

LABTEC

Laboratório de Tradução do Núcleo de Pesquisa em Educação e Ciberultura

02

A internet em teoria

Ralph Schroeder

Março/2022

Instituto Federal do Pará
Núcleo de Pesquisa em Educação e Ciberultura

A internet em teoria¹

The internet in theory

Ralph Schroeder

Diretor do Mestrado em Ciência Social da Internet
Oxford Internet Institute
ralph.schroeder@oi.ox.ac.uk

Tradução:

Breno Rodrigo de Oliveira Alencar

Doutor em Antropologia e Sociologia
Instituto Federal do Pará
breno.alencar@ifpa.edu.br

Revisão Técnica:

Rayza Carolina Rosa dos Santos

Mestranda em Letras
Universidade Federal do Pará
rayzacarolina26@gmail.com

Tailson Rodrigues de Lima

Graduado em Letras
Instituto Federal do Pará
tailsondelima@hotmail.com

Carolina Pantoja Soares

Graduada em Letras
Instituto Federal do Pará
carolinasoares.revisao@gmail.com

Novas e antigas teorias da mídia

A mídia digital foi responsável por algumas das mudanças mais abrangentes da sociedade nos últimos 25 anos. Ao mesmo tempo, há pouco acordo nas ciências sociais sobre como essas mudanças devem ser entendidas. Uma razão é a crescente especialização disciplinar. Por exemplo, os estudos sobre mídia e comunicação concentram-se em áreas específicas, como notícias ou influenciadores nas mídias sociais, sem uma análise mais ampla a respeito do que as pessoas fazem online. Outras disciplinas como a sociologia deixaram, com poucas exceções, o estudo de novas mídias para a área de mídia e comunicação. Ou ainda, a ciência política tende a se concentrar em questões específicas, como o papel da mídia nas campanhas eleitorais ou nos movimentos sociais. A sociologia da ciência e da tecnologia, entretanto, adotou uma postura, segundo a qual, generalizações em contextos particulares de usos da tecnologia são consideradas impossíveis. O mesmo se aplica à antropologia. E há um outro problema que atravessa as disciplinas: as teorias utilizadas para analisar a mídia de

¹ Tradução do capítulo “The internet in theory” publicado no livro “Social theory after the Internet: media, technology and globalization” (SCHROEDER, 2018, p. 1-27). Por se tratar de uma introdução, o capítulo foi editado a fim de facilitar sua leitura. (N.T.)

massa e a comunicação interpessoal não são mais adequadas para a mídia digital, já que as novas mídias costumam ter elementos de ambas.

Alguns breves exemplos sobre como o uso de ‘massa’ versus ‘interpessoal’ é enganoso para a mídia digital podem ser suficientes neste momento². Primeiro: há o crescimento do conteúdo gerado pelo usuário, que vai além de “públicos” passivos e “remetentes versus receptores”. Segundo: notícias e outros conteúdos são frequentemente compartilhados entre grupos nas mídias sociais, em vez de serem acessados por indivíduos ou transmitidos de um indivíduo específico para muitas outras pessoas (um-para-muitos). Terceiro: a maneira pela qual buscamos muitas informações on-line, por exemplo, via Wikipedia, está sujeita a novos mecanismos de controle, como os mecanismos de busca. Uma pesquisa no Google que leva a uma entrada da Wikipédia, por exemplo, significa que o mecanismo de verificação funciona de maneira diferente da tradicional, como o sistema de checagem de fatos pelos jornalistas profissionais ou o controle de entradas dos editores da enciclopédia. Um dos objetivos deste capítulo é fornecer uma teoria da Internet e das mudanças sociais que vá além dos conceitos de “massa” e relação “interpessoal” e que, ao mesmo tempo, superem as divisões disciplinares, argumentando que uma única teoria pode ser aplicada em todas as ciências sociais.

Há outro problema que o capítulo pretende abordar: a pesquisa sobre a Internet tende a se concentrar no que há de novo, sem reconhecer que a mídia tradicional ainda é dominante³, como, por exemplo, durante as campanhas eleitorais. No entanto, também é verdade, entre os jovens e em alguns países como a Suécia e Estados Unidos, pelo menos, que as mídias digitais mudaram amplamente – ainda que também complementem – a tradicional mídia de notícias. Uma proposta para lidar com essa simultaneidade do “velho” e do “novo” é falar de mídia “híbrida” (CHADWICK, 2013), postulando a existência de ambos lado a lado, neste caso, no contexto político. Mas isso varre para debaixo do tapete um problema que ainda precisa ser resolvido: a menos que exista um claro consenso de como o velho e o novo se relacionam, o “hibridismo” não supera a necessidade de uma teoria a respeito das mídias digitais, pois deixa em aberto a simetria entre os dois e as diferenças na forma como eles funcionam.

As poucas teorias que abordaram o cenário de mudança da mídia possuem deficiências. A teoria de Manuel Castells sobre o poder da rede (CASTELLS, 2009) tem dois elementos principais: uma ontologia, na qual todos os meios de comunicação são melhor entendidos como trabalhando através de redes, e uma teoria do poder pelo qual este poder está cada vez mais concentrado em alguns conglomerados transnacionais globais de mídia, mas que ao mesmo tempo continuam gerando resistência. Ambas as ideias são falhas, uma vez que existem países nos quais os imperativos capitalistas dos conglomerados da mídia desempenham um papel muito menor, como na China, onde o Estado exerce muito controle sobre a mídia, ou na Suécia, onde é um serviço público, continua sendo dominante. Em outras palavras, os “sistemas de mídia” nacionais (HALLIN e MANCINI, 2004), que podem ser agrupados em modelos regionais, ainda superam a dinâmica da concentração capitalista

² O que se segue é parcialmente baseado em Schroeder (2017). Também é possível observar aqui que usarei o termo “mídia digital” em vez de “mídia social” porque este último exclui mecanismos de pesquisa e pode excluir aplicativos e sites como a Wikipedia. Portanto, em vez disso, uso as ‘mídias digitais’ ou ‘mídias online’ mais inclusivas (intercambiavelmente), que incluem todas elas, e as comparo com as mídias tradicionais ou convencionais (‘mídia’ é sempre usada no sentido de informação mais comunicação) e também com relações offline ou sem mediação.

³ Neuman (2016) é uma boa exceção.

global, e os estados-nação também colocam fortes limites em torno do funcionamento da mídia, bem como os limites dentro dos quais as contribuições políticas populares – opinião pública e as organizações da sociedade civil (ou “resistência”, se quisermos usar o termo de Castells) – moldam a agenda política via mídia, como veremos.

A segunda teoria principal, a teoria da midiatização (HJARVARD, 2008), leva em consideração essas diferenças nacionais e propõe que o relacionamento das pessoas com a sociedade seja cada vez mais mediado. Esta é uma teoria que, adequadamente modificada, será desenvolvida aqui. No entanto, como está, a teoria carece de precisão analítica sobre quais áreas específicas da vida social estão sendo mediadas: a midiatização é definida como “o processo pelo qual a sociedade, em um grau crescente, é submetida ou se torna dependente da mídia e de sua lógica”; os meios de comunicação tornam-se “integrados às operações de outras instituições sociais” e também são “instituições sociais em si mesmas”, e “como consequência, a interação social – dentro das instituições, entre estas e na sociedade em geral – ocorre através da mídia” (HJARVARD, 2008, p. 113). No entanto, como veremos, é importante distinguir entre poder cultural, econômico e político, ou suas respectivas esferas, e entender como a mídia ou a midiatização operam de maneira bastante diferente dentro delas. Podemos pensar aqui na diferença entre a escassa atenção pela qual líderes e partidos políticos competem (em um jogo de soma zero) – contra a forma como os produtos culturais competem pela atenção do consumidor (em um mercado mais aberto). Além disso, enquanto as novas mídias contribuem para a midiatização da vida social, também é possível argumentar que a desintermediação ocorre, como quando as pessoas produzem e consomem o conteúdo diretamente, fora das instituições.

