
MÍDIA FLUIDA: POR UMA RENOVAÇÃO CONCEITUAL

*Andréia Denise Mallmann**

Resumo

A mídia sempre foi, desde seu surgimento, associada aos meios de comunicação, aparatos de difusão massiva que, na contemporaneidade, se tornaram digitais e online, transformando o chamado receptor num ativo indivíduo interagente, capaz de produzir, recriar, receber e difundir conteúdos. A evolução cultural e a constante adaptação social às tecnologias de ponta fizeram com que o antigo império midiático sofresse o impacto das novas possibilidades de acesso à informação. Esse período, que Bauman (2001) denomina Modernidade Líquida, nos faz crer que a chamada “nova mídia” não está mais atrelada a equipamentos ou meios de comunicação, mas pode ser considerada o próprio fluxo informativo que percorre as autoestradas binárias das plataformas digitais/online.

Palavras-chave

Mídia; comunicação; tecnologia; online; modernidade líquida.

O que é mídia? A pergunta introduz este estudo ao complexo universo da comunicação, para seu entendimento. Foneticamente, mídia é a representação do termo inglês *media*, que tem origem do latim *midium*, cujo plural é *media*. Como significado, mídia, desde suas primeiras definições, remete a meio, espaço intermediário ou local onde tudo converge.

Quando os antigos diziam *in midium*, queriam demonstrar que algo estava ao alcance da visibilidade de todos. A sociologia da comunicação cunhou, a partir disso, a expressão *mass midium*, cujo plural é *mass media*, criando, assim, a teoria de massa, em que os meios de comunicação eram tidos como instrumentos de difusão coletiva indiscriminada.

No final dos anos 60, o autor

Abstract

The media has always been, since its inception, coupled with the media, mass dissemination apparatuses that, nowadays, have become digital and online, making the so-called receptor interacting in an active individual, able to produce re-create, receive and distribute content. Cultural evolution and the constant social adaptation to cutting edge technology made the old media empire suffered the impact of new possibilities of access to information. This period, which Bauman (2001) calls liquid modernity, makes us believe that the so-called “new media” is no longer tied to equipment or means of communication, but can be considered the proper flow of information that travels the highways of binary digital platforms / online.

Keywords

Media, communication, technology, online, liquid modernity.

canadense Marschall McLuhan chamou atenção com a metáfora “o meio é a mensagem”. Com tal definição, McLuhan pretendia apontar as potencialidades dos aparatos de comunicação da época, que representavam uma mensagem maior do que seus conteúdos.

A modernidade trouxe temáticas variadas acerca da mídia. Estudos sobre as suas influências sinalizavam uma sociedade completamente midiaticizada. Pesquisas sobre o seu poder apresentavam um sistema midiático socialmente complexo. Os paradigmas sobre a cultura midial estabeleciam uma ambiência cultural com base na comunicação massiva.

A evolução das tecnologias garantiu a evolução das técnicas utilizadas pelo ser humano e, não diferente, a comunicação também foi impactada

com tais transformações. As tecnologias garantiram a ampliação, a reverberação dos conhecimentos, saberes, ideais e memórias.

O período da Guerra Fria pode ser considerado marcante para a humanidade em termos de pesquisas e avanços tecnológicos, os quais, por sua vez, contribuíram em larga escala para a transformação no campo da comunicação. A rivalidade entre nações (EUA e URSS) estimulou os estudos dos processos de trocas e segurança de informações, iniciando o desenvolvimento, ainda na década de 60, do que chamaríamos mais tarde de internet: a rede das redes de comunicação.

Diante desse horizonte histórico de adaptações e evoluções é possível perceber o quanto a ambiência social – suas necessidades, conflitos, acordos, etc. – produziram demandas comunicacionais. Ao ir além, podemos afirmar que tais demandas também contribuíram para a evolução tecnológica dos meios de forma dialógica, em que sociedade, tecnologia e comunicação se tornaram quase inseparáveis para quaisquer análises ou conjecturas a respeito de seu entendimento em cada período.

