



## Convergência nas Práticas Culturais da Comunicação<sup>1</sup>

Kellyanne Carvalho ALVES<sup>2</sup>

Ana Silvia Lopes Davi MÉDOLA<sup>3</sup>

Guido Lemos de SOUZA FILHO<sup>4</sup>

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### RESUMO

Hoje, convergência é uma característica importante nas discussões comunicacionais, sociológicas e antropológicas, principalmente quando se busca denominar e entender o fenômeno cultural e social vivenciado neste início do século XXI. O impacto do desenvolvimento tecnológico na cultura e comunicação traz uma nova perspectiva nos processos produtivos e, conseqüentemente, nas relações sociais. Campo que favorece a constituição de novas práticas culturais da comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura digital; convergência tecnológica; TVDI e lógicas colaborativas.

Nos últimos anos, o termo convergência foi bastante usado para denominar a ampliação da capacidade técnica na comunicação entre as diferentes mídias utilizando apenas um dispositivo de acesso ou sistemas de redes. O século passado ganhou definições como a “Era da Informação e Conhecimento” ou a “Sociedade da Informação”<sup>5</sup>, devido ao desenvolvimento e a grande atuação e aceitação de mídias como o rádio, TV e, por último a Internet. Atualmente, a conectividade, interatividade, interoperabilidade e portabilidade são termos também bastante usados não só no contexto acadêmico, mas pelo mercado como um valor de compra na escolha pelas diversas plataformas digitais de mídia oferecidas pela indústria. Um cenário organizado

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XI Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em TV Digital pela Pós-Graduação em TV Digital: informação e conhecimento da UNESP. Trabalha como pesquisadora no Lavid - Laboratório em Aplicação em Vídeo Digital da UFPB. Email: kellyanne@lavid.ufpb.br.

<sup>3</sup> Professora da Pós-Graduação em Televisão Digital da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, Campus Bauru. Email: asilvia@faac.unesp.br.

<sup>4</sup> Professor da Pós-Graduação em Informática da Universidade Federal da Paraíba, Campus I - João Pessoa. Email: guido@lavid.ufpb.br.

<sup>5</sup> Estas definições são definidas a partir das Ciências da Informação e Comunicação como ressalta Adriana Santos (2006) em: “Diversos observadores e teóricos se dedicam aos estudos sobre a revolução informacional, que, ao partir da retroalimentação e da sinergia de uma série de tecnologias, constituem o que Manuel Castells (1999) chama de a Era da Informação e do Conhecimento. Tal fenômeno, segundo Straubhaar e LaRose (2004) recebe também a denominação de Sociedade da Informação, uma sociedade na qual a troca de informação é a atividade econômica e social predominante” (SANTOS, 2006, p.1).



principalmente a partir das possibilidades de acesso, produção e distribuição de conteúdos através destas mídias digitais.

Há um potencial transformador gerado pela convergência tecnológica não apenas no campo técnico em si, mas principalmente no social, cultural e também político. Este é reconhecido por Castells (1999), Lemos (1997) e Zuffo (2003) como uma “revolução” tecnológica e social. Outra denominação é traçada por Barbosa Filho & Castro (2008) ao caracterizar como uma “nova ordem tecnológica” sofrida pela sociedade contemporânea. Nestas duas posições há uma visibilidade das transformações como um fenômeno natural. O que legitima a tendência da reorganização coletiva e comunitária, mesmo que virtualmente. Reorganização que configura novamente uma antiga lógica da cultura industrial presente na relação do produto com o seu criador.

Ainda nesse campo de redefinições, Dominique Wolton (2003) adota uma postura contrária a essa reconfiguração midiática. Wolton estrutura este pensamento a partir da defesa pela manutenção do papel do público massivo e do antigo produtor e veiculador de conteúdo presente no contexto das mídias analógicas. Uma posição que é lançada sob um olhar baseado no que o autor chama de “lógica da individualização”. Segundo o autor, esta lógica pode permitir apenas relações virtuais carregadas de solidão e desconhecimento das reais relações coletivas presenciais.

Aspectos que antes da “cultura digital” ou “cultura da convergência” não eram projetados. Agora eles remodelam e definem muitas características que hoje estão introspectivas no indivíduo. Um exemplo é a modificação na noção de tempo e espaço no momento de estabelecer uma comunicação e relações/afetos entre as pessoas. Outro aspecto é a ampliação de possibilidades informativas e de conhecimento que facilitam o intercâmbio em diferentes realidades totalmente desiguais. O convergente, o digital, o interativo, o virtual e o comunitário exercem forte influência não só no campo do acesso à informação, mas também nos parâmetros de sociabilidade valorizados pelo homem. Campo que favorece a constituição de novas práticas culturais da comunicação.

