

Internet como Meio de Hibridização das Mídias¹

Barbara Regina Lopes COSTA²
Faculdades Network, Nova Odessa, SP e
Universidad de la Empresa – UDE, Montevideú, Uruguai.

RESUMO

Com a difusão e a evolução tecnológica da internet, diversas práticas diárias, sejam elas profissionais, educacionais, sociais ou de lazer, foram modificadas. Com objetivo é promover uma reflexão crítica sobre a internet, principalmente no que diz respeito a sua capacidade de reunir em uma única mídia, peculiaridades e funcionalidades de outras mídias, este artigo pretende apresentar uma abordagem concentrada unicamente em desvelar a junção de diversas mídias em apenas uma, a internet, sem qualquer pressuposição ideológica. Para tal utiliza a metodologia exploratória quanto aos fins, com base no levantamento bibliográfico quanto aos meios, o que afere variáveis qualitativas de caráter nominal. Ao término se conclui que além da hibridização da mensagem, a internet possibilitou a mescla das diversas mídias, por meio de uma plataforma em hipermídia.

PALAVRAS-CHAVE: internet; hibridismo; mídias.

INTRODUÇÃO

Antes mesmo da difusão da internet, McLuhan (1977), já imaginava que o progresso tecnológico possibilitaria a conexão de todo planeta ao afirmar que a interdependência eletrônica recriaria o mundo à imagem de uma aldeia global.

A internet surgiu na época da Guerra Fria³, com objetivos militares, a proposta era manter a comunicação entre o governo norte-americano e as bases de comunicação, sem perder as informações sigilosas do Pentágono, em caso de ataque. Assim, desenvolveram uma rede de transmissão de dados, a ARPANET, sigla para *Advanced Research Projects*

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Administração (Universidad de la Empresa – UDE/Uruguai). Aluna Especial em Multimeios – Cinema - Universidade de Campinas – UNICAMP. Mestre em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS. Publicitária e Professora de Comunicação e Marketing. E-mail: babhy@terra.com.br

³ Disputa travada entre os Estados Unidos e a União Soviética pela dominação mundial. Essa guerra não foi bélica, mas caracterizou-se por ser um conflito ideológico, que envolvia a ordem política, militar, econômica e social dos principais países envolvidos bem como do mundo todo.

Agency Network. Com o fim da Guerra Fria, permitiram que pesquisadores utilizassem essa tecnologia em suas faculdades.

Embora a história aponte que a internet nasceu de um processo que deu seus primeiros passos na década de 1960, com a concepção da comunicação em rede entre computadores, para Bessa (2008), o verdadeiro arranque da internet global deu-se na década de 1990, com a criação de protocolos convencionais que permitiram o cruzamento de várias redes e uma comunicação muito mais abrangente e acessível. Corroborando Castells (2004), diz que foi a partir da década de 1990 que a internet teve grande expansão e alcançou a população geral, com o desenvolvimento do WWW e explica que foi com o advento do *World Wide Web*, traduzindo para o português ‘Rede de Alcance Mundial’, que a internet começou adquirir cores, imagens, sons e vídeos, desde então, não parou de receber investimentos para evitar limitação de conteúdo e também atingir as mais remotas regiões geográficas, diminuindo, assim, as distâncias entre as pessoas, facilitando a comunicação e os relacionamentos.

Cada vez mais as pessoas estão utilizando a internet, para diversas práticas diárias, sejam elas profissionais, educacionais, sociais ou de lazer. Esta nova ferramenta já se torna em, algumas sociedades, algo comum, e com o avanço da tecnologia e a expansão da internet, a entrada das pessoas no mundo virtual está criando um novo perfil social. Para Silva (2011), a internet tem mudado quase todos os aspectos da vida diária de uma pessoa.

De acordo o Ibope (2011), no terceiro trimestre de 2010, chegou a 73,7 milhões o número de brasileiros que têm acesso à internet na residência, trabalho, escolas, *lanhouse*, bibliotecas, celulares e entre outros lugares. Bogo (2010, s.p.), explica que:

Não é nenhum tipo de luxo ou questão de opção uma pessoa utilizar e dominar os serviços disponíveis na Internet, pois desde a invenção dos primeiros sistemas de comunicação, como telégrafo, telefone, rádio, televisão, computador, a internet é considerada o maior sistema de comunicação desenvolvido pelo homem.

Já nos anos 90, do século XX, havia uma infinidade de possibilidades por meio da internet e após duas décadas ela ainda se encontra em expansão. Tomando por base a possibilidade de atingir variados públicos e de reunir diversas mídias em um único meio, surge a indagação: De que maneira a internet possibilita a hibridização das mídias?