A teoria ator-rede é mais uma teoria aplicada à internet. Embora seja mais sobre novas tecnologias do que especificamente sobre mídia, ela teve uma grande influência nos estudos de mídia (por exemplo, CHADWICK, 2013; COULDRY, 2012). Essa teoria enfatiza a ação de indivíduos ou de não-humanos (no último caso, existe um tipo de determinismo tecnológico que a própria teoria rejeita). No entanto, a “agência” individual não pode responder por estruturas e o ambiente físico não humano não se envolve em atos volitivos. A teoria ator-rede também foi, como outras teorias da ciência, tecnologia e sociedade (STS), dominada pela ideia de que ciência e tecnologia são construídas ou moldadas por contextos sociais locais específicos, tornando impossível generalizar sobre o papel da mídia ou da tecnologia além dos contextos individuais de construção ou modelagem. Contudo, padrões gerais são essenciais para que a teoria guie a pesquisa, e estruturas são essenciais para descobrir assimetrias de poder.

Existem outras teorias da mídia, mas essas três vertentes atualmente dominam. Há também pesquisas em subcampos como comunicação política, na qual conceitos teóricos específicos, por exemplo, a “esfera pública”, são usados (que serão discutidos mais adiante). Também é importante acrescentar que muitas pesquisas empíricas sobre mídia ou comunicação operam abaixo do nível das teorias gerais mencionadas até agora, como teorias de “faixa intermediária”. Isso inclui definição de agenda, proteção, concepção, usos e gratificações e escolha racional ou ação coletiva. Todas essas teorias pressupõem que a pesquisa possa ser realizada sem uma teoria geral ou macro da mudança social – exceto, talvez, na medida em que implicitamente adotem a postura de que o principal objetivo da pesquisa deve ser neutralizar o controle excessivo ou o viés de alguns grupos em detrimento de outros. Ao fazê-lo, eles presumem – mais uma vez, implicitamente – uma visão pluralista ou uma teoria de ideologias que competem no mercado de ideias (NEUMAN, 2016).

A noção de que ideias ou ideologias competem na mídia é importante, como veremos. No entanto, com poucas exceções (alguns exemplos importantes serão discutidos), este programa de pesquisa se concentra na mídia individual, tornando impossível entender, por exemplo, como a definição de agenda funciona nas novas mídias digitais e nas mídias digitais tradicionais. Além disso, esse tipo de pesquisa geralmente se concentra na mídia em nível nacional e em domínios e períodos específicos. Contudo, pode haver lições importantes nas comparações (ESSER e PFETSCH, 2004), nas trajetórias de longo prazo e, novamente, na análise da variedade de mídias. E será argumentado que é necessário identificar restrições estruturais à competição de ideias ou ideologias, em vez de um mercado aberto – pelo menos na esfera política. Finalmente, sim, a pesquisa deve combater as assimetrias de poder ou controle, mas para isso também é necessário começar de cima para baixo: onde essas assimetrias se originam – no nível global, no nível nacional ou em algum outro lugar?

A alternativa apresentada aqui se baseia em três pontos de partida: primeiro, as diferenças nacionais são importantes para as implicações da mídia digital, assim como para a mídia tradicional. Isso implica que a teoria dos “sistemas de mídia” (HALLIN e MANCINI, 2004) é um ponto de partida essencial, embora também existam padrões de globalização que abrangem sistemas de mídia com limites nacionais. Em segundo lugar, enquanto as novas mídias digitais adicionam e complementam as mídias tradicionais, as novas e antigas mídias devem ser englobadas em uma única estrutura que permita entender como, por exemplo, a agenda política é moldada por ambas. Como veremos, é útil postular um espaço de atenção limitado ou uma agenda dominante em diferentes tipos de mídia. Terceiro, esse espaço limitado de atenção – bem como os limites da conexão dos indivíduos entre si e com a informação – opera de maneira diferente em relação à comunicação política, cultura popular e mercados on-line. Para a política, a agenda que domina o espaço limitado de atenção tem consequências. Para a cultura, desde que haja diversidade e confiabilidade em certos tipos de informações, também há espaço para adotar a abordagem de que “tudo vale” – que a descrição de diferentes modos de vida pode ser suficiente para as ciências sociais. E os mercados on-line são abertos, mas a segmentação de consumidores baseada em dados, entre outras forças, também molda a crescente diversidade (ou não) de entretenimento e outros conteúdos.

Além desses três pontos, outro mais geral é que a validade das teorias da mídia baseia-se em evidências de como as novas tecnologias são integradas à vida cotidiana. A abordagem ascendente de análise do papel da mídia é a força da teoria da domesticação (HADDON, 2004; 2011; SILVERSTONE e HIRSCH, 1992). As mídias digitais devem ser avaliadas pela forma como são usadas e com que efeito, em termos de mudança social, o que supera as divisões disciplinares mencionadas anteriormente. No entanto, compreender a vida cotidiana não deve excluir a macrodinâmica e, particularmente, a política e as mudanças e discontinuidades mais amplas e acumuladas a longo prazo. Essas macromudanças também incluem divergências e convergências entre sociedades. As assimetrias de poder ou controle podem ser desenterradas, por meio de comparações, tanto nos níveis da vida cotidiana quanto na forma como elas se encaixam nas macromudanças e no contraste com o que mudou entre as tradicionais e novas mídias digitais. Isso será mostrado aqui a partir de quatro países – Suécia, Estados Unidos, Índia e China – para (novamente) fundamentar o argumento em evidências específicas. Como ficará evidente, no entanto, o argumento pode ser aplicado além desses quatro.

Por fim, a pergunta que este capítulo procura responder é a seguinte: em que ponto uma teoria contemporânea da sociedade deve levar em conta o papel que a Internet desempenha na mudança social? A resposta pode ser rapidamente encontrada: na política, novas forças, aqui exemplificadas principalmente por populistas e nacionalistas de direita, mas também por novos grupos minoritários, ganham poder por contornarem os guardiões tradicionais⁴. No entanto, eles também lutam contra a mídia estabelecida e elites ou ideologias rivais para dominar o espaço público. Segundo, a mídia digital nos aproxima uns dos outros e das informações. No campo da cultura, um modo de vida mais mediado cria novas divisões digitais, e são particularmente importantes, nas quais as informações confiáveis, a diversidade cultural e o isolamento social estão em jogo. Terceiro, o *big data*⁵ está na vanguarda de uma nova frente de pesquisa baseada principalmente em mídia digital. Além de gerar novos conhecimentos acadêmicos, uma das principais consequências é que as empresas de mídia do setor privado e, em certa medida, campanhas políticas e políticas públicas possuem ferramentas mais poderosas para atingir e manipular o público. Porém, a análise do *big data* refere-se principalmente aos consumidores, portanto, as implicações estão sobretudo no campo econômico.

Desse modo, essas três mudanças – na política, na cultura e na vida cotidiana e na economia da mídia – seguem sua própria lógica e se interconectam apenas parcialmente. Mas cada um implica uma mudança significativa associada à Internet. Um ponto comum entre os três é que eles fazem parte de um processo maior, pelo qual a tecnologia penetra mais profundamente na vida social. No entanto, em contraste com outras teorias que falam de revoluções causadas pela Internet e similares, esse aumento da midiaticização deve ser colocado em seu lugar: a Internet não é responsável por uma mudança generalizada na sociedade, como afirma Castells e outros. Existem outras transformações mais profundas e de longo prazo que confrontam a sociedade e afetam os sistemas político, econômico e cultural. Isso inclui limites para a expansão dos direitos de cidadania, mudança climática e financeirização, e eles têm pouco ou nada a ver com a Internet⁶. A internet trouxe mudanças mais específicas na política, cultura e mercados que estão, na melhor das hipóteses, indiretamente conectadas a essas transformações. Ainda assim, a teoria social deve levar em consideração mudanças específicas relacionadas à Internet, pois juntas elas representam maneiras novas e duradouras pelas quais nos tornamos sujeitos a mensagens políticas mais direcionadas e maneiras de se envolver com elas (política), mais amarrados uns aos outros e à informação (cultura) e a mais consumo on-line (economia). Em resumo, a internet nos enjaudou e nos forneceu um exoesqueleto mais poderoso, uma compreensão principalmente weberiana da tecnologia que é mais aprofundada. Essas são formas profundas pelas quais a tecnologia digital moldou nossa vida – mais específica, embora comparável às mudanças mais amplas que acabamos de mencionar. Esta breve dica sobre alguns dos principais argumentos e a conclusão geral agora pode ser expandida em mais detalhes.