A partir do pensamento exposto acima, procura-se neste artigo<sup>6</sup> propor uma discussão que tem como temática as novas práticas comunicacionais na “era da convergência” e da “cultura digital”. Nos próximos itens é feita uma abordagem

---

<sup>6</sup> Este artigo faz parte dos estudos realizados no trabalho de conclusão de mestrado da Pós-Graduação em TV Digital da Unesp intitulado “Telejornalismo e interatividade na TV digital: Uma construção colaborativa e participativa no espaço digital” sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Silva Lopes Davi Médola e co-orientação do Prof. Dr. Guido Lemos de Souza Filho.



conceitual através do estudo de diferentes teóricos com diversidade de pensamento sobre essas transformações vivenciadas pela sociedade contemporânea.

### **Cenário Convergente e as Novas Estruturas Comunicacionais**

O cenário da convergência tecnológica proposto pelo desenvolvimento das capacidades das mídias no digital traz consigo um debate comunicacional e também sociológico. Nele está a busca por uma definição que compreenda a lógica estrutural do cenário convergente. Bem como sua projeção na vida das pessoas e quais serão as possíveis consequências no futuro. Com um pensamento orientado em fatores sociais e na inclusão através do digital e da convergência, os autores Barbosa Filho & Castro (2008) definem esse momento com uma “Nova Ordem Tecnológica”:

A Nova Ordem Tecnológica propõe um olhar caleidoscópico a partir de diferentes olhares e ponto de vista sobre essas transformações, reconhecendo que o conceito engloba debilidades (como o risco de ampliar a brecha digital) e fortalezas: a possibilidade de apropriação universal do conhecimento. Mas, principalmente, reconhece que o mundo, desde o aparecimento da rede mundial de computadores no final do século XX, vem sofrendo uma ampla e rápida transformação na área de economia, da política, da cultura, do comportamento, das habilidades e das relações sociais [...] (BARBOSA FILHO & CASTRO, 2008, p.32).

Os autores distinguem esse período como uma “Nova Ordem Tecnológica” não apenas sob o olhar técnico, por mais que usem o termo tecnológico na denominação. Eles ressaltam ainda que o termo “nova ordem” não carrega nenhuma semântica de superioridade e preconceito vivenciado do pensamento nazista. Ao conceituar esse cenário, Barbosa Filho & Castro (2008) pensam essas transformações pela lógica dos atores sociais e da inclusão digital e social. Eles percebem a convergência e as mídias digitais como instrumentos agregadores e facilitadores no desenvolvimento pessoal do indivíduo e consequentemente da sociedade.

Os autores buscam na filosofia da coletividade, solidariedade e participação de Aristóteles e dos diálogos sociais de Walter Benjamin justificativas para a teoria da “Nova Ordem”. “[...] pode traduzir-se como um novo conceito de apropriação das diferentes possibilidades de intercâmbio do conhecimento e inclusão social, que preferimos reconhecer e denominar como Nova Ordem Tecnológica” (BARBOSA



FILHO & CASTRO, 2008, p.15). O desenvolvimento da coletividade e solidariedade a partir das novas práticas de comunicação digital é estabelecido pelas infinitas possibilidades de acesso, produção e distribuição de informações. O que estimula um intercâmbio dinâmico que possibilita um fluxo mais intenso de geração e assimilação do conhecimento. Enquanto Dominique Wolton (2003) argumenta que é perigosa a lógica empregada nas novas tecnologias a partir da crença que elas ajudam ao homem a se comunicar.

A afirmação de Wolton (2003) se baseia na imprevisibilidade da existência das dificuldades comunicacionais naturais ao ser humano. O autor adverte que o pensamento estruturado nas possibilidades tecnológicas faz acreditar que as novas tecnologias são capazes de romper essas barreiras. “Sofismo sedutor. [...] A hipótese desta ideia de uma melhor comunicação através das máquinas supõe, por si mesma, uma outra hipótese falsa, a de uma ausência de defasagem entre o emissor, a mensagem e o receptor” (WOLTON, 2003, p.106,107). O pensamento de que a partir da apropriação das novas tecnologias se estabelece uma nova lógica da comunicação se constrói através de uma nova cultura do acesso, da produção e da veiculação de informações. Uma cultura que se fundamenta no contato e na utilização pelo receptor, denominado aqui como audiência<sup>7</sup>, das ferramentas midiáticas produtivas. Contexto que só é possível por causa da ampliação e desempenho da tecnologia digital e convergente.