A Internet penetrou e alavancou a máxima amplitude na transformação da comunicação e na sociedade, gerando espaços virtuais onde tudo se desmaterializa e rematerializa em 0 e 1. Assim, a perspectiva líquida acerta ao “diagnosticar” um homem em constante adaptação e evolução. A comunicação e os aparatos tecnológicos utilizados nas inter-relações sociais são ferramentas nesse processo, pois chegamos ao extremo da onipresença das técnicas/tecnologias da comunicação, as quais produzem sérios efeitos na sociedade contemporânea e, por isso, não podem ser desassociadas em uma análise. Diante desse quadro, Rubim (2000) afirma que vivemos em uma “Idade Mídia”, em que os entrelaçamentos entre mídia, sociedade e tecnologias estão presentes de modo

irrefutável e indissociável.

Compartilhando semelhante visão este estudo encontra oportuna lacuna nos entendimentos, classificações e teorias sobre mídia. O campo da comunicação adquiriu profundas reflexões teorizadas por grandes autores. No entanto, muitas delas jamais se depararam com uma realidade digital, conectada, sem fios e convergente.

O reflexo disso são contínuas adaptações de termos e expressões para que possam minimamente esclarecer, a qualquer interlocutor em debate, sobre o que estamos falando e com base em que está sendo realizado nosso discurso. Um bom exemplo são as expressões supracitadas em discussões: “velha mídia” e “nova mídia”.

Quando nos percebemos utilizando um termo “genérico” para organizar pensamentos e criar diferenciações fica evidente que algo está pouco esclarecido ou fundamentado. Em princípio, a divisão “velha e novas mídias”, aplicada abundantemente em trabalhos científicos e debates acadêmicos, mostra-se tão pobre quanto sobrecarregada de princípios invisíveis, mas aparentemente de fácil compreensão a todos, o que justifica seu uso.

Inicialmente, vem a pergunta: por que estamos criando e utilizando termos genéricos para explicar os processos no campo da comunicação? Como segundo questionamento: por que essa “classificação” sugere a divisão temporal (velha=passado/nova=presente, futuro)?

Mediante essa “curiosidade” nasce o interesse e o foco deste estudo, que tem como problema de pesquisa o entendimento da mídia contemporânea. Ao verificar a aplicação de termos (como “novas mídias”) que pouco explicam o que de fato significam, esta pesquisa buscará compreender a mídia não apenas como um processo que inclui emissor-meio-receptor, tendo em vista que essa relação já é perfeitamente analisada pelas teorias de massa e da informação, cada qual com seus paradigmas e determinações.

Na mesma ordem, a cibercultura, que teoriza a cultura da comunicação em redes, não nos responde de fato o que é mídia contemporânea, muito embora esta, mais que as primeiras, atualiza nosso embasamento sociocultural para propor e construir um pensamento renovado a respeito.

Diferente de seu entendimento clássico e tradicional (aplicado à mídia de massa e ainda hoje utilizado como padrão de referência, para muitos), o termo mídia na contemporaneidade se mostra como uma grande soma de representações. É possível perceber uma banalização ao notarmos seu uso em denominações completamente alheias umas às outras. Mídias são espaços de armazenamento, são empresas de comunicação, são programas de televisão, são sites populares, podendo ser também programas de envio de mensagem ou mesmo conexões entre equipamentos chamados de media center.

Com bastante imprecisão, muitos têm se referido a todo o complexo contexto atual sob o nome de “cultura midiática”. Essa generalização cobre o território com uma cortina de fumaça. É claro que tudo é mídia, até mesmo o aparelho fonador. Quais são elas, como se inserem na dinâmica social [...] como impõem sua lógica ao conjunto da cultura? São todas questões irrespondíveis se não fizermos o esforço de precisar nossos conceitos. A confusão conceitual é proporcional à confusão dos modos como nos aparecem os fatos que pretendemos compreender (Santaella, 2003, p.26).

De fato, como afirma a autora, há uma complexidade imensa que se amplia a cada tentativa de adaptação ou generalização conceituais. Durante toda a história da comunicação, os meios deram nomes às mídias e essas, com suas características, disponibilizaram linguagens possíveis a cada sistema ou área específica.