⁴ O termo guardião utilizado aqui é uma tradução aproximada da expressão original *gatekeeper*, que em tradução livre pode ser definido como “guarda do portão” e que nos estudos de comunicação refere-se ao agente selecionador (editor ou curador) das informações que serão publicadas (MARTINO, 2015). Essa figura estabelece que acontecimentos se tornarão notícia e quais serão excluídos de divulgação midiática. (N.T.)

⁵ É a área do conhecimento que estuda como tratar, analisar e obter informações a partir de conjuntos de dados multivariados e de elevada dimensão para serem analisados por sistemas tradicionais. Geralmente são criados em tempo real e apresentam um crescimento exponencial (na escala temporal).

⁶ Ver Schroeder (2013) e Mann (2013).

Resumo do argumento

Como já mencionado, atualmente existe uma lacuna nas teorias sobre o papel da internet, e não sou o primeiro ou o único a apontar isso (veja, por exemplo, NEUMAN, 2016). As tecnologias digitais – como já mencionado – não se enquadram nas teorias da mídia de massa (ou broadcast) ou interpessoal. No entanto, em vez de explicar o papel da Internet ou da mídia na sociedade como tal, é necessário separar seu papel em três partes diferentes da sociedade – ou, se o leitor preferir, tipos de poder (MANN, 2013) ou ordens sociais (SCHROEDER, 2013). No final, é claro, a relação entre eles também deve ser explicada. Mas, para entender o papel da internet (e das mudanças sociais em geral), é o caso de compreender que diferentes partes da sociedade funcionam de maneira diferente: política, em que legitimidade e entradas são limitadas e oficiais; mercados, nos quais vendedores e compradores estão conectados por meio de trocas difusas e extensas; e cultura, com seus mundos plurais de símbolos e fontes de informação (mas também com uma parte unificada ou coesa – a ciência). Essas diferenças são uma parte do argumento; outra é que a tecnologia molda a sociedade – ou o determinismo tecnológico. Essa teoria implica que os efeitos das novas tecnologias devem ser os mesmos nas sociedades. Argumento que esse é, de fato, o caso; a internet amplia o alcance e intensifica a penetração da mídia na sociedade, mas, ao fazê-lo, molda essas ordens ou poderes e é moldada por elas. Pode-se acrescentar que a distinção entre essas ordens ou poderes não é apenas analítica, mas também se aplica à forma como a mídia, incluindo a Internet, trabalha na prática.

O capítulo em questão aborda processos globais. Isso ocorre, em parte, porque a evidência é mais poderosa no nível de diferentes países e, porque os sistemas de mídia são diferentes. Ele examina quatro países: Estados Unidos, Suécia, Índia e China. A escolha desses quatro casos se deve a sua utilidade do ponto de vista do método comparativo: os dois primeiros estão em extremos opostos no espectro das democracias avançadas, os dois últimos fornecem modelos alternativos de países em desenvolvimento. Os casos também representam uma gama muito ampla, pois possuem sistemas políticos bastante diferentes (democracia liberal, social-democracia, democracia controlada pela elite e autoritarismo). Ainda assim, entre os quatro, a internet e a mídia estão se tornando mais orientadas para o mercado, embora, novamente, a internet permaneça moldada por diferentes tipos de sistemas de mídia (HALLIN e MANCINI, 2004; 2012). Essa configuração é importante, sobretudo, em vista do papel da mídia na política e, principalmente, de sua autonomia – ou a falta dela. A internet amplia a mediação da política, de cima para baixo, de tal forma que as elites políticas possam atingir e responder mais diretamente a seus públicos, e de baixo para cima, de modo que pessoas ou cidadãos (ou sociedade civil) possam se envolver de diferentes maneiras com a política. Acima e abaixo, também há possibilidades de burlar os guardiões tradicionais, como nos tweets de Donald Trump nos Estados Unidos e também com os populistas dos outros três países. Mas a internet – e especialmente as mídias sociais – também desempenha um papel maior na Índia e na China (como poderíamos esperar das potências em ascensão) porque, nesses dois países, a mídia tradicional está mais inclinada a manter o poder das elites poderosas, enquanto a internet é mais recente e menos restrita. Da mesma forma, o impacto político da internet ou dos smartphones, também é maior nesses dois países porque a divisão urbano-rural está se dando mais rapidamente. Finalmente, o impacto é diferente na China e na Índia: há mais possibilidades de controle estatal, como também de resistência ao autoritarismo na China (YANG, 2014), enquanto na Índia há maior margem para o ativismo da sociedade civil, mas também maior manipulação pelas elites.

Assim, o argumento estende a teoria da midiaticização (COULDRY, 2012, baseada em MEYROWITZ, 1985), segundo a qual a vida social é cada vez mais mediada, e esse processo é intensificado pela Internet nos quatro países. Uma mediação política mais extensa é moldada pelos sistemas de mídia, mas a midiaticização também se aplica aos mercados e à cultura: serviços de entretenimento e fontes de informação mais diversas são impulsionados pela concorrência da mídia e pelas demandas dos consumidores (ou da audiência). Maior mediaticização de mercados e cultura implica convergência, mas isso não implica uma homogeneização das sociedades: em termos de conteúdo, a mídia digital geralmente pode operar em uma escala quase global ('global' sempre, para nossos quatro casos, com distinções para a China), mas não há nenhuma perda de diversidade de soma zero se o conteúdo fluir através das fronteiras. Em vez disso, as sociedades se tornam mais homogêneas, à medida que a mídia se torna mais diversa. A crescente midiaticização, por meio da Internet, também permite direcionamentos e alcances mais poderosos para a sociedade, como nas análises que podem adaptar o conteúdo a públicos específicos. Mas essa crescente midiaticização é limitada pelos limites da atenção, com a mídia experimentando cada vez mais concorrência à medida que o mundo on-line se expande nos mercados consumidores, na cultura e na vida cotidiana.

A cultura é moldada pela internet, principalmente, em termos do micronível das rotinas diárias. Nesse contexto, a internet (e especialmente as mídias sociais) promove relações mais densas e frequentes de conexão – ou melhor, de envolvimento, de acordo com a ideia de aprisionamento / exoesqueleto já mencionada – para pessoas e informações. As mudanças mais amplamente experimentadas decorrentes da Internet, pelo menos da perspectiva da vida cotidiana das pessoas, são que ela fornece um envolvimento mais mediado com outras pessoas e com informações. Essas mudanças, no entanto, não têm repercussões dramáticas no nível macro; são mudanças no modo de vida das pessoas, em seus rituais e rotinas. Há exceções à ausência de repercussões significativas: existe um subconjunto de material on-line que fornece informações cada vez menos confiáveis e é importante para fins práticos do dia a dia. O principal acesso a essas informações se dá por meio de mecanismos de busca, na qual a Web é a principal fonte. Essa nova infraestrutura digital amplia e desloca as fontes tradicionais de mídia e da informação, e é vital fornecer acesso aprimorado a essa infraestrutura e garantir sua confiabilidade, além de impedir distorções em relação à fontes limitadas (ou diversas) para que uma sociedade funcione bem. Argumentos semelhantes se aplicam àqueles onde o acesso on-line a outras pessoas é uma tábua de salvação importante.