A lógica da mídia generalista<sup>8</sup> tão defendida por Wolton também está muito longe de conseguir romper a “ausência da defasagem” entre os atores comunicacionais. Isso porque cada um desempenha o seu papel fixo e intransferível como emissor e receptor. Essa organização do esquema comunicacional que define emissor – receptor – mensagem não diminui as lacunas e prejuízos causados na comunicação. Mas, apenas alargam e estimulam um diálogo em que a lógica da comunicação impera por quem possui maior poder e acesso aos meios. Ou seja, é um modelo tradicional que legitima

---

<sup>7</sup> O termo receptor carrega na sua estrutura semântica um forte sentido de passividade do sujeito que o representa. Porém, a definição audiência não se limita apenas a assistir ou presenciar algo, embora muitas vezes empregada com essa finalidade. A definição de audiência adotada aqui se organiza através de uma larga possibilidade de atuação do sujeito onde ele próprio decide sua ação frente ao contexto vivenciado.

<sup>8</sup> O conceito de Dominique Wolton sobre TV generalista é a noção de televisão analógica que se tem hoje e a TV temática ou fragmentada pode ser a TV que possibilita uma oferta de conteúdos a partir da personalização e individualização dos gostos de cada audiência. Esta TV fragmentada é aquela que não tem uma grade de programação fixa e única a todos os públicos, mas ela se adequa a necessidade de cada tribo, grupo ou público para disponibilizar seus conteúdos. “Essa mistura de informação-programa remete, portanto, ao segundo argumento em favor da televisão generalista, a programação [...] A programação é, ao mesmo tempo, a restrição por excelência da televisão generalista, e o símbolo distintivo dessa mesma televisão generalista, uma vez que construir uma grade significa refletir sobre a sucessão de públicos que queremos atingir ao longo do dia” (WOLTON, 2003, p.112 e 113).



ao emissor a capacidade e autoridade de saber e decidir o que é bom para o receptor ter acesso/conhecimento. O que Wolton (2003) chama de “lógica da oferta” de conteúdos pelos emissores.

O atual modelo comunicacional empregado pelas mídias digitais, especialmente a TV, deverá ganhar uma nova dinâmica discursiva por meio dos processos colaborativos, principalmente no campo da lógica econômica e de produção desse modelo. Essa reestruturação se dará tanto no campo de produção e estética como de consumo, a partir do surgimento ou valorização de novas características. Por exemplo, o que terá mais valor perante a audiência, que o produto audiovisual mantenha o “padrão de qualidade” ou um número maior de produtos mesmo que alguns não possuam uma estética com maior qualidade? Cada vez mais cresce o número de produtos criados pela audiência e veiculados em suas redes sociais, sites e outros canais alternativos de distribuição. Produtos que também conseguem um expressivo número de acesso pela audiência. Observa-se que estes espaços colaborativos possibilitam uma nova prática cultural em que o poder comunicativo entre audiência/produtor é compartilhado. Nela os autores se confundem e se alternam no desempenho de seus papéis.

Não se acredita aqui totalmente no poder tecnológico como único transformador social. E muito menos que ele possa acabar de uma vez todas as dificuldades do processo comunicativo. Porém, é a partir da convergência e das mídias digitais que este processo pode se tornar mais aberto. Isto se dá principalmente devido à ampliação e facilidade de acesso das ferramentas produtivas que permitem uma nova lógica de difusão e produção de conteúdo pela audiência e não apenas pelos proprietários de mídias. Lógico que são necessárias políticas direcionadas à acessibilidade, educação e inclusão digital para que estes suportes tecnológicos sejam realmente utilizados de forma social. Como expõem Barbosa Filho & Castro a reorganização não é só no campo da produção/recepção e sim política, econômica e cultural. “A convergência diz respeito a uma mudança tecnológica profunda [...] pois se trata de convergência também de conteúdos, de criação de novos formatos para diferentes plataformas tecnológicas, novas formas de pensar a comunicação” (FILHO & CASTRO, 2008, p.32).

Estas novas formas de pensar a comunicação são uma oportunidade que a sociedade contemporânea tem hoje para avaliar e reorganizar suas relações sociais e sua apropriação dos processos produtivos no se refere à forma comunicativa midiática e os bens simbólicos. Momento em que se pode reconstruir novos parâmetros comunicativos por meio da coletividade e colaboração frente às possibilidades oferecidas pelas mídias



digitais. O que Dominique Wolton (2003) denomina como “desejo de mudanças e emancipação dos utópicos das redes interativas”.