O início da Internet, nos anos 90, seguiu padrões textuais e de fotolinguagem

para expressar as informações nela lançadas. Com o passar do tempo, outras linguagens ganharam veicularidade (gráficos, áudios, vídeos). Não registramos a morte de nenhum meio de comunicação, como muitos pensavam, pelo contrário, a convergência deles se acelerou e, da mesma forma, potencializou outros modos de comunicação.

Não estamos mais tratando do entendimento transmissionista de Shannon & Weaver (1948) onde a mídia foi associada ao meio, sendo esse a plataforma de comunicação que veicula informações entre emissor e receptor.

Ora, mídias são meios, e meios, como o próprio nome diz, são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais físicos, nos quais as linguagens se corporificam e através dos quais transitam. Por isso mesmo, o veículo, meio ou mídia de comunicação é o componente mais superficial, no sentido de ser aquele que primeiro aparece no processo comunicativo. Não obstante sua relevância para o estudo desse processo, veículos são meros canais, tecnologias que estariam esvaziadas de sentido não fossem as mensagens que nelas se configuram. Consequentemente, processos comunicativos e formas de cultura que nelas se realizam devem pressupor tanto as diferentes linguagens e sistemas sígnicos que se configuram dentro dos veículos em consonância com o potencial e limites de cada veículo quanto devem pressupor também as misturas entre linguagens que se realizam nos veículos híbridos (Santaella, 2003, p.25).

Assim, como destaca Santaella, o período em que vivemos hoje não é mais compatível com o entendimento segmentado por meios de comunicação. Em outras palavras, se há tempos denominamos telejornalismo o conteúdo veiculado pela TV, como será chamado o mesmo conteúdo ao ingressar na Internet e ser acessado em um celular? Seria contraditório chamarmos de telejornal um programa assistido via celular. Assim, chamamos o programa

apenas por vídeo, decaindo o prefixo tele, que se referia pura e simplesmente ao aparato (e seu modo de transmissão).

Percebe-se aí o quanto se tornou frágil toda a estruturação feita no passado, quando se tentou adaptar entendimentos diferenciados a um mesmo conceito. Enquanto a linguagem é algo perene, que permanece em qualquer meio de comunicação, não modificando sua nomenclatura, o meio em si é secundário e perde sua denominação ao deixar sua “plataforma original”. Portanto, na “nova mídia” o meio é apenas um aparato capaz de viabilizar a informação, mas jamais será o ponto definitivo para o entendimento do conceito de mídia atual.

O polêmico pesquisador, considerado por alguns como o pai da comunicação e para outros não mais que um mero ensaísta, Marshall McLuhan acreditava que a maior mensagem é aquela advinda do uso dos meios e da sua percepção enquanto ferramenta. “Os meios como extensões do próprio homem” (McLuhan, 1964) atenta para a importância evolutiva através das tecnologias dos tempos. Assim, na visão de McLuhan, não importa o que o homem esteja de fato plantando (o conteúdo), mas o modo como o equipamento utilizado o auxilia no processo. É necessário salientar que o autor não propõe a anulação dos estudos de conteúdos, tampouco afirma que acima do pensamento e da informação está a técnica. O que de fato propõe o autor é um redirecionamento do olhar, atentando para a importância evolutiva dos meios no processo social e comunicacional como um todo.

McLuhan acredita que, muito além do conteúdo, o meio de concretizar as obras, ou, no caso da comunicação, de enviar/receber as mensagens, é o que determina nossos costumes e culturas. Exemplificando, ninguém escreveria em 140 caracteres caso o Twitter não existisse ou não obtivesse sucesso em sua forma de comunicação.

É fundamental destacar que McLuhan não comunga da necessidade de testar transmissões, como fizeram Shannon & Weaver, mapeando problemas e ruídos na comunicação. Para ele, importa a simples existência material do meio, o qual modifica toda relação e história do homem.

A teoria de McLuhan faz perceber a importância do meio/equipamento na evolução histórica das sociedades, no avanço das culturas. Hoje, mais do que nunca, os meios podem ser vistos como extensões do corpo, da mente e dos desejos individuais do ser humano.