Alves (2006, p. 01), afirma que “*a internet não é uma simples tecnologia de comunicação, mas o epicentro de muitas áreas da atividade social, econômica e política*”.

Desde seu surgimento, a internet deu um verdadeiro significado à palavra ‘possibilidade’, alterando nossa percepção da realidade onde o que era impensável se torne provável (SCHUSCHNY, 2007).

Este artigo utiliza a metodologia exploratória quanto aos fins, com base no levantamento bibliográfico quanto aos meios, o que afere variáveis qualitativas de caráter nominal. Seu objetivo é promover uma reflexão crítica sobre a internet, principalmente no que diz respeito a sua capacidade de reunir em uma única mídia, peculiaridades e funcionalidades de muitas outras mídias. Pretende apresentar uma abordagem concentrada unicamente em desvelar a junção de diversas mídias em apenas uma, a internet, sem qualquer pressuposição ideológica. Além de propiciar referências para as áreas da Ciência Sociais e futuros estudos.

O hibridismo da internet

Para Rocha (2010), o hibridismo consiste do cruzamento de linguagem e técnicas de uma mídia para outra, e desse diálogo as linguagens se transformam. Nesta mesma linha de definição, Alzamora (2005) observou que há sites que nitidamente apresentam-se fundamentados no modelo clássico de publicação de informações jornalísticas, no entanto, a tendência da rede parece hibridizar formatos diferenciados de informação e recursos, o que caracteriza o hibridismo midiático.

A internet permite que a estrutura comunicativa possua “*livre circulação de mensagens, agora não mais editada por um centro, mas disseminada de forma transversal e vertical, aleatória e associativa*” (LEMOS, 2002, p.85). Na rede a lógica comunicativa de segmentação do público-alvo para a elaboração da mensagem permite e, por vezes até, exige uma mescla entre mensagens de massa e relacionamentos interpessoais.

Artistas, comunicólogos, animadores e produtores têm utilizado de forma criativa e se aventurando em novas experimentações com as ferramentas dos meios digitais. Dessa mescla surgem novas formas estéticas comunicacionais (ROCHA, 2010).

A evolução das mídias

O telégrafo marcou o início de uma grande evolução dos sistemas de comunicação tecnológica. O homem sempre teve a necessidade de se comunicar e vem desde os primatas

transpondo barreiras geográficas, por isso a comunicação a partir do código Morse, método de enviar mensagens por meio tecnológico nas estações de trem, tornou-se muito importante para a sociedade da época e também para a sociedade atual, pois ao criar o Telégrafo em 1830, Samuel Morse (1791-1872), não imaginava o que a quebra dessas barreiras significaria para a humanidade. Na sequência surgiu o telefone, o rádio e depois a televisão que obtiveram rápida expansão territorial devido à aceitação social.

Outro grande marco tecnológico deu-se na década de 1970, quando as empresas começaram a utilizar os computadores, criados nos anos 60, para armazenar e coletar informações. E no final da década de 70, surgiram os primeiros computadores de uso pessoal. Vale destacar que no começo, os computadores não eram vistos como um meio de comunicação e que somente com o surgimento das redes de computadores em 1970 e com o advento da internet que houve a intercomunicação entre os computadores.

Desde então, a internet vem atuando em vários setores, por vezes, ampliando a gama de possibilidades ofertadas ou até mesmo substituindo os serviços, como é o caso do setor de correspondências pessoais, que foi praticamente substituído com a criação do correio eletrônico (e-mail).

No setor da mídia impressa, a internet complementou o serviço de distribuição de informações. Jornais e revistas terminam por publicar notícias já postadas previamente na rede. O hábito matinal de ler o jornal, para muitos, passou a ser quase que constante, quando estão diante de um computador conectado a internet.

As agendas que marcavam a fase da adolescência, foram substituídas pelos blogs e esse novo canal de comunicação sofreu profissionalização, assim alguns blogs tomaram características interativas de divulgação de temas específicos. Esse fato desencadeou, inicialmente, uma campanha negativa de um dos mais famosos jornais do país, como conta Merigo (2007), o jornal O Estado de São Paulo, acusou os blogs de copiarem informações, escreverem somente bobagens, sem qualquer discernimento. No entanto, o termômetro dos blogs, sejam eles corporativos ou não, é a qualidade e a quantidade de comentários neles deixados, bem como citações, referências e links que aparecem na blogosfera em resposta ao que é postado no veículo original. Os links são uma espécie de voto de confiança para o blog, funcionam como um depoimento de “eu gostei”, “eu recomendo” (BUENO, 2005). Como é gratuito, os números de ‘blogueiros’⁴ na Web aumentaram rapidamente.