O ideal de solidariedade, o ideal de sociedades que respeitam mais as diferenças, poderá por fim resistir à terrível racionalidade das indústrias de informação e à terrível irracionalidade da história? Os utópicos das redes interativas, alternativas e democráticas conseguiram? Ou, por outro lado, a racionalidade da tecnologia e da economia se imporá finalmente como sempre o fez na história da conquista da natureza e da matéria? A questão está aberta, e seria uma presunção respondê-la, pois estes sistemas geradores de informação, de cultura e de comunicação estão no âmago de todas as utopias e de todos os desejos de mudança e de emancipação (WOLTON, 2003, p.90).

É verdade que o momento de reconstrução de novos parâmetros comunicacionais estruturados na coletividade, colaboração e participação depende de como será organizada a lógica político-econômica. Esses novos parâmetros também estarão sujeito às mudanças no campo jurídico que pautarão as inúmeras questões propostas por este cenário convergente e digital. Porém, o cenário atual vivencia um processo dialético, já que, ao passo que são organizados novos parâmetros comunicacionais, também são conservadas estruturas midiáticas operantes. Por mais utópico que pareça esta reconstrução, o fato é que mudanças estão acontecendo e, principalmente, no contexto da reconfiguração nos papéis exercidos pela audiência e produtor de conteúdo.

A vontade de emancipação da audiência que por muito tempo só teve voz a partir do agendamento das mídias analógicas e da indústria cultural, agora se torna cada vez mais forte. Um exemplo recente disto é a situação enfrentada pela indústria musical, que se vê obrigada a repensar e adequar a sua lógica econômica frente às tecnologias digitais. A audiência se apropria das mídias digitais para produzir e distribuir seus produtos culturais. Tudo isso acontece devido ao acesso facilitado proporcionado pelas novas tecnologias.

Porém, para Dominique Wolton (2003), o discurso tecnológico dominante é forjado pela lógica de que quanto mais não há intermediação no processo comunicativo, ele é “aparentemente” mais livre. “A ideia era construir mediações entre uns e outros, entre aqueles que sabem e os que não sabem. Os intermediários eram instrumentos da emancipação. Mas tratava-se de homens e não de tecnologia” (WOLTON, 2003, p.147). Wolton aborda a intermediação sob o conceito da legitimação do grande público, onde a



audiência é reconhecida pela “democracia de massa”. A esta democracia é aplicada a lógica de que os intermediários servem de balizadores e asseguradores da ordem política, cultural, econômica e social.

Na questão sobre o rompimento da intermediação dominada pela indústria cultural, Ladislau Dowbor (2009, p.57) define como “deslocamento radical” promovido pelo desenvolvimento do digital e das redes. Contexto onde “poder participar do processo cultural é resgatar a dimensão de criatividade que há dentro de cada um de nós”. No “deslocamento” e “resgate da criatividade” o autor reforça ainda mais o poder transformador e inovador da cultura digital onde agora existe realmente a disposição da coletividade advinda pela conectividade. Segundo Médola (2009) a convergência proposta pelas novas tecnologias faz que a audiência deseje que as informações estejam disponíveis a qualquer tempo e lugar podendo ser acessadas a partir da conexão em redes móveis e sem fios. “As noções de conectividade, pervasividade, confiabilidade constituem parâmetros fundamentais de funcionamento dos dispositivos informatizados e interferem diretamente no processo comunicativo em plataforma convergente” (MÉDOLA, 2009, p.248). Estas noções são fatores essenciais no cenário convergente onde se tornam cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas que querem estar integradas e interligadas ao mundo.

De acordo com Dominique Wolton (2003), essa configuração dos processos comunicacionais através da noção de interatividade, pervasividade, conexão e desempenho das novas tecnologias é caracterizada pela comunicação funcional. Enquanto a lógica da comunicação normativa é preservada através da demora, ruptura e limites no processo. Assim, esses aspectos fazem com que o receptor tenha tempo de realizar uma “intercompreensão”. O autor afirma que a comunicação é baseada no discurso normativo já que nele impera a verdadeira ideologia da ação comunicativa. Ou seja, para Wolton, é necessário um tempo de demora para que a pessoa processe sua “intercompreensão” a respeito do que acabou de ter acesso. “Valorizar a comunicação contra a ideologia da comunicação é salientar tudo o que separa a lentidão da comunicação humana, social ou política da performance e da velocidade das tecnologias” (WOLTON, 2003, p.144).

A existência de uma comunicação estabelecida pela velocidade e acessibilidade dos dispositivos tecnológicos não invalida a lógica da seleção e da “intercompreensão”. Embora haja a apropriação coletiva destes suportes, cada pessoa ainda conserva o seu tempo pessoal de assimilação, compreensão e produção do saber. Certamente, com o



alto volume de informações que a audiência dispõe nas bases midiáticas digitais há uma necessidade de seleção e prioridade nesta larga escala informacional. E não por uma lógica sobre a “democracia de massa” que forja uma noção de coletividade a partir da autoridade de alguns grupos que possuem o poder comunicativo.