Do ponto de vista das mudanças sociais de longo prazo, as consequências mais importantes da internet se dão no âmbito da política. A internet empurra a mídia para uma maior diferenciação, aprisionando as pessoas em relações mediadas a partir de cima, incluindo mais direcionamento e maior capacidade de resposta das elites, e de baixo, permitindo mais contribuições e envolvimento. Mais uma vez, o aumento da mediação enfrenta a restrição dos limites de atenção, como acontece com os guardiões ao estabelecerem suas agendas. Os populistas, como veremos, contornam os guardiões da mídia tradicional ou convencional, permitindo que líderes e partidos transmitam suas mensagens on-line e incentivando que seus apoiadores acessem e compartilhem essas mensagens, mas de maneiras bastante diferentes e nacionalmente específicas. O *big data* também intensifica esse aprisionamento, mas, como antes, esse é um processo geral e depende da configuração: na Índia e na China, os smartphones estão se tornando a maneira dominante de acessar a Internet, o que significa que diferentes serviços são habilitados pelas abordagens do *big data*. Ou ainda, os smartphones aprisionam cada vez mais as pessoas às informações e entre si, mas a tecnologia é importante e, no caso dos smartphones, também pode limitar o

envolvimento em comparação com o acesso via computadores (NAPOLI e OBAR, 2015). Para os mercados on-line, nos quais a segmentação de populações depende das atividades cada vez mais conectadas via internet das pessoas, também há uma competição por atenção, mas sem um limite de soma zero.

Os argumentos apresentados aqui partem das principais teorias alternativas da mídia e da internet: a esfera pública não está se tornando mais mercantilizada, mas também não se trata de um espaço de consenso ou acordo racional (HABERMAS, 1982); de fato, para evitar essa visão normativa, vou me referir a uma arena pública, contestada porque existem opositores que desafiam o *status quo* (FRASER, 1990) – novamente, em um espaço limitado de atenção. Nem o aumento da produção de conteúdo on-line leva a um maior liberalismo político ou pluralismo (BENKLER, 2006), como veremos; e a internet não gera mais resistência em uma sociedade em rede cada vez mais globalizada e que está se tornando sem fronteiras (CASTELLS, 2009). No entanto, a internet causa mudanças estruturais para além daquelas sugeridas pelos estudos empíricos de casos individuais, como ocorre com grande parte das ciências sociais americanas, que se restringem a teorias de médio alcance, como oportunidades de ação coletiva ou a manutenção de guardiões e o estabelecimento de agendas em determinadas mídias. Ao contrário da teoria social “crítica” europeia, no entanto, que assume a posição de que a teoria vem antes ou supera a evidência, o argumento aqui é que as teorias devem estar abertas à evidência. E a teoria é necessária. A pesquisa que afirma prescindir da teoria depende inevitavelmente de uma teoria implícita da sociedade; melhor colocá-la em primeiro plano do que ser guiado subliminarmente e talvez enganado por ela.

Até agora, apresentei um esboço do argumento e, ao mesmo tempo, mencionei vários argumentos teóricos que serão utilizados ao longo do livro. Será útil elaborar quatro questões principais mais detalhadas para especificar de onde me afasto das teorias existentes. São eles: como a mídia é autônoma, mas também um subsistema; como o papel da mídia é separado nas três ordens ou poderes sociais; como existe um espaço limitado de atenção para a mídia; e determinismo ou modelagem tecnológica.

A autonomia do (sub)sistema de mídia

Foi esclarecido que há uma crescente midiaticização, contudo há uma menção (e uma breve elaboração) sobre como a mídia opera de maneira diferente em três ordens sociais ou esferas de poder. Isso leva à questão: a mídia é outra ordem ou poder social separado? Sendo assim, argumento que a mídia é autônoma – que existe uma autonomia do sistema midiático –, mas atua apenas como um subsistema. Isso pode parecer um ponto altamente teórico, mas muita coisa depende disso, então vale a pena explicar. Podemos começar contrastando-o com outras teorias. A falta de autonomia do sistema de mídia é particularmente evidente na teoria marxista (MCCHESENEY, 2013), na qual os meios de comunicação são a cola que mantém o capitalismo intacto e o controle capitalista da mídia determina seu conteúdo político ou como a mídia molda a política. Essa ideia é enganosa, como sugerem algumas das evidências *prima facie* que já foram mencionadas nos quatro casos a serem considerados: a Suécia e, de uma maneira diferente, a Índia têm serviços de mídia públicos e, na China, o Estado, e não o mercado, controla mais fortemente a mídia. Na China, os jornalistas também, embora não sem tensões, absorveram o etos da imparcialidade jornalística americana (ZHU, 2012), que é fundamental para a mídia autônoma, e nos Estados Unidos esse etos e a função de vigilância da mídia, como em outros lugares, desempenham um papel importante

(SCHUDSON, 2011). Ainda assim, a alternativa à visão marxista deve estar teoricamente fundamentada.

Uma razão pela qual a mídia é autônoma, como argumentam Hallin e Mancini (2004), é que ela possui instituições - como a profissão jornalística - com suas próprias normas de imparcialidade e objetividade, promovidas, por exemplo, por instituições de educação e associações profissionais. Porém, mais do que essas normas particulares, a autonomia também é ‘vertical’, das elites políticas acima e das pessoas abaixo, incluindo como elas são representadas no sistema político e dos sistemas econômico e cultural ‘horizontalmente’, por exemplo, sendo independentes por meio de regulamentação sobre a propriedade da mídia (ou, no caso de serviço público, regulamentação sobre as funções da mídia). Isso será detalhado mais adiante, mas existem diferentes tipos de autonomia dos sistemas de mídia em diferentes regiões do mundo, mesmo que as forças de mercado tenham se aprofundado em toda parte nas últimas décadas e enfraquecido essa autonomia. As comparações, como veremos, podem ajudar a definir como o papel da mídia varia entre as sociedades, por exemplo, como as instituições de mídia têm mais ou menos independência no contexto de diferentes sistemas políticos e econômicos. Muitos relatos da mídia não tratam dessa natureza sistêmica da mídia ou ignoram ou tomam como dada sua autonomia. Na ciência social americana, em particular, existem teorias de médio alcance (definição de agenda, guardiões, usos e gratificações, enquadramento), mas elas não explicam a macrodinâmica (ou mudanças estruturais maiores) da mídia e a variação na autonomia entre sistemas diferentes ou a força variável da mídia ao longo do tempo em um sistema ou país.

Para complicar ainda mais as coisas, e contra a ideia de autonomia, também existem, como veremos, exemplos de algumas mídias que perdem autonomia, como quando ignoram os mecanismos de controle das mídias tradicionais. Isso significa que a mídia tradicional perde parcialmente a autonomia, por exemplo, quando a sua capacidade de inserir os interesses da sociedade civil ou das elites de maneira imparcial diminui às custas do maior poder de definição de agenda daqueles que usam a mídia digital. Outro exemplo é se a análise de dados para o público on-line leva os jornalistas a serem liderados pelo que o público quer, em vez de representar os interesses da sociedade para além desses públicos. Perder autonomia implica, assim, a desdiferenciação – embora o processo possa ser ainda mais complexo, como quando há diferenciação adicional: a mídia digital também pode atuar como vigilante nas novas mídias que ignoram os guardiões tradicionais; novos cães de guarda desempenham um papel como um ‘quinto estado’ (DUTTON, 2009; GRAVES, 2016).

Portanto, o sistema de mídia é autônomo no sentido de ter suas próprias instituições e agir como um cão de guarda na política, tentando funcionar como uma correia de transmissão entre elites governantes e pessoas ou a sociedade civil, e um espelho de preocupações sociais⁷. No entanto, é apenas um subsistema porque, exceto na medida em que se traduz em mudanças políticas – ou culturais ou econômicas – (em outras palavras, na medida em que faz mudanças políticas, culturais e econômicas nesses três sistemas), não faz nada por si só, exceto crescer e se tornar mais diferenciado. Em outras palavras, o subsistema conecta o sistema político e o povo (ou a sociedade civil) à elite política, mas não conecta elites políticas ou pessoas ao desenvolvimento social como um todo: o sistema político faz isso. Da mesma forma, como veremos, as informações vinculam as pessoas ao ambiente social; assim, a mídia é um tipo de subsistema (não político) que conecta as pessoas às suas

⁷ “Pessoas” e “sociedade civil” serão usadas de forma intercambiável.

tarefas sociais ou culturais cotidianas. Contudo, a relação das pessoas por meio da informação é com seu ambiente social imediato e, novamente, essa mediação não está relacionada ao desenvolvimento social como tal. É semelhante à forma como os comerciantes se relacionam com os consumidores. Em suma, o desenvolvimento social é impulsionado pelos três principais sistemas, não pela mídia em si.