No entanto, os meios, extensões do homem, não podem mais alicerçar o entendimento de mídia atual. Podem, sim, evidenciar tendências, costumes, culturas, comportamentos e potenciais, os quais, sem dúvida, impactam em uma midiologia. Porém, por serem transitórios, passageiros, e evoluírem em uma escala acelerada ano após ano, os meios já não podem mais construir a base teórica desse conceito, caso contrário, tal compreensão de mídia se torna frágil à medida que novos hardwares e softwares surgem.

McLuhan, extremamente criticado e nomeado um dos maiores deterministas tecnológicos de sua época, está correto ao observar os períodos da história humana através das escolhas, demandas e usos de cada era. Entretanto, as segmentações por ele feitas, dividindo os meios e classificando os mesmos por quentes e frios, não encontra mais sustentação em nossos dias atuais. Isso porque, na era digital, os meios convergem e se apresentam de forma não mais correspondente à linearidade passada. TV, rádio, impresso, hoje também ocupam espaço na rede mundial dos computadores. A linha divisória entre meios de comunicação aos poucos se tornou tênue, ainda existente devido aos modelos de sustentabilidade implantados há décadas.

Sendo assim, a Teoria de McLuhan serve-nos, neste estudo, para mapear

a ambiência vivida em cada era da comunicação, mas deixa a desejar a cabo conceitual do que entendemos por mídia nos dias de hoje. Desse modo, a existência e o uso de suportes explicam os métodos de comunicação (as escolhas e os modos como poderão ser disparados/acessados os fluxos informativos), bem como a evolução humana através dos meios, mas não clareia suficientemente a compreensão de um conceito midiático que não esteja aplicado diretamente nas bases do suporte, como se observa nas teorias midiológicas do império massivo.

É necessário reforçar que hoje não estamos mais tratando de um sistema de várias mídias segmentado, subdividido, mas de um metassistema no qual essa “nova mídia” se situa. O que entendemos por mídia nos tempos atuais são os próprios fluxos informativos, que se dão entre aparatos (sejam eles quais forem). Acreditamos que justamente o fluxo é o que melhor traduz mídia na Modernidade Líquida descrita por Bauman (2001).

Em nossa contemporaneidade, a mídia é o fluxo informativo ativado, é o tecido formado por mediações múltiplas em tempos não-lineares e espaços dilatados em presença-ausência constantes em um metassistema composto por meios tradicionais disponíveis na rede, meios originalmente digitais/online e meios sociais, chamados por muitos como redes ou mídias sociais. Esse sistema midiático não é uma mera junção de elementos advindos de lugares diferenciados. Nomeia-se metassistema a união e a interação entre sistemas diversos, não sendo apenas a soma de todos isoladamente, mas algo diferenciado e, acima de tudo, híbrido.

No campo da cultura e sociedade, o termo “híbrido” notabilizou-se desde que Néstor García Canclini (1989) empregou-o para dar título a sua obra *Culturas Híbridas. Estratégias para “entrar*

e sair da modernidade”. De fato, não poderia haver um adjetivo mais ajustado do que “híbrido” para caracterizar as instabilidades, interstícios, deslizamentos e reorganizações constantes dos cenários culturais, as interações e reintegrações dos níveis, gêneros e formas de cultura, o cruzamento de suas identidades, a transnacionalização da cultura, o crescimento acelerado das tecnologias e das mídias comunicacionais, a expansão dos mercados culturais e a emergência de novos hábitos de consumo (Santaella, 2008, p.20).

A proposição de um metassistema de característica híbrida como um espaço de comunicação onde a mídia fluida ocorre é parte da compreensão metodológica optada por este estudo. Na obra *O Método*, Edgar Morin (2003) descreve a diferença entre sistemas fechados e abertos. Um metassistema é uma forma abstrata de entender a complexidade formada pelo conjunto de fluxos informativos nos dias de hoje e que leva em consideração os potenciais tecnológicos bem como os contextos culturais e sociais em que tal hibridização ocorre.

Composto por mídias/fluxos sociais, online e massivos, esses sistemas compõem algo maior em sua complexidade, que não se encerra em si mesmo. Como afirma Morin, é algo maior e mais complexo do que apenas a soma de suas partes, por isso não apenas um sistema de comunicação, mas um metassistema variado mediante interações contínuas dos elementos que os formam.

