populares e de massa, tradicionais e modernas, etc.(SANTAELLA, 1996, p.31)



Em artigo publicado na revista da editora de livros Publisher Weekly, Calvin Reid (2009) avalia como a transmídia se tornou a estratégia publicitária mais importante na atualidade. Reid fala da diferença trazida pela convergência cultural justamente pela interação dos consumidores, em comparação às outras estratégias de publicidade. Reid dá como exemplo o livro “O Senhor dos Anéis”: estrutura literária complexa capaz de gerar conteúdo para diversas mídias e incentivar a participação do público. O editor argumenta como, no passado, livros como este ficavam restritos a um tipo específico de público que, agora, é expandido pela acessibilidade de informações e produtos possibilitada pelas mídias digitais.

O exemplo dado por Reid elucidada a questão trazida por Santaella sobre a diminuição da fronteira entre erudito e popular através da distribuição das informações nas mídias e mostra, ainda, como a interação com diferentes linguagens e a possibilidade de acesso das informações entre os pares pode aumentar o espectro cultural da população. Ou seja, seria mais fácil acessar, compreender e se interessar por informações complexas geradas por pessoas dos círculos sociais mais próximos ou semelhantes que aquelas geradas pelos grandes meios de comunicação. Por este motivo, Reid argumenta que a estratégia transmídia não seria simplesmente uma forma de ganhar mais dinheiro, mas sim, de ser capaz de encontrar narrativas que façam a interação entre empresa, produto e sociedade.

Douglas Kellner (2001) analisa em seu livro “A cultura da mídia” a capacidade dos textos culturais em se desenvolverem, através da veiculação nas mídias, no sentido de uma transformação social, como criadores de costumes e valores. O estudo de Kellner passa, sobretudo, pelas mídias tradicionalmente conhecidas como criadoras de uma cultura de massa, como a TV, o rádio e o cinema, mas as suas preocupações podem ser úteis para a visualização da transformação trazida pela criação das mídias digitais.

Kellner argumenta que os elementos culturais (música, moda, imagem, etc) seriam responsáveis pela construção de visões fictícias nas sociedades dominadas pelas mídias e pela informação. O autor chama atenção para a possibilidade dos indivíduos de acatarem ou rejeitarem tais visões na construção de suas identidades e para a necessidade de uma visão ponderada sobre o alcance das novas mídias na atualidade. A visão de Kellner, apesar de muito diferenciada dos autores até aqui abordados, é importante para o estabelecimento de um parâmetro crítico do uso das mídias, pois



relembra o aspecto mercadológico deste uso e a sua influência sobre o comportamento das pessoas. A interação proporcionada pelas mídias precisa, segundo Kellner, ser feita através de uma educação social a favor da democracia:

Por isso, hoje em dia os estudos culturais deveriam discutir como a mídia e a cultura podem ser transformadas em instrumentos de mudança social. Para tanto, é preciso dar mais atenção à mídia alternativa do que se fez até agora, refletindo-se mais no modo como a tecnologia da mídia pode ser reconfigurada e usada em favor das pessoas. Essa tarefa implica o desenvolvimento de um ativismo capaz de intervir na televisão de acesso público, na rádio comunitária, nos meios de comunicação por computador e em outros domínios que hoje estão surgindo. Para obterem uma participação genuína, as pessoas precisam adquirir conhecimentos sobre a produção da mídia e sobre a criação de produtos divulgáveis. A intensificação do ativismo na mídia poderia ampliar significativamente a democracia, com a proliferação de novas idéias e com a possibilidade de manifestação das opiniões até agora silenciadas ou marginalizadas. (KELLNER, 2001, p.426)

A reflexão de Kellner vai de encontro com a previsão feita por Jenkins sobre o futuro do uso das mídias para “propósitos mais ‘sérios’” (JENKINS, 2006, p.28). Além disso, problematiza a questão da cultura da convergência para uma interação no sentido de mudança social, que, segundo Jenkins, neste primeiro momento está em processo de capacitação por meio do uso das mídias digitais para o entretenimento.

#### **4. Conclusão**

Até aqui a convergência foi estudada segundo dois parâmetros: a situação de convergência nas idéias e a necessidade do uso das mídias no sentido da convergência. As questões até aqui levantadas indicam um problema que diz respeito ao início do processo de convergência. Na tentativa de responder esta questão, nos dirigiremos para a hipótese de que o que iniciaria todo este processo seria a estética.