Essa natureza subsistêmica da mídia e sua autonomia podem ser consideradas em conjunto, através da noção de diferenciação: como a mídia pode ser autônoma e “apenas” um subsistema? A mídia tornou-se diferenciada, tornando-se um subsistema autônomo. Contudo, algumas vezes as novas mídias podem burlar o subsistema existente da mídia tradicional e fomentar mudanças impulsionadas pela conexão de elites e pessoas de novas maneiras. No entanto, isso apenas “(re)insere” a autonomia da mídia (mesmo que retire a autonomia da mídia tradicional) em promover a mudança de uma nova maneira; isso não altera a natureza da mídia como um subsistema.

Isso deixa uma pergunta: o subsistema de mídia se traduz entre pessoas e elites na política e entre produtores ou serviços de mercado e consumidores ou audiências na economia. E a mídia na esfera da cultura? Mas a tecnociência faz parte da cultura e, portanto, também é um subsistema envolvendo conteúdo (não comercial e não político) cultural (como informações) e usuários comuns da informação. Essa questão pode ser resolvida quando reconhecemos que a tecnociência produz e desenvolve as ferramentas ou tecnologias de mediação como parte do avanço tecnocientífico e, portanto, afeta os subsistemas de mídia política e econômica, conforme discutido anteriormente. No entanto, quando essas ferramentas de mediação são introduzidas na ordem cultural, elas também adicionam complexidade (ou diferenciam e desdiferenciam) à mídiatização, traduzindo conteúdo cultural de todos os tipos, incluindo partes científicas e não científicas da cultura (estas incluem informações práticas e outras trocas simbólicas não comerciais e não políticas, como as artes). Logo, existe um efeito geral da nova tecnologia no subsistema de mídia em todas as três ordens ou poderes, e uma específica que empurra a nova tecnologia para as outras duas ordens, mas também para a própria esfera cultural, acrescentando conteúdo cultural (incluindo a comunicação científica) mediado, o que inclui o crescente lugar do conhecimento científico na sociedade e o crescente uso diário da tecnologia da mídia na vida cultural cotidiana, como parte de um desenvolvimento cultural geral.

Esta seção (e especialmente o parágrafo anterior) apresentou um argumento complexo; novamente, é crucial para o que segue e também para o objetivo geral deste capítulo oferecer uma teoria abrangente do papel da internet (incluindo a mídia tradicional) na sociedade que também supere a especialização disciplinar. Felizmente, a complexidade pode ser reduzida por meio da figura 1.1, que também serve como uma ponte para as próximas seções. O que a figura 1.1 ilustra é como a mídia, embora autônoma, é apenas um subsistema: a mídia tem uma linha tracejada ao redor dela (indicando um “subsistema” em vez de um “sistema” com linhas sólidas), mas também está expandindo com a mídiatização, e as mudanças ocorrem “através” dela. A Figura 1.1 também mostra como o papel da tecnologia de mídia faz parte da cultura, mas também – como tecnociência – promove mudanças na cultura e nas outras duas esferas, por meio de setas pontilhadas: a tecnologia (ou tecnociência) é uma força separada.

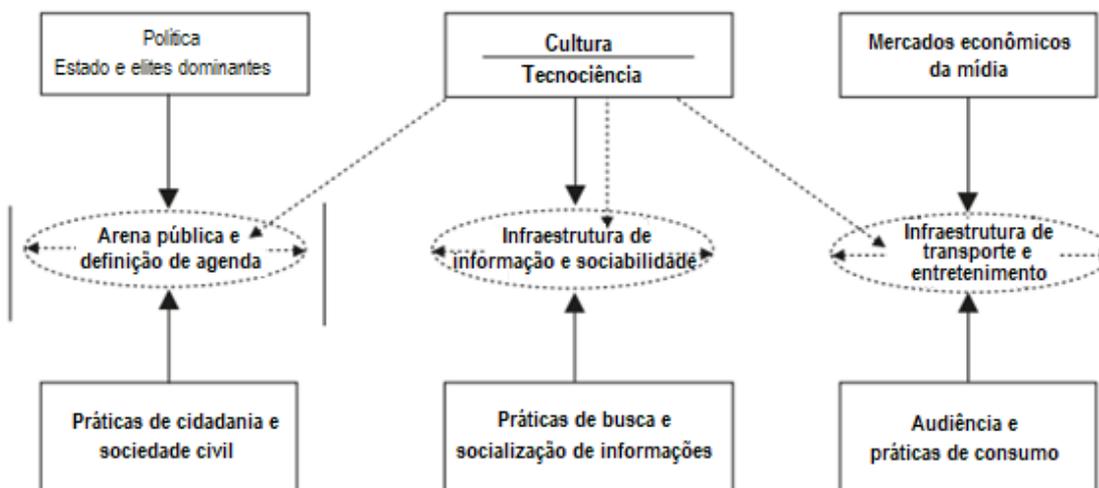


Figura 1 - Três esferas ou poderes (política, cultura, economia) e a crescente mediação entre instituições dominantes e práticas cotidianas das pessoas (setas tracejadas).

Além disso, mostra como a mídia opera de maneira diferente nas três esferas: na política, as setas que se expandem se deparam com o espaço de atenção limitada de soma zero do estabelecimento de agendas. O que a Figura 1 ilustra é como o subsistema de mídia conecta política, cultura e economia a mudanças na vida das pessoas. Isso leva a um ponto final, que é o que eu rotulei na linha inferior da Figura 1 como ‘práticas’, mas eu poderia igualmente ter falado do papel social das pessoas como cidadãos ou membros da sociedade civil, ou como socializadores e buscadores de informações, ou como consumidores e públicos-alvo: nada no argumento depende da diferença entre duas maneiras de rotular a linha inferior.

O papel da mídia na política, cultura e economia: separados e diferentes

Um argumento importante é que as implicações políticas, culturais e econômicas da mídia são separadas: para a política, existem macromudanças, mudanças na maneira como o sistema de mídia se traduz entre elites políticas e sociedade civil. Para a cultura, a principal mudança é no nível micro, mudanças incorporadas às rotinas diárias ou nos modos de vida e, na maioria das vezes, sem macrorrepercussões. Na economia, uma grande mudança é como os mercados adaptam o conteúdo da mídia aos consumidores e como os consumidores, por sua vez, precisam gerenciar seu consumo da mídia. A teoria proposta aqui divide a mídia – incluindo a mídia digital – em três domínios: política (definida amplamente, como questões relacionadas ao estado); cultura, que inclui socialização e busca de informações (ou a esfera cotidiana da sociabilidade e tarefas práticas); e consumo, incluindo entretenimento, com esse terceiro domínio novamente tratado do ponto de vista do público e dos mercados on-line (a economia da produção, e também do trabalho, será tratada apenas

de passagem, ou na medida em que se relacionarem com o foco principal aqui; uma teoria e um capítulo podem cobrir apenas até certo ponto)⁸.

Uma simples e negligenciada diferença pode ser ilustrada em referência aos dois primeiros setores. Isso significa que a comunicação política é de soma zero e a cultura não é (ou pelo menos não da mesma maneira). Para a mídia que aborda a política, os guardiões determinam em que público ou cidadão se concentram, e a agenda é definida pelas elites dominantes e pela contribuição do público, mediada pelas elites da mídia. A cultura mediada, por sua vez, possui uma competição por atenção e há guardiões moldando o conteúdo produzido e recebido. No entanto, isso não é um jogo de soma zero, no sentido de que os buscadores de informações, por exemplo, acessam diferentes tipos de conteúdo, às vezes se sobrepondo, sem a ramificação adicional necessária para que esse conteúdo defina a agenda da mudança social (como ocorre na política). Além disso, eles podem gastar mais tempo com mais fontes de informação, adicionando novas fontes digitais, enquanto no campo político não há sinais de uma expansão geral da atenção. Gans (1999) argumentou que a cultura popular é plural e, onde não é, deveria ser mais, para que a diversidade e a abertura sem soma zero tenham mais importância. É claro que podem haver sobreposições entre política e cultura, como quando a cultura é politizada para incluir ou excluir certos grupos. Mas isso é uma questão de abertura e diversidade dentro de um espaço de soma zero enquanto questão política, e não cultural.