O espaço das mídias nada mais é que o tempo cristalizado por fluxos através de interações! Desse modo a chamada mídia contemporânea não possui mais uma forma ou um lugar. Possui sim variados processos multiplicados e potencializados para configurar a “nova mídia” tanto abordada (Castells, 2006, p.8).

Castells acredita que vivemos

em um sistema o qual denomina *mass self communication* (comunicação massiva própria, tradução livre). Para ele, essa nomenclatura evidencia a soma de dois processos contemporâneos: a comunicação massiva, “com o fluxo de informações centralizado”, e o processo pós-massivo, “customizado, onde qualquer um pode produzir, processar, armazenar e circular informação sobre vários formatos e modulações”.

Essa *mass self communication*, proposta por Castells, está alinhada à perspectiva de metassistema aqui apresentada. Como se pode perceber, a mídia enquanto fluxo em um metassistema vai à contramão do entendimento clássico da comunicação, em que nas pontas se encontravam emissor e receptor, sendo o canal o objeto que mediava a informação entre ambos. A comunicação massiva está presente nesse metassistema, mas, diferentemente de sua fórmula original, ela reaparece por intermédio da participação, manipulação, compartilhamento entre interagentes (emissores/receptores). Na mídia contemporânea não há pontas, pois não estamos tratando de um modelo linear de comunicação, tampouco de um sistema isolado dos demais existentes.

Embora Castells saliente que a “nova mídia” não possua lugar nem forma, podemos imaginar tal metassistema como um modelo rizomático em suas múltiplas conexões e reconexões. De fato não há uma forma definitiva, fixa, pré-moldada. Há, isso sim, uma variação inconstante, não permanente, cujas trajetórias são criadas e recriadas ao longo de sua formação.

O conceito de rizoma, no entanto, não é novo. Foi cunhado pelos pesquisadores Deleuze e Guattari (1995) a partir da concepção de Barthes sobre os livros. Ele pode ser compreendido como algo fractal na observação e compreensão das dicotomias entre sujeito e objeto. Maturana e Varela (1997) também utilizaram o

modelo rizomático para descrever sistemas autopoieticos e, na Cibercultura, podemos destacar o pesquisador Pierre Lévy (1999), que se apropriou desse conceito para criar um novo paradigma das redes hipertextuais e interfaces dinâmicas da computação.

O entendimento de rizoma vem da área da Botânica e remete à árvore, ramos e raízes. “O rizoma se refere a um mapa que deve ser produzido, construído, sempre desmontável, conectável, reversível, modificável, com múltiplas entradas e saídas, com suas linhas de fuga” (Deleuze; Guattari, 1995, p.32).

Assim é um metassistema, composto por variáveis diferenciadas, por intensidades inconstantes, por interconexões temporárias e por fluxos que são construídos e acessados de forma ramificada. Não estamos, com isso, anulando o entendimento de mídia para os meios massivos, ao contrário, estamos propondo aqui uma reflexão e reconstrução de um termo que em muito pode evoluir. A ausência de uma midialogia atualizada é perceptível na aplicação do conceito massivo às “novas mídias”. Tal adaptação se mostra tão desajustada quanto problemática. Nesse conceito, o fluxo está ao redor de tudo, interligando os interagentes, envolvendo o homem e suas tecnologias (aparatos) na formação de uma ambiência midiática, na qual todos são interagentes: produtores e receptores de mídia.

Em *Vida Digital*, Negroponte descreveu o momento da inauguração do Media Lab no Massachusetts Institute of Technology (MIT), destacando que, naquela época, o termo “mídia” era visto como algo pejorativo, pois representava “uma via de mão única rumo ao mais baixo denominador comum da cultura americana”. Como escreveu o autor, “mídia, com M maiúsculo, significava quase exclusivamente ‘meio de comunicação de massa’” (Negroponte, 1995, p.163).

Para Negroponte, a visão dos

modelos econômicos da mídia massiva baseava-se quase exclusivamente em “empurrar” a informação e o entretenimento para o público. “A mídia de amanhã terá tanto ou mais a ver com o ato de ‘puxar’: você e eu acessaremos a rede e conferiremos o que há nela. Aos poucos o planeta irá se transformar em uma só máquina de comunicação” (1995, p.171).