⁴ Termo utilizado para representar a pessoa que publica notícias em determinado blog.

Álbuns de fotografias também ganharam sua versão virtual, por meio dos *fatologs* e ou dos álbuns das redes sociais. Fotolog e Flickr, criados em 2002 e 2004 respectivamente, ambos os sites armazenam fotos pessoais dos usuários ou sobre determinado tema. O Fotolog permite aos usuários publicar um texto junto a foto e adicionar uma rede de amigos, onde, como algumas redes sociais, as pessoas podem ver quem seu amigo está seguindo ou não. O Flickr também permite o armazenamento de fotos e um novo serviços disponibilizado permite a publicação de vídeos. O seu funcionamento é bem parecido com o do Fotolog, no entanto, permite que as imagens publicadas sejam etiquetadas com palavras-chave que sejam objeto de buscas e organização por essas classificações (RECUERO, 2009). Para utilizar essas duas redes, o usuário necessita criar um registro nos sites, que o permitirá criar uma página pessoal com suas fotos.

Além dos blogs e sites de notícias, na internet há incontáveis publicações, que vão desde dicionários, literaturas, gramáticas etc.

No setor da telefonia, a internet, por vezes, amplia o serviço com programa de transmissão de voz e imagem em tempo real. Em outras ocasiões simplesmente substitui, com programas que permitem com que dois ou mais computadores se interligem e as pessoas possam conversar como se estivessem utilizando um canal telefonico, sem ter o ônus do custo da ligação.

Há, também, redes sociais que utilizam a mensagem instantânea. Geralmente essas redes estão vinculadas a um e-mail, assim o individuo cria também uma conta e adiciona outras pessoas. Na medida em que as pessoas vão acessando suas contas, elas podem aparecer *online* para as outras que elas possuem em sua lista, criando uma rede individual e podendo conversar entre elas simultaneamente. Exemplos desse tipo de rede são o *Messenger* (MSN), *Yahoo Messenger*, *GTalk* e *ICQ*, esse último foi um dos primeiros mensageiros instantâneos que ficou popular.

As rádios, por sua vez, também passaram a disponibilizar suas programações, em tempo real, em seus sites. E serviços como o *MySpaceMusic*, uma estação de conexão musical, por onde grupos musicais divulgam suas músicas (RECUERO, 2009), possibilitaram que novos artistas musicais ganhassem notoriedade em grupos sociais. Castro (2006, p.02) diz que a digitalização de músicas “*possibilitou a aproximação da internet como canal de distribuição mais direta entre autor e público.*”

Publicidades, filmes, novelas, vídeos amadores ou profissionais, estão disponíveis na rede e o YouTube é atualmente o *site* de vídeos mais acessado. Lançado em 2005, o

Youtube, poucos meses após o seu lançamento já possuía milhões de vídeos armazenados. Os usuários podem pesquisar por qualquer vídeo e também podem produzir ou apenas publicarem seus vídeos para o resto da comunidade, dando oportunidades também para as empresas e seus negócios (ZANONI, 2008).

Se no começo, as páginas dos sites eram abertas, lidas e abandonadas em seguida (IVOSKUS, 2010), em 2004, novas mudanças na plataforma permitiram aos usuários deixarem de ser apenas passivos e se tornarem ativos, publicando informações, trocando informações e compartilhando arquivos. Vale comentar que atualmente pode acessar a internet pelo celular sem necessidade de um computador.

Essa revolução tecnológica transformou as mídias tradicionais e também a sociedade, que passou a dispor de mais informações e assim se tornou mais criteriosa e exigente.

Considerações Finais

Esse novo modo de comunicação virtual possibilitou a interação de pessoas díspares, em localizações geográficas distintas e a expansão da informação. Diferente de quando uma pessoa conversa diretamente com outra, no meio virtual as palavras se ‘eternizam’ e podem atingir proporções incalculáveis. Nas mídias tradicionais (rádio, televisão, telefone, jornal e revista) os receptores/cidadãos apenas recebem a informação e o nível de interação é mínimo e quando ocorre é elaborado por críticos, jornalistas e pessoas vinculadas ao meio. Já na internet todas as pessoas conectadas podem produzir e distribuir informações na rede, sem que haja pouco ou nenhum controle, sendo assim cabe a todos os internautas que estão lendo a informação julgar o que lhe interessa ou não. Instituições e pessoas interagem e acessam informações uns dos outros de forma praticamente livre e sem barreiras. Os dois lados estão equipados com as mais recentes ferramentas da internet para descobrir e compartilhar informações (GOLLNER E MACHADO, 2010). Por isso, pode se dizer que a internet permite a hibridização das mensagens.