Em outras palavras, a cultura pode ser distorcida em relação a certos grupos, mas com relação à vida cotidiana ou à cultura (ou também a mercados e consumidores ou audiências), ela também é difusa e sem limites, enquanto a comunicação política é autoritária e amplamente limitada. Além disso, notícias e participação política estão vinculadas ao Estado-nação. Para a socialização, a questão do domínio dentro de um território limitado não surge: rotinas e rituais cotidianos estão no nível micro da interação. Existem macropadrões de mudanças na vida cotidiana mais amplos, como o fortalecimento de rituais de sociabilidade cotidiana. Mas seu significado para o desenvolvimento social é uma questão de analisar diferentes modos de vida, que estão, em parte, convergindo globalmente com o aumento da mediação. As implicações para o papel da mídia na política, por outro lado, é que esse (sub)sistema tem um espaço limitado de atenção cuja mediação entre o estado e as pessoas é de soma zero (exceto nas margens, em razão das novas tecnologias). O papel da mídia na cultura, por outro lado, é mais aberto, mesmo que haja tentativas políticas para controlá-la. E o mesmo tipo de abertura se aplica aos mercados on-line e ao público consumidor.

Um espaço de atenção limitado

O argumento apresentado aqui é de que há um espaço limitado de atenção dominado por alguns atores (a “lei dos pequenos números”) em todas as mídias, on-line e offline. Diferentemente das teorias da faixa intermediária (definição de agenda e manutenção de editores), essa ideia fornece uma teoria do papel da mídia, pois pode explicar as suas variedades, sejam elas antigas ou novas. Também postula (como já discutido) um tipo

⁸ Uma maneira diferente de apontar para esse desequilíbrio é que dois capítulos do livro são dedicados à política e dois capítulos à cultura – enquanto apenas duas seções são dedicadas à economia da mídia digital, e mesmo aqui a ênfase está no público e nos consumidores, e não na produção. Mas esse desequilíbrio também é um tanto artificial, já que as empresas de mídia digital criaram as infraestruturas de informação que apoiam novas práticas culturais e novas formas de disseminar notícias e alcançar os cidadãos.

diferente de espaço de atenção limitado para a política mediada e para as ordens culturais e econômicas mediadas. O objetivo em todos os casos é examinar todas as mídias, antigas e novas, juntas, distinguindo seus efeitos, mas também identificando a interação entre elas – sem fugir da questão da força da combinação de mídias no (sub)sistema como um todo.

A ideia de um espaço de atenção limitado na política é semelhante à ideia de Gans sobre um “novo buraco nacional” (GANS, 2004, p. 319) ou ao argumento de Carey de que “a realidade é [...] um recurso escasso” (CAREY, 1989, p. 87), embora essas ideias nunca tenham sido desenvolvidas como parte de uma teoria sistemática da mídia ou da teoria social. Pode ser comparada à definição de agenda e à manutenção de guardiões – desde que a agenda da mídia que passa pelo filtro do editor, como um todo, se traduza em mudanças no desenvolvimento social. A gestão de guardiões e a definição de agendas fizeram parte de diferentes paradigmas de pesquisa, embora se sobreponham: o “guardião” restringe a agenda, e a agenda é o conteúdo que ultrapassa o guardião, ao qual pode ser adicionada a teoria da mídia pela qual a mídia “enquadra” agendas diferentes. Mas, novamente, há um quadro dominante – pelo menos no sistema político. O quadro dominante consiste nas ideologias políticas predominantes, incluindo os contrapúblicos que a desafiam, e como elas moldam a política, hoje em dia quase inteiramente mediada⁹. O que as duas teorias deixam de fora é a estrutura geral dos limites, da agenda ou do enquadramento – ou, se esses mecanismos mudaram ao longo do tempo, também em termos da estrutura de como os novos *inputs* moldam a política; por exemplo, por meio de novas mídias ou com novas forças, como o populismo, e como elas são traduzidas (ou não) – fornecendo, portanto, um ímpeto que direciona o Estado – e, finalmente, o desenvolvimento social. Em outras palavras, existem agendas da mídia que predominam, impulsionadas por elites ou pessoas, ao menos na política. A ideia de compartimento capta isso, pois permite que se restrinja o papel dos editores e, assim, sejam formadas novas ideologias.

Ao contrário da cultura ou dos mercados mediados, a comunicação política é de soma zero. Em outras palavras, existe um sentido em que o espaço limitado de atenção da mídia é importante apenas no âmbito político. A ideia de espaço de atenção limitado em relação à mídia também foi apresentada por Neuman (2016), com base em Collins (1999), e será útil contrastar as ideias de Neuman com as apresentadas aqui. Neuman argumenta que, enquanto houver um mercado de ideias que funcione bem (ou competição por atenção), a comunicação política funcionará da melhor maneira possível. Essa é uma visão norte-americana, que se baseia nos perigos que os estudiosos americanos de comunicação e ciência política possuem, como o fato deste mercado ser distorcido por zonas de polarização, eco, distorção provocada pela participação política desigual, pelo declínio do interesse na política ou pelas pressões dos proprietários dos meios de comunicação. Essas preocupações podem ser importantes, mas ignoram o fato de que o sistema de mídia norte-americano é único: primeiro, porque a sociedade americana é uma, mas fragmentada ou dominada por muitos interesses sem um Estado forte, e seu sistema de mídia reflete essa fragmentação¹⁰. A segunda é que, em comparação com outros sistemas de mídia, o Estados Unidos é mais orientado para o

⁹ “Ideologia” será usada no sentido de sistemas de crenças políticas, sem a implicação de que a mesma seja falsa. Há muito conhecimento acumulado pela ciência social em torno do termo (ABERCROMBIE et al., 1980), mas aqui não há implicações de que ideologias dominantes ou predominantes mantenham o sistema político ou social unido, embora a alegação seja de que existem crenças ou ideologias predominantes distribuídas por todos os meios de comunicação, dominando e legitimando regras ou desafiando-as – através de contra-públicos – dentro de um território.

¹⁰ Muitas análises apontam para isso – por exemplo, Hall e Lindholm (2001) e Schroeder (2013).

mercado. Isso tem implicações em um espaço de atenção limitado, que é mais competitivo comercialmente nos Estados Unidos, ao contrário dos sistemas de mídia nos quais, por exemplo, a transmissão pública desempenha um papel importante. No entanto, em termos de ideologias políticas, por exemplo, um sistema multipartidário também possui efetivamente um “mercado” de ideologias de vários partidos. De qualquer forma, um espaço limitado de atenção aqui significará que não existe um mercado aberto (soma zero), pelo menos para a política: em vez disso, existe uma concorrência pelas ideologias para dominar a mídia. Isso explica como você alterna entre descobrir os principais efeitos da mídia sobre o que as pessoas pensam – por exemplo, na era da propaganda após os regimes totalitários de meados do século XX – em vez de mostrar efeitos mínimos ou inexistentes em uma América pluralista onde as ideias competem livremente na mídia e a mídia reflete uma competição saudável no mercado de ideias (mesmo que essa salubridade possa precisar de melhorias, que é a visão de Neuman). Esse estado de pesquisa em comunicação - e a pesquisa em comunicação e mídia é dominada pelos Estados Unidos – eu argumento, não é saudável: ele baseia nossas ideias de como a mídia trabalha para agonizar entre os acadêmicos americanos o que há de errado com a mídia norte-americana, por exemplo, o preconceito presente nesse mercado¹¹. A mesma natureza presente nos debates sobre a mídia nos Estados Unidos também é evidente fora da política, por exemplo, com as ideias de Turkle (2012) sobre a perda de união. Mas, novamente, a mídia americana é única entre os sistemas de mídia, e essa singularidade pode ser destacada por comparação.