Assim como previa o autor, podemos pensar a informação na compreensão de uma mídia fluida como um orvalho que, reunido em grande escala, gera o líquido proposto, caso contrário, é apenas invisível e sem impacto. Associando esse exemplo ao questionamento deste estudo, é possível perceber que um conceito de mídia baseado em equipamentos não reverbera em acertos, mas em equívocos cada vez maiores, tanto quanto se queira aplicá-los no universo e contexto sociais, culturais e comunicacionais de hoje.

A concepção aqui proposta é, por vezes, bastante abstrata, e justamente por isso faz jus ao período em que vivemos. A Pós-Modernidade ou Modernidade Líquida é tão abstrata quanto tal entendimento de mídia, e não poderia ser diferente.

Saímos de uma era moderna, com conceitos concretistas que associam mídia a equipamentos. Em um tempo marcado por fusos e um espaço separado por fronteiras, muitos dos entendimentos modernos se deram através de segmentação e materialização diversas. Hoje verificamos um universo nada concreto, em que o fluxo, esse movimento intocável e invisível, que permeia aparatos tecnológicos e promove a comunicação digital, é que dá bases para uma revisão conceitual.

O estudo da Modernidade Líquida de Bauman nos ajuda a fundamentar o conceito de mídia, que, não diferente, também se processa na condição fluida em que hoje se encontra. Portanto, a mídia da qual tratamos aqui se baseia em fluxos, que tomam a forma de seus aparatos

de acordo com as potencialidades e as viabilidades dos mesmos. O equipamento é apenas um suporte no qual, através dele, o interagente dispara/inicia todo e qualquer fluxo informativo. Seu entendimento está desatrelado dos meios, equipamentos, aparatos e plataformas, e, sendo assim, as tradicionais fronteiras entre áreas jornalísticas e comunicacionais começam a desaparecer em meio ao funcionamento fluido entre espaços sem delimitação. É neste metassistema que as variadas linguagens encontram-se disponíveis a qualquer um, a qualquer momento, cruzando inclusive os espaços tradicionais de difusão, voltando à rede como fluxo de interação.

Rubim (2000) denomina a contemporaneidade por Idade Mídia justamente porque acredita em uma sociedade imersa na comunicação e vice-versa, assim como Virilio, com a “teoria da ubiqüidade” destaca uma sociedade permanentemente conectada, cercada por fluxos. É justamente por isso que se torna difícil desconectar o que é o social e o que é a comunicação, por ambos ocuparem o mesmo espaço, evoluindo conjuntamente. Sendo assim, cercados por fluxos, estamos no centro do entendimento dessa “nova mídia”.

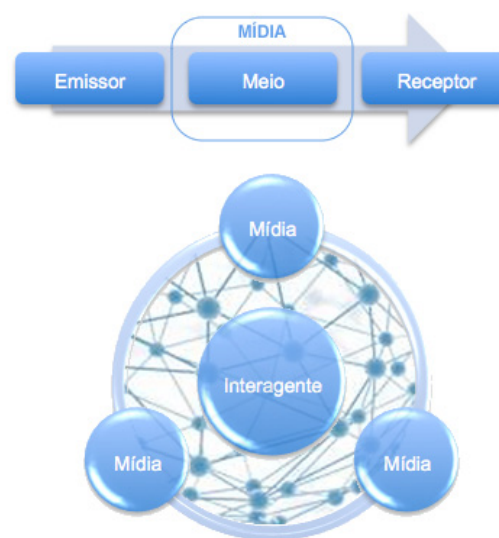


Fig1: Comparativo entre o paradigma Midiológico da Cultura de Massa e o da Cibercultura

O conceito de mídia proposto neste estudo tem como base os fluxos informativos no campo da Comunicação Social. E, antes de parecer repetitivo, frisamos isso para registrar que não existe mídia se não houver fluxo, pois ambos são o mesmo. A mídia, enquanto próprio fluxo informativo, é iniciada, disparada por escolhas individuais.