Entretanto, a lógica da escolha depende da subjetividade de cada um, onde as prioridades são eleitas segundo as necessidades individuais, ao contrário do que ocorria antes do desenvolvimento das mídias digitais e das redes. Na cultura digital, o indivíduo também se torna, até certo ponto, o responsável pela sua programação e seleção dos seus conteúdos. Por exemplo, no caso do guia de programação (EPG) da TVD a audiência seleciona e estrutura a sua programação conforme os seus gostos e horários, mas a partir de uma oferta de conteúdo gerada pela TV. Na Internet, a seleção individual ganha uma maior dinâmica por causa de uma maior oferta e ainda das possibilidades que ela possui para conceber o seu próprio conteúdo. Neste último caso, a responsabilidade de construir a própria maneira de compreender e conhecer o mundo é decidida pela audiência.

É verdade que com as novas tecnologias as relações sociais e de comportamento ganharam um novo ritmo e maior espaço na vida pessoal e não só nas interações virtuais. Se comparar a ideologia da comunicação do homem no início do século XX com a do homem nascido ao final deste século já será perceptível o quanto a noção de valor do tempo e espaço se transformou. E conseqüentemente, a sua forma de pensar e estabelecer a comunicação. Porém, não somente a mudança no campo comunicacional, mas é também a cultural que ganha uma nova denominação: a de “cultura digital”. As novas tecnologias proporcionam uma revolução não só no acesso e produção, mas principalmente na percepção e subjetividade de cada indivíduo influenciadas pelas novas formas de sociabilidade e coletividade.

### **Mídia, Rede e Cultura Digitais**

O desenvolvimento das mídias e redes digitais cria um cenário inovador no campo cultural. O digital instaura um processo colaborativo e acessível articulado na construção coletiva de novas formas de produtos culturais. Contexto que se configura a partir da cultura digital, onde impera novos modelos de produção, mercado, legislação e políticas para a criação e distribuição dos produtos. A cultura digital absorve as ferramentas expostas pelas novas tecnologias num âmbito individual e coletivo por



meio da lógica da participação e cooperação. Também ela influencia a lógica de mercado da indústria de massa e tende a reestruturar o cenário a partir da convergência e do acesso.

Cláudio Prado (2009) atribui à cultura digital a possibilidade de transformações concretas e também subjetivas. Mudanças que criam condições de reflexão e reafirmação conceitual e pessoal sobre essa configuração do cenário vivenciado atualmente. “O fantástico da cultura digital é que a tecnologia trouxe à tona mudanças concretas, reais e muito práticas em relação a tudo [...]. A mitologia do século XXI é desencadeada a partir do digital” (PRADO, 2009, p.45). Esta “mitologia do digital” para Prado é desmembrada em duas “vertentes mitológicas da cultura digital” onde o real e o ideal trabalham na composição de novas concepções, cultura e desejos do homem contemporâneo. Na verdade o que Prado ressalta é o potencial transformador das novas tecnologias digitais não apenas na capacidade do campo material e concreto, mas principalmente no campo subjetivo e individual.

O digital reproduz novos valores e práticas pessoais, sociais e culturais da sociedade. A cultura digital reestrutura sua nova forma de agir, pensar, comunicar, compreender e relacionar com o mundo e as pessoas por meio da dinâmica de introspecção. Dinâmica que pode estar relacionada ao ideal de fuga, de liberdade e de vida nova. Também o digital traz ainda uma carga semântica do modismo e do atual, já que só a existência real não é válida e suficiente para garantir relacionamentos e atuação social. Observa-se através do estudo das redes sociais uma grande necessidade das pessoas em construir uma vida virtual para que a sua vida possa ganhar uma real projeção. Isso se torna a cada dia mais forte e profundo através das inúmeras redes virtuais de relacionamentos sociais, como no caso brasileiro o grande sucesso alcançado pelo site *Orkut*<sup>9</sup>.

Há uma forte tendência dessas redes e de organização em comunidades virtuais nos discursos das relações atuais. Relações que são constituídas através da apropriação de ferramentas colaborativas e coletivas principalmente no caso do brasileiro. Conforme matéria divulgada no Portal da Administração<sup>10</sup> sobre a pesquisa global realizada pela empresa *GfK Custom Research Brasil*<sup>11</sup> sobre o uso da Internet. Na amostragem da

---

<sup>9</sup> <http://www.orkut.com>

<sup>10</sup> Matéria publicada no dia 08 de fevereiro de 2010 no Portal Administradores.com.br, disponível em: [www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br).