Além da hibridização das mensagens, a internet possibilitou a mescla das diversas mídias, por meio da *World Wide Web* (WWW), uma plataforma de documentos em hipermídia, que tem como objetivo organizar e englobar todos os sistemas de informações que são executados, permitindo o intercâmbio entre eles e tornando-os disponíveis na internet. Por isso, é possível ler notícias jornalísticas, sem ter que folhear uma revista ou um

jornal; duas ou mais pessoas, mesmo distantes fisicamente uma das outras, podem conversar em tempo real sem ser pelo telefone; é possível ouvir uma emissora de rádio sem estar com um aparelho de rádio ligado; novelas, programas de auditório, entrevistas ou qualquer programação televisiva está disponível em sites da internet. Enfim, todas as mídias, hoje, atuam na e por meio da internet.

Diante das inferências feitas no decorrer deste estudo foram abordados, de maneira global, aspectos que norteiam o objetivo específico desta pesquisa, sem a pretensão de esgotar o tema e ao final deste estudo temos mais inquietações do que propriamente respostas.

- O hibridismo proporcionado pela internet e a convergência das mídias, é um ganho ou provocará perdas as demais mídias e a sociedade contemporânea?
- A fusão das mídias na internet estará criando uma consciência social única?
- Quais as reais vantagens das mídias tradicionais em convergirem ou ampliarem seu leque de distribuição da informação?

REFERÊNCIAS

ALVES, Ana Paula Andrade. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. In: Resenhas Educativas: Uma revista de resenha de livros. Braga, Portugal, n° p.01-17, 01 nov. 2006.

ALZAMORA, Geane Carvalho. **Comunicação e Cultura na Internet – Em busca de outros jornalismo culturais**. São Paulo, 2005. 173 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Comunicação e Semiótica, Departamento de Comunicação e Semiótica, PUC de São Paulo.

BESSA, Fátima. **Recensão - A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade de Manuel Castells**. 2008. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=recens%C3%A3o%20a%20gal%C3%A1xia%20internet%3A%20reflex%C3%B5es%20sobre%20internet%2C%20neg%C3%B3cios%20e%20sociedade.%20%20fatima%20bessa&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.e-profe.net%2Ftecnologia%2Fgalaxia_internet.pdf&ei=GZrnTr7dNYGogwfsnaHyCA&usg=AFQjCNHe0sPsQj0oQUehZxOVbrk2dsVV6g>. Acesso em: 12 jul. 2011.

BOGO, Kellen Cristina. **A História da Internet: Como Tudo Começou**. Disponível em: <<http://sites.google.com/site/historiasobreositesdebusca/historia-da-internet/tudo-sobre-internet>>. Acesso em: 03 set. 2011.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial no Brasil**: uma leitura crítica. São Paulo: All Print Editora, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: Reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CASTRO, Gisela G. S. **Pirataria na Música Digital**: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo. In: UNIREVISTA - ESPM/SP, São Paulo, v. 1, n. 3, p.1-11, 2006.

GOLLNER, André Petris; MACHADO, Carlos. Sites consumeristas, redes sociais virtuais e comportamento do consumidor. **Contempo**, São Paulo, n. , p.1-13, 01 dez. 2010. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/comtempo/article/viewFile/7484/6883>>. Acesso em: 15 out. 2011.

IBOPE. **73,9 milhões de pessoas têm acesso à internet no Brasil**. 2011. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=cald&docid=EA0526673CE1740D832578570054B23B>. Acesso em: 20 abr. 2011.

IVOSKUS, Daniel. **Obsesión digital**: Usos u abusos em La red. 1a ed. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2010.

LEMOS, Andre. **Cibercultura** – tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulinas, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. Editora Nacional: São Paulo, 1977.

MERIGO, Carlos. **Estadão faz campanha contra os blogs**. 09 de agosto de 2007. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/1119/advertising/campanha-do-estado-contra-os-blogs/>> Acesso em: 14 de outubro de 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, Cláudio Aleixo. **Novas possibilidades narrativas nas animações interativas ambientadas na internet**. In: Fragmentos de Cultura, Goiânia, v. 20, n. 3/4, p. 159-168 mar./abr. 2010.

SCHUSCHNY, Andrés. **La red y el futuro de las organizaciones**: Más conectados... Más integrados? 1ª ed. Buenos Aires: Kier, 2007.

SILVA, J. Floriano Pinheiro. **A era do marketing eletrônico**. 2011. Disponível em:<<http://www.gestordemarketing.com/profiles/blogs/a-era-do-marketingeletronico>>. Acesso em: 21 fev. 2011.

ZANONI, Leandro. **El imperio digital**. Buenos Aires: Ediciones B, 2008.