Os pesquisadores do paradigma midiológico, McLuhan (1964) e posteriormente Debray (1994), já observavam que para cada era há uma tecnologia marcante e, sendo assim, o surgimento de um comportamento social diferenciado de tempos em tempos. Desde a época dos autores até as malhas da World Wide Web sempre tivemos um ambiente em que os fluxos se davam em prol da comunicação, mesmo que de modo linear. O que mudou com a digitalização em rede é a consagração de um ambiente virtual, em que o tempo e o espaço confirmam o olhar desses midiólogos, em especial McLuhan quando afirma que “a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança do espaço e tempo ou padrão que isso introduza nos desejos humanos” (1964, p.24).

Embora o meio não seja mais uma mídia, não há como discordar que ele, ainda assim, carrega uma grande mensagem consigo, observando o ponto de vista proposto por McLuhan. Mesmo com seu entendimento desatrelado dos meios de comunicação, a percepção e a experimentação do meio na vida cotidiana sem dúvida carrega consigo uma mensagem, que perpassa o conteúdo transmitido, dando ao homem a experimentação de outras dimensões tempo-espaciais e contribuindo claramente com a viabilidade dos fluxos. Por isso, a não-linearidade e a ubiquidade são condições fundamentais na mídia fluida contemporânea.

“Enfim, um espaço no qual a informação não é externa a nós, mas sim um espaço que nos coloca dentro da informação” (Novac, 1993, p.207). Como destaca Novac,

a presença do homem (suas ações e reações) no ambiente virtual fez crer que temos dois mundos: o real e o virtualizado. No entanto, não há uma separação entre essas duas esferas. Real e virtual se mantêm vivos em função da humanização dessas ambiências e por assim mostrarem-se devem, ambos, ser considerados como realidade e não ficção.

Os espaços intersticiais referem-se às bordas entre espaços físicos e digitais, compondo espaços conectados, nos quais se rompe a distinção tradicional entre espaços físicos, de um lado, e digitais, de outro. Assim, um espaço intersticial ou híbrido ocorre quando não mais se precisa “sair” do espaço físico para entrar em contato com ambientes digitais. Sendo assim, as bordas entre os espaços digitais e físicos tornam-se difusas e não mais completamente distinguíveis (Santaella, 2008, p.21).

O entendimento da mídia contemporânea está justamente entre essas “bordas difusas” do real e do virtual como ambiência única, em que se dá (em alguns casos com maior ou menor força) a socialização, a comunicação – face a face ou mediada por máquinas – e a midiatização (o fluxo informativo).

O atual estágio de desenvolvimento econômico é caracterizado pela concentração da posse de conteúdos, da transmissão e do acesso, fato que levou a que os grupos econômicos incorporassem na sua estratégia a posse do fornecimento de acesso e difusão de informação. A época do modelo de grupos puramente comunicacionais está no fim (Cardoso, 2007, p.118).

Observando Cardoso, percebe-se que operar sob as categorizações e entendimentos clássicos e lineares de comunicação acarreta, quase sempre, a regressão conceitual a cada tentativa de conceituar a mídia mediante equipamentos ou ambientes fechados de informação. Faz-se necessário certo desprendimento de

conceitos anteriores para que, com maior liberdade, se possa compreender o conceito contemporâneo de mídia e sua reformulação no ambiente social.

O Youtube, maior site de armazenamento de vídeo da Web, possui um fluxo de informações diárias superior a muitos portais de comunicação. O Youtube é um excelente exemplo de metassistema, agrupando informações tanto UGC quanto de canais de difusão em massa. No entanto, categorizar o Youtube como mídia seria um erro. Isso porque a ambiência digital (espaço online) deste site por si só não representa uma mídia, nem mesmo o computador, laptop ou celular que o acessa.

É necessário atentar que o Youtube se torna parte do processo de comunicação atual ao ser possível depositar e acessar através dele vídeos de diversas partes do mundo. Assim, o site em si não é a mídia, mas os fluxos entre os interagentes é que constituem a própria mídia em meio ao conceito que estamos tratando neste estudo.