A solução de Neuman é implorar pelo envolvimento com as tradições europeias de “estudos críticos”; mas essa ideia também é problemática, pois, como mencionado, as teorias europeias, inclusive as da mídia, geralmente rejeitam a objetividade ou deixam de se envolver com evidências e permanecem difusas, sem acumulação. A ideia de um espaço de atenção limitado, que não se baseia em um mercado aberto, mas coloca uma arena pública na qual as ideologias competem para dominar, pode lidar melhor com o fato de que a política é legitimada pela mídia. Isso torna possível adotar uma postura ‘crítica’ sem perder de vista a objetividade ou a evidência, mesmo com as limitações que a ciência social pode alcançar por meio do conhecimento ‘crítico’. Também na cultura mediada e nos mercados on-line, a atenção é limitada, mas não é zero: existe concorrência entre muitos tipos diferentes de conteúdo e, embora haja vencedores e perdedores, não há coerção.

Um exemplo de competição por atenção sem concorrência de soma zero nos mercados on-line será útil: a publicidade on-line mudou recentemente, com Google e Facebook ocupando uma grande fatia desse mercado (a exceção da China). Mas eles competem por uma parcela de atenção limitada, mas não de soma zero. Enquanto o Facebook obtém uma parcela crescente da receita de publicidade uma vez que cada vez mais usuários recebem informações através de seus feeds (com parte do conteúdo, como será discutido no capítulo 6, compartilhado com seus amigos do Facebook), o Google começou a ter um feed de notícias com base no histórico de pesquisas de seus usuários e na sua localização (portanto, com conteúdo mais individual). Essa competição é simplesmente o exemplo mais recente de concorrência por atenção limitada, que mudou para a mídia digital, onde a receita de publicidade está cada vez mais concentrada e onde as empresas de mídia são forçadas a tentativas cada vez mais acirradas de capturar a atenção dos usuários. No entanto, a competição é por um espaço de atenção limitado, mas não de soma zero: a mídia digital retira as receitas tradicionais de publicidade da mídia, mas os consumidores também podem

¹¹ Por exemplo, Neuman (2016), mas também Åsard e Bennett (1997) para uma comparação América-Suécia.

expandir (dentro dos limites) a atenção dedicada a ambos, no tempo e nos recursos dedicados a ambos.

Quem tem medo do determinismo tecnológico?

Tem havido muitos relatos de tirar o fôlego sobre como a Internet mudou a sociedade, principalmente, no uso de rótulos como a “sociedade de rede” ou a “sociedade da informação”. Aqui o argumento será mais modesto: por exemplo, a Internet mudou a política, ignorando os guardiões tradicionais e enfraquecendo a autonomia da mídia. Essa mudança é limitada pelo Estado-nação, com implicações semelhantes, mas também específicas, nos quatro países examinados aqui. Além desse efeito político, que assume diferentes formas, mas também tem semelhanças entre países ou sistemas de mídia, há um efeito global mais geral da nova tecnologia de mídia, na qual ela amarra as pessoas à informação e entre si. Trata-se de uma mudança em termos de cultura, e não de política, sem maiores implicações macrossociais, embora existam alguns aspectos da mudança cultural – como a informação precisa ser aberta, diversa e confiável, além de conectar aqueles que são isolados - com implicações mais amplas e importantes. E a mídia digital também vinculou mais os consumidores por meio da mídia aos mercados on-line, com o conteúdo direcionado a populações e consumidores (ou audiências) que precisam gerenciar um ambiente de muitas escolhas. Portanto, a teoria social precisa levar em consideração a Internet, para entender como as políticas, os modos de vida e os mercados mudaram. As novas mídias transformaram a sociedade, mas apenas dentro de certos limites, mesmo que algumas das mudanças também tenham sido globalizadas. Essa é uma imagem complicada, mas também uma imagem que identifica grandes mudanças e permanece baseada em evidências, evitando exageros.

Portanto, há mudanças globais infligidas pelos sistemas em diferentes países e pelas diferentes ordens ou potências, todos atribuíveis à nova tecnologia de mídia digital em oposição à tecnologia de mídia tradicional. Isso implica uma visão determinista da tecnologia, que é invocada principalmente nas ciências sociais apenas para ser descartada em seguida. Mas a terminologia no debate sobre “determinismo tecnológico versus modelagem social” também é enganosa: primeiro, deve ser sobre modelagem tecnológica versus modelagem social, uma vez que o debate é sobre quem molda o que. De fato, poderia ser chamado de modelagem tecnológica versus determinismo social. Isso imediatamente aponta para o fato de que o que não é apreciado é o “determinismo”, uma vez que implica forças inevitáveis. Mas as forças sociais moldam ou determinam. E moldar – ou determinar – implica não apenas restringir, mas também permitir que certos atores, sempre dentro de estruturas e, muitas vezes, mas nem sempre, surjam às custas de outros atores. Como veremos, essa habilitação inclui, por exemplo, populistas que ganham mais visibilidade ou agentes comerciais que usam análises para atingir públicos-alvo ou pessoas que se orientam com novas fontes de informação. Este livro defenderá uma perspectiva determinista da internet como tecnologia, mas não vou dedicar muito tempo a esse debate, já que argumentei nessa perspectiva em relação à ciência e tecnologia em geral em outros lugares (ver SCHROEDER, 2007; 2013). Em vez disso, esse capítulo se concentrará em como a Internet mudou a sociedade, embora voltemos a esses debates na conclusão.

Embora um relato completo da tecnologia (ou ciência e tecnologia – tecnociência) e mudança social esteja além do escopo deste recorte teórico, o argumento aqui é que a nova tecnologia de mídia molda a sociedade – ou melhor, molda as três ordens ou poderes sociais.

Vale a pena elaborar brevemente esse argumento. No meu relato de tecnologia e mudança social (SCHROEDER, 2007; 2013), desenvolvo o trabalho de Ian Hacking (1983), uma realista na filosofia da ciência, e a ideia de Randall Collins (1994) de como as tecnologias migram para fora do laboratório e para o mundo cotidiano e se tornam dispositivos de consumo. Essas concepções também se baseiam na ideia de racionalização de Weber, ou na tradução da tecnociência em mudança social, ‘desencantando o mundo’ e criando uma ‘gaiola de ferro’ (ou, dando-lhe não apenas o sentido de restrição, mas também o de possibilitar um ‘exoesqueleto’). Gellner argumentou que isso é muito pessimista; em uma sociedade de consumo, há uma “gaiola de borracha” de tecnologias fáceis de usar (GELLNER, 1987, p. 152-65). Esses elementos contribuem para uma descrição geral da tecnociência e das mudanças sociais. Aplicadas às mídias digitais, o que essas ideias sugerem é que as tecnologias digitais, comparadas às mídias tradicionais, nos vinculam mais uns aos outros e às informações; eles nos reúnem com mais força e nos envolvem cada vez mais a mensagens personalizadas; e permitem que novos atores políticos ignorem os editores – como uma jaula ou um exoesqueleto.

Tudo isso pode ser dito de maneira diferente: a tecnociência leva ao aumento do poder sobre – ou mais controle ou maior eficácia na dominação – o ambiente social; novamente, essas são as características do avanço ou racionalização tecnocientífica em todos os três reinos. Mais especificamente, líderes e partidos políticos e movimentos sociais têm um novo poder fora da mídia estabelecida, mas o mesmo ocorre com os públicos, que são representados cada vez mais distante da mídia estabelecida. As empresas podem direcionar as pessoas de maneira mais eficaz, mas os consumidores também estão mais próximos de mais informações e podem, por exemplo, desafiar serviços com publicidade negativa. E as pessoas têm relações mediadas mais fortes umas com as outras, embora também estejam mais ligadas ou vigiadas por outras pessoas.

