

A comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporâneos

Mobile communication is at the centre of contemporary cultural convergence processes

La comunicación móvil se encuentra en el centro de los procesos de convergencia culturales contemporâneos

DOI: 10.1590/1809-58442016212

Carlos Alberto Scolari

(Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicação, Programa de Doutorado em Comunicació. Barcelona, Espanha)

Entrevista concedida a:

Alan César Belo Angeluci

(Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Pró-Reitoria de Pós-graduação e Pesquisa, Programa de Mestrado em Comunicação. São Caetano do Sul – SP, Brasil)

Os trabalhos do professor e pesquisador Carlos Alberto Scolari têm sido referência fundamental nos estudos sobre mídias digitais, interfaces e ecologia dos meios. Nascido em Rosário, Argentina, está há mais de 25 anos vivendo na Europa, onde se doutorou em Linguística Aplicada e Linguagens da Comunicação pela Università Cattolica di Milano. Atualmente, é professor titular do Departamento de Comunicação da Universitat Pompeu



Fabra (Barcelona), e lidera os projetos *Transmedia Literacy* (do programa Horizon 2020 da União Europeia – 2015/2018) e *Transalfabetismos* (MINECO – 2015/2017).

Scolari tem em seu histórico uma série de ações e trabalhos ligados às pesquisas no campo da Comunicação digital. Entre 2003 e 2009, por exemplo, foi coordenador do Mestrado Oficial de Comunicação Digital Interativa e do Grupo de Pesquisa de Interações Digitais (GRID) da Universitat de Vic. Tem realizado palestras, cursos e oficinas sobre Comunicação digital em diversos países da América Latina, América do Norte e Europa.

Bastante ativo e acessível no Facebook e Twitter, o pesquisador também mantém uma rotina intensa de publicações de livros e artigos científicos. Entre suas obras de maior destaque, podem ser citadas *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales* (2004), *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva* (2008) e *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan* (2013). Diversos trabalhos do autor estão disponíveis nos periódicos: *Communication Theory, New Media & Society, International Journal of Communication, Semiotica, Information, Communication & Society*, entre outros de grande prestígio.

Os principais pontos da entrevista a seguir trazem a visão do pesquisador sobre as mudanças na pesquisa em Comunicação nos dias atuais. Formado na tradição dos estudos de Comunicação de massa, Scolari destaca a necessidade de se pensar novas teorias que possam cobrir os paradigmas contemporâneos advindos com as mídias digitais. Ressalta também o destaque da pesquisa latino-americana sobre transmídia e discute como a comunicação móvel se impõe como um importante campo de pesquisa a ser mais amplamente investigado:

Revista Intercom – *Está claro que as mudanças advindas com o desenvolvimento de computadores e da Internet trouxeram desafios para os estudiosos do campo da Comunicação – especialmente em relação ao impacto que as tecnologias trouxeram aos modelos clássicos de Comunicação. Manuel Castells chama esta nova forma de comunicação de “autocomunicação de massa”¹. Para você, quais são os principais desafios dos pesquisadores da Comunicação considerando esse cenário em que as fronteiras entre tecnologia e sociedade estão tão turvas?*

Carlos Alberto Scolari – Algumas questões semânticas antes de responder. Primeiro: eu não gosto da metáfora do ‘impacto’ para tecnologias. Isso me faz lembrar dos primeiros modelos das teorias de Comunicação... A relação entre tecnologia-sociedade ou tecnologia-ciências sociais são realmente complexas e não podemos reduzi-las à ideia de um ‘impacto’.

¹ CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. Oxford: Oxford University Press, 3 edition, 2013. p.55

Segundo: eu não acho que ‘auto-comunicação de massa’ é o melhor conceito para definir o que está acontecendo... Eu me lembro quando estava lendo *Communication Power*. A primeira seção daquele volume é uma das melhores sínteses das transformações na sociedade contemporânea. Mas quando encontrei aquela expressão ‘autocomunicação de massa’, Eu disse: Por que? Estariam as massas falando com elas mesmas? Humm... Não é fácil definir o paradigma da nova Comunicação. Eu prefiro usar outros conceitos como comunicação em rede, mais próximo da “sociedade em rede”, de Castells. Os desafios são enormes. Em quase um século, muitas teorias de Comunicação de massa e metodologias de pesquisa foram criadas. Elas eram em sua maioria teorias de radiodifusão. Elas ainda são úteis em uma sociedade em que o novo paradigma de Comunicação não é a radiodifusão, porém, e a rede? Depende. Podemos recuperar muitos conceitos, categorias ou metodologias de teorias de radiodifusão, mas também precisamos de novos. Estamos lidando com novos processos de produção e consumo, novas textualidades, novos atores e novas lógicas culturais. Por exemplo, o conceito de ‘audiência’... É ainda útil no contexto onde os processos de público e consumo são tão fragmentados? E as taxonomias textuais tradicionais (como em Genette) num ambiente onde novas ‘espécies textuais’ estão emergindo, reproduzindo e hibridizando em alta taxa? Podemos ainda manter a definição tradicional de ‘meios de produção’ em uma ecologia de mídia na qual qualquer um pode gerar um conteúdo e compartilhá-lo em escala global usando um telefone celular? Tudo tem mudado ou está mudando muito rápido. Sem descartar ou negar o passado, precisamos de uma nova geração de teorias e metodologias de pesquisa para essa nova ecologia de mídia.