<sup>11</sup> <http://www.gfkcustomresearchbrasil.com>



pesquisa feita no Brasil foram consultados mil jovens com faixa etária acima de 18 anos e habitantes das regiões metropolitanas. Os resultados do estudo apontam as redes sociais como fator decisivo no acesso e interesse em quase 50% dos jovens que usam a Internet. “Orkut, Facebook, Twitter e MySpace foram apontados como as principais redes sociais utilizadas por 47% dos internautas quando acessam a Web para fins pessoais. Esse percentual é ainda maior entre as mulheres (53%)” (ADMINISTRADORES.COM, 2010)<sup>12</sup>.

Ainda na perspectiva de compreender e aprofundar mais a modelagem das novas lógicas trazidas pela cultura digital, propõe-se aqui um mapeamento através de estudo de especialistas e teóricos a respeito da conceituação e caracterização desta nova prática cultural. Prática que é cada vez mais essencial na busca pela compreensão do que é o digital e quais são as suas reflexões na cultura. Um processo tecnológico de digitalização onde as informações agora são organizadas em códigos binários que inicialmente parecia apenas um avanço técnico da compressão de dados. Mas, agora começa a mostrar sua verdadeira influência revolucionária na configuração de muitas práticas contemporâneas. Para Sergio Amadeu (2009, p. 67), o aspecto fundamental não é apenas uma similaridade, mais sim uma igualdade da cultura digital com a cibercultura. O que, segundo Amadeu, são apenas diferentes maneiras de denominar a mesma coisa - “Para mim seria sinônimo”.

Ainda compartilhando da ideia que a cibercultura e cultura digital são sinônimos, André Lemos aponta como sendo mais uma definição os dois termos. Lemos (2009, p. 136) relembra que estes dois conceitos denominam “a cultura contemporânea marcada a partir da década de 70 do século passado, pelo surgimento da microinformática”. Entretanto, Lemos se preocupa em esclarecer que reconhece cultura digital, cibercultura e cultura contemporânea através do prisma das transformações naturais, políticas, sociais e técnicas que o homem sofre frente ao mundo externo. E ainda que não se baseia no pensamento determinista tecnológico, “Isso dito, acredito que a cibercultura seria a cultura contemporânea, onde os diversos dispositivos eletrônicos digitais já fazem parte da nossa realidade” (LEMOS, 2009, p.135 e 136).

Mas a cultura contemporânea só se tornou possível através de concepções sociais, culturais e conceituais diferentes dos “discursos hegemônicos” dos anos 60,

---

<sup>12</sup> Matéria publicada no endereço: <http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/redes-sociais-lideram-o-uso-da-internet-para-fins-pessoais-no-brasil/30022/>



conforme André Lemos. Ao contrário do que muitos autores acreditam, Lemos (2009, p.136) aponta que o desenvolvimento da cultura digital veio depois do desenvolvimento da microinformática e não da informática. Também ressalta que a microinformática juntamente com as redes permitem um “tom planetário que ganha dimensão mais radical”. Mas é mesmo na microinformática que a audiência encontra uma ferramenta produtiva real que remodela a criação pelas bases do acesso, compartilhamento e distribuição. “[...] mas em algo que é radical e continua sendo radical até hoje: a possibilidade de produção coletiva, colaborativa e distributiva da informação” (LEMOS, 2009, p.137).

Conforme Dominique Wolton (2003) não se pode existir cultura “sem permanência, sem acumulação”. O estoque que as novas tecnologias admitem com uma quantidade absurda de informação e a velocidade para acessá-las segundo o autor não basta para construir uma cultura. Para ser cultura na crítica de Wolton tem que haver consistência e volume. “[...] compreende-se os problemas que isto coloca do ponto de vista de uma definição de cultura; [...] se sabe que esta é construída pela acumulação, em uma relação constante entre patrimônio e novidade, tradição e modernidade” (WOLTON, 2003, p. 148 e 149). Wolton enxerga na perspectiva do digital uma deficiência e defasagem do conceito real de cultura e conseqüentemente a falta de parâmetros que a legitime.

Essa “dicotomia entre a cultura e tecnologia” para Nelson Simões é uma discussão atual trazida através da perspectiva do digital. Elemento que consente possibilidades de novas apropriações nos modelos de processo da cultura. Simões (2009, p.111) defende que todas as especulações de conceituar e diferenciar a cultura e tecnologia vão acabar futuramente. Isso será motivado porque elas se fundirão. Cultura e tecnologia se tornarão uma coisa única, singular na percepção do autor.