O elemento estético seria a base para a criação de interesse na sociedade e também para a manutenção do elo entre os vários produtos criados a partir de um



mesmo objeto. Desde o desenvolvimento do conceito de belo feito por Kant em “Crítica da faculdade do juízo” é possível encontrar a noção de que existiria uma forma própria de cada objeto belo, que seria capaz de criar um sentimento de prazer desinteressado (SANTAELLA, 1994). O desinteresse colocado por Kant diz respeito à capacidade desses objetos em trazerem os fins em si mesmos, ou seja, em apresentarem-se à percepção não como características com finalidades objetivas, mas como sentimentos iniciadores de suas próprias finalidades.

A noção de Kant sobre o belo foi desenvolvida ao longo dos anos por outros teóricos e transportada para o conceito de estética, hoje mais difundido. A estética, assim como o belo de Kant, estaria na base do processo cognitivo, como elemento iniciador do interesse e da compreensão dos objetos. Desta forma, os elementos estéticos seriam fundamentais para o início e o desenvolvimento dos processos de interação, pois, sem a estética, presente nas qualidades dos objetos, não seria possível gerar o interesse e a compreensão destes objetos pela sociedade.

Sobre a característica de iniciador da mobilização dos processos cognitivos dos objetos estéticos, Lucia Santaella escreveu:

O que distingue o objeto belo de outros objetos é que nenhum fim extrínseco ou determinado pode ser estipulado para ele. Um objeto estético tem finalidade apenas na medida de sua forma inerente e de sua adaptabilidade as demandas do gosto puro. E o prazer que emerge da finalidade sem fim e totalmente distinto do agravável. Assim, as formas finais para a percepção são aquelas que estão aptas ou são apropriadas para colocar os poderes cognitivos, da imaginação e do entendimento, num jogo harmonioso e livre. (SANTAELLA, 1994, p.53)

A estética seria, portanto, elemento fundamental para a interação entre pessoas e objetos. Neste sentido, ela seria também fundamental para a formação da cultura da convergência, que pressupõe a interação entre as pessoas e os objetos, por meio das mídias.

É importante ponderar que não existe aqui a pretensão de, com esta indicação de que a cultura da convergência também aconteceria na estética, aumentar as proporções do fenômeno da convergência. A consideração dos aspectos estéticos dos



objetos na cultura da convergência pode ajudar a entender a abrangência que certos produtos assumem na sociedade, permitir ponderar sobre o poder da estratégia transmídia, além de facilitar o uso das mídias no sentido de um foco sobre os próprios objetos e não somente sobre as técnicas próprias de cada mídia.

Se a convergência só existe de fato quando se atinge um estágio de comunicação no qual várias pessoas participam de um mesmo universo de pensamentos, e se esta participação depende do uso das mídias, deve existir algo que inicie este processo. Este algo pode ser considerado como um elemento estético, presente nos objetos que se apresentam para a percepção das pessoas e iniciam os processos de interação, que, agora, podem ser atualizados através do uso das mídias digitais e expandidos para os processos de interação que formam a cultura da convergência.



## Referências bibliográficas

BEIGUELMAN, Giselle. Estéticas Transmídia. In: 4 CONGRESSO DA ABES, 2010. Anais eletrônicos... Disponível em: <http://www.desvirtual.com/esteticas-transmidia/>. Acesso em 30 de junho de 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. São Paulo: Forense Universitaria, 1993.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: Edusc, 2001.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2007.

LOPARIC, Z. Acerca da sintaxe e da semântica dos juízos estéticos. In: **Kant no Brasil**, São Paulo: Escuta, 2005, p.231-271.

REID, Calvin. Building transmedia properties. **Publishers Weekly**.Ed. Publisher Weekly, 7 de setembro, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Estética: de Platão a Peirce**. São Paulo: Experimento, 1994.

\_\_\_\_\_, **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

TAVARES, Monica . Aspectos estruturais e ontogênicos da interatividade. In: Motta, Luiz Gonzaga; Weber, Maria Helena; França, Vera; Paiva, Raquel. (Org.). **Estratégias e culturas da comunicação**. 1 ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002, v. 1, p. 39-61.