Revista Intercom – *Em um de seus livros mais recentes – Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones (Gedisa, 2015, p.18) – você classificou a teoria da ecologia das mídias como uma ‘teoria transmídia para todos os efeitos’. Eu gostaria que você explorasse um pouco mais essa ideia de uma teoria transmídia a partir do pensamento comunicacional contemporâneo.*

Scolari – Teorias da Comunicação têm sido classificadas de formas diferentes, baseadas em suas disciplinas originais (Sociologia, Psicologia, Antropologia etc.); seus sistemas explanatórios (cognitivo, sistêmico etc.); seus níveis organizacionais (interpessoal, grupal, institucional, massa etc.); suas premissas epistemológicas (empírico, crítica etc.) ou suas concepções implícitas de práticas comunicacionais (retórica, semiótica, fenomenológica etc.). Nós podemos também falar sobre teorias generalistas e teorias especializadas. Teorias generalistas propõem a construção de tabelas integradas ou globais para todos os processos que afetam o mundo da Comunicação. Apesar de uma teoria que explica que tudo é inimaginável, é óbvio que algumas construções teóricas tendem para a integração e geram um modelo

explicativo de maior alcance. Entre as teorias generalistas, por exemplo, a economia política da Comunicação e cultura abrange a produção de comunicação, distribuição e processos de consumo sem ignorar uma análise de bens culturais. Por outro lado, as teorias especializadas concentram-se em um aspecto ou processo de Comunicação particular e deixam os outros fora do seu modelo explicativo. Teorias de Efeitos Limitados, *Newsmaking*, *Agenda-Setting* ou modelos semiótico-textuais são um tipo de construção teórica que tenta explicar uma área menor do universo de Comunicação. Por outro lado, os discursos científicos sobre a Comunicação sempre demonstraram uma tendência em falar sobre os meios de forma isolada: estudar ‘televisão’, ‘radio’, ‘cinema’ etc. A semiótica também seguiu a mesma rota; é por isso que existe uma ‘semiótica da televisão’, uma ‘semiótica do cinema’ etc. Se nos baseamos nessa oposição entre as teorias generalistas e especializadas, não vai demorar muito tempo para encontrar a ecologia de mídia entre as matrizes: ela é uma teoria ampliada que abrange, dependendo do teórico de escolha, quase todos os aspectos dos processos de Comunicação, desde as relações entre os meios de comunicação e da economia até as transformações perceptivas e cognitivas sofridas pelos indivíduos após serem expostos às tecnologias de comunicação. Por outro lado, a ecologia de mídia não se concentra em um meio em particular – é uma teoria que abrange todos os meios de comunicação social em todos os aspectos. É por isso que eu falo sobre uma ‘teoria transmídia’.

Revista Intercom – *Um de seus trabalhos mais citados e referenciados de acordo com o Web of Science – ‘Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production’ (IJC, 2009) – revela o seu esforço para lidar com o ‘caos semântico’ na definição do conceito de narrativa transmídia. Lendo Alfabetismo transmedia: estratégias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación” (Telos, 2016), eu pude perceber novamente um esforço para situar um outro termo bastante polissêmico, o da ‘alfabetização transmídia’ Como o ‘olhar integrador’ (‘mirada integradora’), abordado em suas obras, é uma perspectiva importante para a compreensão de fenômenos no campo da Comunicação digital interativa?*

Scolari – Como eu disse antes, há abordagens generalistas e especializadas. No dia a dia da minha atividade científica e acadêmica, eu me movo entre essas abordagens. Nas minhas reflexões teóricas individuais – expressa em livros como *Hipermediaciones* (2008) ou *Ecología de los medios* (2015) – eu trabalho dentro da abordagem generalista; em meus projetos de pesquisa, uma atividade empírica que desenvolvo com uma série de colegas de diferentes países, a atividade é muito especializada. Neste momento, estamos pesquisando o que os adolescentes estão fazendo com a mídia fora da escola. Neste contexto, o conceito de ‘alfabetização transmídia’ é útil para integrar sob um único guarda-chuva atividades,