Para Alfredo Manevy (2009) a cultura digital proposta através do digital e conexão das redes é o fundamento da transformação vivenciada atualmente. O que admite que nesse contexto convergente os modelos experimentados na comunicação e cultura sejam refletidos no “comportamento” e na “criação coletiva”. E estas por sua vez, “São processos vivos de articulação, processos políticos, sociais, que impactam nosso modo de vida, de construção e de formulação. E que encontra no digital não um suporte, mas um modo de elaboração” (MANEVY, 2009, p.35). Já Sergio Amadeu (2009) ressalta que o mundo digital não é o mundo das escolhas e sim da democracia, pois o indivíduo quando não gosta de uma coisa tem a liberdade de sair ou optar por não

acessar. A maior exigência do digital para o autor está na “qualidade” empregada na escolha do conteúdo e como são organizadas essas informações que a cultura das redes permite.

De acordo com Amadeu o ponto principal está na organização da comunicação usando a capacidade das redes. “E se as redes são fundamentais no processo de organização hoje, você está dizendo efetivamente que dentro dessa comunicação você tem que buscar aquilo que a gente chama de hierarquização, de priorização, de relevância” (AMADEU, 2009, p. 72). Ou seja, essa argumentação reforça a força da lógica da seleção no contexto da audiência. Ela é uma prática essencial na cultura digital. E os parâmetros que regem esta lógica estão inteiramente ligados a noções subjetivas do ser humano. Porém, faz-se uma observação que no lugar de “organização” se prefere analisar aqui esse cenário através do termo reorganização, segundo o pensamento que já existe uma organização comunicativa operante.

Ainda sobre as estruturas sugeridas pela conexão das redes, Alfredo Manevy (2009) acredita que é por meio da conectividade, principalmente através da Internet, que se fixam espaços de discussões relevantes no cenário atual. Contudo, analisa que estes debates necessitam de políticas que promovam e interliguem as críticas que são geradas em diferentes meios e realidades. Isso assegurará a importância desse momento de inquietações vivenciado não só através da Internet. Manevy expõe que é essencial não perder todas as contribuições feitas por diferentes atores sociais durante o processo de reestruturação estimulado pelo digital. O que evitaria a formulação “estandardizada” somente nas falas de especialistas. Uma realidade refletida no “mundo analógico”. (MANEVY, 2009, p. 37).

São necessários novos parâmetros que constituam e alcancem as possibilidades e condições estabelecidas pelo espaço digital. Não se pode justificar ou classificar as práticas comunicativas a partir de critérios antigos e tradicionais que não preveem os princípios da arquitetura conceitual desta época que são: a coletividade, colaboração e participação. Além dos fatores essenciais modeladores do ambiente digital: o acesso e distribuição fácil e rápida dos produtos por uma quantidade cada vez maior de pessoas.

Ainda entre as definições de cultura digital está o pensamento de Ronaldo Lemos (2009) que a estuda através do conceito que enxerga nas mídias digitais o poder “reconfigurador” de todo o cenário das relações sociais a partir da conectividade. “O que a gente está vendo hoje é um novo tipo de estradas virtuais, novos caminhos e



novas formas das pessoas se conectarem, que estão reestruturando completamente a forma de como a cultura é feita” (LEMOS, 2009, p.97).

Ainda no campo da reconfiguração da cultura digital, André Stolarski (2009) destaca a noção do imponderável e conflituoso exposto pela natureza do digital. O que consequentemente determina novos desenhos antes impensáveis. Ou seja, são as novas práticas culturais da comunicação (pensadas neste artigo) que modificam a ordem comunicacional, política, cultural e econômica já operante e confortável para alguns. Já Nelson Simões (2009) reforça que o sucesso nos processos comunicacionais, culturais e sociais deste século estão essencialmente interligados a lógica da construção coletiva e colaborativa e sua necessidade de replicação nas estruturas midiáticas. “É importante que gerações estejam acostumadas a trabalhar de forma aberta e colaborativa, esse é o ingrediente que vai prevalecer na reprodução dos modelos. E esta é uma ideia que vai ser capaz de gerar soluções novas e adequadas”. (SIMÕES, 2009, p.111)

A lógica da criação coletiva e colaborativa começa a se estabelecer fortemente não só na indústria e modelos de negócios, mas como já dito anteriormente no social, político, cultural e jurídico. O ambiente real configurado hoje é justamente essa reorganização de processos e estruturas que ficaram por alguns anos fixas e definidas. A rotação do conhecimento se dá a partir da liberdade do acesso e criação possibilitada pelas novas tecnologias. É o que Ladislau Dowbor (2009) conceitua como “economia do conhecimento”. Que é esta lógica econômica de permitir o acesso a produtos materiais e simbólicos.