Em todos esses casos, é fácil reconhecer o aprisionamento e o exoesqueleto mais poderoso, assim como o fato do enjaular e do exoesqueleto andarem de mãos dadas; os usos da tecnologia de mídia on-line permitem e restringem. Há uma atividade econômica nova e mais diversificada que muda a atividade de consumo no sentido de ser impulsionado para a atenção on-line. A vida cotidiana se ocupa mais com socialização on-line e a busca de informações. E há mais engajamento on-line entre a liderança populista e seus públicos ou apoiadores. É facilmente compreensível que esse relato de tecnociência e mudança social não é utópico nem distópico, como são muitos dos relatos da Internet ou da mídia e da mudança social. E também vale ressaltar que esse relato se concentra na tecnologia em uso, nunca na tecnologia em si. Além disso, a modelagem ou determinismo tecnológico não descarta e pode andar de mãos dadas com a modelagem social: argumento, por exemplo, que, nos quatro países abordados, as forças populistas contornam a mídia tradicional, por meio de novas tecnologias (determinismo), mas também o fazem de maneiras bem diferentes, dependendo dos sistemas políticos presentes em cada país (modelagem social).

A conclusão sobre o avanço tecnocientífico na forma de mediação pode, portanto, ser resumida da seguinte forma: Primeiro, é uma extensão de um processo de mediação política, mas que, combinado com novas forças políticas, levou a política a uma direção populista e aproveitou-se dela para atender as agendas das elites e das pessoas através da mídia on-line. Segundo, ele atraiu o conteúdo da mídia para mais próximo da atenção do público com base em seu comportamento on-line. Terceiro, reuniu as pessoas mais próximas de si e em busca de informação. Tudo isso depende de um processo subjacente que os

combine (além de um quarto, representado pelas setas para baixo na Figura 1 emanadas da “tecnociência”), como já mencionado anteriormente. É assim que a tecnociência expande a midiaticização em todos os três domínios, que também é uma mudança independente, na qual a tecnologia absorve cada vez mais a vida social construída nas mídias anteriores e as expande. A flecha da causalidade vai, portanto, de mais tecnologia para o desenvolvimento de mercados, política e cultura, mas não o contrário.

A mudança provocada pela tecnologia é conceitualmente difícil, porque dos três domínios, apenas um subsistema (mídia) é afetado, incluindo a cultura, com sua crescente mediação da vida cotidiana. Mas a parte da cultura que é ciência ou tecnociência também tecnologiza os outros dois domínios e, por conseguinte, impõe uma “cultura” mais mediaticizada (ou melhor, tecnocientífica) a eles. Portanto, o domínio da cultura é afetado subsistemicamente como parte da cultura, mas, como tecnociência, também afeta a política e os mercados. Todos os três domínios são, deste modo, mais mediados tecnologicamente, mas os subsistemas políticos e econômicos se tornaram mais ‘culturais’ por meio de seus subsistemas (na medida em que a midiaticização impõe uma cultura tecnocientífica), e o subsistema cultural também é mais mediado. O avanço tecnocientífico é, portanto, a causa final da mudança para uma maior midiaticização e, nesse sentido, focaremos em como isso acontece com os usos das novas tecnologias de mídia.

Vale a pena visualizar outro debate relacionado sobre o papel da ciência, que ressurgiu com o ‘big data’. Por meio dele se discute que o cientificismo (ou positivismo) e a visão ‘realista’ da ciência que a acompanha levantam uma nova questão-chave sobre como o *big data* contribui para o avanço científico (ou não). Procuro demonstrar que o *big data* realmente contribui para o avanço tecnocientífico (‘avanço’ deve ser considerado aqui de forma neutra, no sentido de ‘avançar’). No entanto, essa visão acompanha o determinismo tecnológico ou a modelagem, e uma visão que hoje em dia pode ser associada a uma postura de direita ou conservadora (não deixando espaço para ‘agência’ - embora a agência seja sempre modelada ou ocorra dentro das estruturas). No entanto, esse alinhamento é bastante recente: houve períodos em que uma ciência social científica estava ao lado da política progressista e, com grande volume de dados, o papel da ciência social certamente será, novamente, repensado nesse sentido. Aqui, assumirei a posição de que é necessário avançar no conhecimento científico social válido ou objetivo ou sem valor, independentemente de políticas, normas ou ideologias; essa é uma posição compartilhada por muitos teóricos sociais e também consistente com uma descrição realista e tecnológico-determinista da ciência¹².

Referências

ABERCROMBIE, N.; HILL, S.; TURNER, B. **The Dominant Ideology Thesis**. London: George Allen & Unwin, 1980.

BENKLER, Y. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom**. New Haven: Yale University Press, 2006.

¹² Para teóricos sociais que compartilham dessa visão, consulte Collins (1986), Gellner (1988), Mann (2013) e Schroeder (2013); para uma visão realista e determinista da tecnociência, consulte Schroeder (2007). O realismo científico ou uma visão anticonstrutivista da ciência também retornará à dominância atual do construtivismo quando questões de validade científica, por exemplo, relativas às mudanças climáticas, retornarem ao primeiro plano.

- CAREY, J. **Communication as Culture**. London: Routledge, 1989.
- CASTELLS, M. **Communication Power**. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CHADWICK, A. **The Hybrid Media System: Politics and Power**. New York: Oxford University Press, 2013.
- COLLINS, R. Why the Social Sciences Won't Become High-Consensus, Rapid-Discovery Science. **Sociological Forum**, v. 9, n. 2, p. 155-77, 1994.
- COLLINS, R. **The Sociology of Philosophies**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1999.
- COULDRY, N. **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Cambridge: Polity Press, 2012.
- DUTTON, W. H. The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks. **Prometheus**, v. 27, n. 1, p. 1-15, 2009.
- ESSER, F.; PFETSCH, B. **Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- FRASER, N. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. **Social Text**, n. 25/26, p. 56-80, 1990.
- GANS, H. **Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste**. New York: Basic Books, 1999.
- GANS, H. **Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time**. Evanston, IL: Northwestern University Press, 2004.
- GELLNER, E. **Culture, Identity and Politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- GRAVES, L. **Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism**. New York: Columbia University Press, 2016.
- HABERMAS, J. **Theorie des kommunikativen Handelns**. Frankfurt: Suhrkamp, 1982.
- HACKING, I. **Representing and Intervening**. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- HALL, J. A.; LINDHOLM, C. **Is America Breaking Apart?** Princeton: Princeton University Press, 2001.
- HALLIN, D.; P. MANCINI. **Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- HJARVARD, S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. **Nordicom Review**, v. 29, n. 2, p. 105-34, 2008.
- MANN, M. **The Sources of Social Power Vol.4: Globalizations 1945–2011**. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.
- MARTINO, Sá. **Teoria das mídias digitais**. Petrópolis: Vozes, 2015.
- MCCHESENEY, R.W. **Digital Disconnect: How Capitalism Is Turning the Internet Against Democracy**. New York: The New Press, 2013.
- MEYROWITZ, J. **No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior**. Oxford: Oxford University Press, 1985.
- NAPOLI, P.; OBAR, J. The Emerging Mobile Internet Underclass: A Critique of Mobile Internet Access. **The Information Society: An International Journal**, v. 30, n. 5, p. 323-34, 2015.

NEUMAN, W. R. **The Digital Difference: Media Technology and the Theory of Communication Effects.** Cambridge, MA: Harvard University Press. Neuman, W.R., L. Guggenheim, S. Mo Jang & S, 2016.

SCHROEDER, R. **Rethinking Science, Technology and Social Change.** Stanford: Stanford University Press, 2007.

SCHROEDER, R. **An Age of Limits: Social Theory for the 21st Century.** Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2013.

SCHUDSON, M. **The Sociology of the News.** New York: W.W. Norton, 2011.

TURKLE, S. **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other.** New York: Basic Books, 2012.

ZHU, Y. **Two Billion Eyes: The Story of China Central Television.** New York: The New Press, 2012.