Bauman já descrevia a busca desenfreada do homem pela concretude, em um período de fluidez total. A observação do autor explica porque nos parece tão claro e evidente nomear um ambiente comunicacional por mídia. Uma empresa de comunicação, por exemplo, com jornais impressos, rádios, canais de TV e sites não é uma mídia. Da mesma forma que o telejornal, a emissora de rádio e o site de notícias também não são. Esses espaços de comunicação possuem, na verdade, mídias latentes ou estacionárias. Tal latência fica a cabo do disparo dos fluxos, enquanto mídias em potencial.

Uma comparação simples para o entendimento desse conceito é visualizar o trânsito de veículos em uma via, por exemplo. Chamamos por trânsito o movimento dos meios de transporte. Veículos estacionados representam o trânsito em potencial, latente. A via pela qual esses são conduzidos é apenas o canal, o meio. É o movimento que designa

a compreensão de trânsito de fato. Parece-nos menos complexo compreender o fluxo como fator de entendimento do trânsito. Isso porque nunca antes havíamos associado esse conceito a outros entendimentos materiais ou concretistas.

Não diferente, embora mais complexo, o que é posto como conceito, aqui, é justamente o movimento (o fluxo, a fruição) das informações. Portanto, informações armazenadas (mas não acessadas) são apenas potenciais mídias.

Um fluxo informativo pode ser maior ou menor, dependendo do número de interagentes envolvidos no processo de fruição informativa. Em outras palavras, um site noticioso ao disponibilizar uma notícia que nunca é acessada jamais deixa de ser mídia latente. Uma radioweb que disponibiliza informações e não possui interagentes é também uma mídia em potencial, pois ao redor desse fluxo disponível não há nada, nem ninguém. O interagente está fora do processo.

A mídia entendida como fluxo informativo nos desafia a abandonar as concretudes em prol de uma era de desmaterialização e virtualização contemporânea. A ambiência comunicacional torna-se porosa, líquida, gasosa e, por vezes, invisível. Não diferente, a mídia torna-se social. Se as ferramentas de produção e acesso, bem como os meios de comunicação, ao longo do século XXI, foram aos poucos miniaturizados, talvez o próximo passo a ser verificado, em um futuro bastante próximo, seja o desaparecimento do que chamamos por meios de comunicação, permanecendo, então, apenas o fluxo enquanto holograma informativo.

NOTAS

* Doutora do Curso de Comunicação Social da Famescos-PUCRS, email: amallmann@puers.br

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **Mobile communication and society: a global perspective**. Cambridge/Boston: The MIT Press, 2007.
- _____. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- _____. **A sociedade em rede**. In: MORAES, Denis. Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- _____. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DEBRAY, R. **Manifestos Midiológicos**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1994.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs**. São Paulo: Editora 34, 1995.
- MCLUHAN, Marshal. **The Gutenberg galaxy: the making of typographic man**. Toronto: University of Toronto Press, 1962.
- _____. **Understanding media: the extensions of man**. New York: McGraw Hill, 1964.
- _____. **Os Meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.
- MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.
- _____. **O método**. V.1. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NOVAC, Marcos. Arquitecturas líquidas en el ciberespacio. In: BENEDIKT, M. (ed.). **Ciberespacio: Los Primeros Pasos**. Traduzido por Pedro A. Gonzáles Caver. México: CONACYT/Sirius Mexicana, 1993. p. 207-234
- SANTAELLA, Lúcia. A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008.
- _____. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 22, dez. 2003.
- SHANNON, Claude; WEAVER, Warren. **A Mathematical Theory of Communication**. Wiley: Bell System Technical Journal, vol. 27, Jul./Oct., 1948.
- VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.
- CASTELLS, Manuel. **The mobile communication society: a cross-cultural analysis evidence on the social uses of wireless communications technology**. Los Angeles, Annenberg School for Communication, University of Southern California. Disponível em: <<http://arnic.info/workshop04/MCS.pdf>>. Publicado em out. 2004. Acesso em dez. 2007.
- RUBIM, Antonio. **A contemporaneidade como idade mídia: interface, comunicação, saúde, educação**. v.4, n.7, p.25-36. Disponível em: <<http://www.interface.org.br/revista7/ensaio2.pdf>> Publicado em 2000. Acesso em dez. 2008.