Outra lógica vigente pela cultura digital é a da reciprocidade e da doação. É o que Ladislau Dowbor observa na estrutura do processo colaborativo. O produto não precisa da obrigatoriedade de um valor estipulado para o acesso a serviço e bens. Para Dowbor, isso faz com que o indivíduo reconheça e sinta naturalmente a necessidade de dar algo em troca. Mas “esse pagamento” é balizado pela subjetividade de cada um e não pela força do preço cobrado já fixado antes de experimentar o benefício proporcionado. “Eu trabalho com a visão do deslocamento do paradigma da competição para o paradigma da colaboração. Nunca que a competição vai desaparecer, mas a prática colaborativa pode ser dominante” (DOWBOR, 2009, p.64). Existe uma nova relação de poder e mudança entre as mídias digitais e a sociedade a partir da cultura digital. As bases produtivas da informação a partir da dinâmica colaborativa, participativa e da conexão em rede possuem um poder imenso na reorganização cultural e política. Essa produção coletiva está assegurada a partir da organização virtual das



pessoas. A sociedade se torna sua própria produtora enquanto as mídias digitais são configuradas como “agregadores de conteúdo”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário das novas reconfigurações das culturais produtivas da comunicação, apresentam-se inúmeras possibilidades para o desenvolvimento de modelos de processos. A importância é que os modelos de processos estejam estruturados pelas bases conceituais da criatividade, coletividade, participação e colaboração. Esses elementos desempenham um profundo poder de articulação frente à sociedade contemporânea. Uma sociedade onde as relações profissionais, pessoais e sociais são influenciadas e redesenhadas através da “cultura digital” e da “cultura da convergência”. A grande oferta de diferentes plataformas digitais de mídias e a velocidade e desempenho das redes em dispositivos com fio, móvel e sem fio são, sem dúvidas, os responsáveis por toda transformação do ponto de vista tecnológico, mas também comunicacional, porque a reorganização do papel da audiência como produtora foi sempre almejada e idealizada por tantos anos. Porém, é somente agora, através da estrutura técnica, que as discussões ganham um relevante sentido de realismo e ideal de concretude forte.

São as condições estabelecidas pelas novas tecnologias que propiciam o desejo de reorganização. A audiência, ao ter contato com o mundo digital, que é o mundo das infinitas possibilidades, experimenta o sabor da “liberdade” criativa. E neste contexto, ela escolhe se reafirmar com uma postura mais ativa e transformadora de suas próprias relações e atuações sociais e individuais. Porém, é necessário ressaltar que nem sempre todos desejam interagir. Entre os inúmeros interagentes que aproveitaram o contexto produtivo colaborativo também se encontram aqueles que não sentem nenhuma vontade de interagir, mas apenas de consumir.

## REFERÊNCIAS

AMADEU, S. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 67-77.

ADMINISTRADORES.COM. **Redes Sociais lideram o uso da internet para fins pessoais no Brasil**. João Pessoa, 08 jan. 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/redes-sociais-lideram-o-uso-da-internet-para-fins-pessoais-no-brasil/30022/>> Acesso em 10 fev. 2010.



BARBOSA FILHO, A.; e CASTRO, C. E. **Comunicação digital**: educação, tecnologia e novos comportamentos. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2008.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 1942. 2. ed. Trad. Roneide Venâncio Majer; colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. - São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DOWBOR, L. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

LEMOS, A. L. M. **Anjos interativos e retribalização do mundo**. Sobre interatividade e interfaces digitais, 1997, Disponível em <<http://www.Facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>>. Acesso em 14 de dezembro de 2009.

LEMOS, A. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

LEMOS, R. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

MANEVY, A. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

MÉDOLA, A. S. L. D. Televisão digital, mídia expandida por linguagens em expansão. In: **Televisão Digital**: desafios para comunicação. Compós, Org. Sebastião Squirra e Yvana Fachine. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PRADO, C. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

SANTOS, A. C. O. **Governo, sociedade civil e a (des) informação sobre TV Digital no Brasil**: O SBTVD. UNIrevista - Vol. 1, nº3 : julho, 2006. Disponível em: <[http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev\\_Omena.pdf](http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Omena.pdf)>. Acesso em: 4 abril 2009.

SIMÕES, N. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

STOLARSKI, A. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

WOLTON, D. **Internet, e depois?** uma teoria crítica das novas mídias. 2000. Trad. Isabel Crossetti - Porto Alegre: Sulina, 2003.

ZUFFO, J. A. **A sociedade e a economia no novo milênio**: os empregos e as empresas no turbulento alvorecer do século XXI, livro I: a tecnologia e a infossociedade. São Paulo: Manole, 2003.