habilidades e estratégias diferentes de aprendizagem informal. Como em ‘narrativa transmídia’ ou ‘literacias de mídia’, estamos nos movendo em um terreno semântico pantanoso... Em qualquer caso, devemos, pelo menos, trabalhar nas definições operacionais se quisermos avançar em nossa atividade científica. Eu considero que os conceitos são os blocos básicos de qualquer construção teórica ou científica discursiva. Debates científicos surgem em um ambiente organizacional composto por universidades, centros de pesquisa, revistas, conferências e congressos. Nesses espaços, os pesquisadores trocam informações, discutem ideias, chegam a acordos e assumem obrigações – por exemplo, a respeitar uma metodologia científica e uma série de regras discursivas – dentro de uma rede de atos de fala linguística. Em outras palavras, os pesquisadores ativam e mantêm conversas. No entanto, o conceito de ‘debates científicos’ não se refere apenas às ideias, conceitos ou teorias que se baseiam no método científico. Estes discursos devem também ser produzidos por instituições reconhecidas (a igreja é um bom lugar para a enunciação de discursos religiosos, mas não para os científicos) para receptores específicos (estudiosos, cientistas etc.) que tenham algum domínio dos principais conceitos e regras discursivas do debate científico. Para entender a dinâmica de um domínio científico – por exemplo, a produção teórica da comunicação digital interativa – é necessário, para mapear seu território discursivo, identificar os interlocutores que participam das conversas e reconstruir as suas trocas. Tentei fazê-lo em meu livro *Hipermediaciones*.

Revista Intercom – *Como você observa a produção científica sobre a Comunicação transmídia na América Latina nos últimos anos? De que forma ela difere e/ou se aproxima das feitas por autores norte-americanos e europeus?*

Scolari – Na América Latina, o interesse por questões teóricas e conceituais em torno da narrativa transmídia é mais forte que nos Estados Unidos ou Europa. Quando eu participo de diferentes tipos de eventos no México, Brasil, Colômbia ou Argentina muitas pessoas me mostram projetos e, em seguida, elas me perguntam: ‘É transmídia ou crossmídia?’. Eu costumo responder para não se preocupar com conceitos! Em qualquer projeto transmídia, o elemento mais importante é a narrativa! Se a narrativa é boa, as pessoas vão se ‘engajar’ (a propósito, outro conceito que deve ser melhor definido!) e participar no mundo da narrativa. É transmídia ou crossmídia? A minha recomendação para os profissionais é: não se preocupe com as definições! Concentre-se na narrativa e na experiência narrativa do usuário! Se nos movermos para o ambiente acadêmico e científico, essas discussões conceituais estão na área de trabalho dos pesquisadores e devemos trabalhar nelas. Como já disse, a definição de conceitos é o primeiro passo em qualquer construção teórica. Neste contexto, penso que a contribuição científica mais importante da América Latina

para transmídia está vindo dos pesquisadores que trabalham com Jornalismo transmídia, *documedia* e documentário transmídia. Colegas como Fernando Irigaray – editor de coletâneas como *Producciones transmedia de no ficción* (2016), *Reflexiones móviles: El periodismo en la era de la movilidad* (2015), ou *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (2013) – ou Denis Renó e Vicente Gosciola – *Periodismo Transmedia: miradas múltiples* (2014) – estão desenvolvendo uma grande atividade na compreensão da prática transmídia para além da ficção. Também reflexões e projetos sobre ‘*transmídia historytelling*’ de Álvaro Liuzzi devem ser incluídos à abordagem sobre o documentário transmídia no contexto da América Latina. No caso específico do Brasil, a pesquisa sobre ficção transmídia é também uma referência. A atividade de grupos de pesquisa como o OBITEL (Observatório Íbero-Americano da Ficção Televisiva) ou o Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS) é altamente relevante. Tanto os livros do OBITEL – estou pensando em títulos como *Quality in television fiction and audiences’ transmedia interactions* (2011), *Ficção televisiva transmidiática no Brasil* (2011), *Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva* (2013), ou *Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva* (2014) – quanto o periódico GEMInIS são grandes recursos científicos sobre transmídia.

Revista Intercom – Bauman et al (2014)² disse que “a vigilância social (...) é definitivamente divertida para os participantes”. O que você acha da relação entre os fãs – prosumers fundamentais para as franquias transmídia – e seu engajamento nas mídias digitais em tempos de crescente preocupação sobre a vigilância e privacidade?

Scolari – Na velha ecologia de mídia, isto é, nos velhos tempos de radiodifusão – havia um contrato tácito entre as corporações e os espectadores: nós lhe damos o conteúdo de graça, mas você deve também assistir aos nossos comerciais. A radiodifusão televisiva não era ‘gratuita’: nós pagamos por isso com a nossa atenção! O negócio da televisão é fazer dinheiro e eles costumavam fazê-lo vendendo ‘globos oculares’. Eram pessoas conscientes deste contrato? De modo nenhum. Agora a situação é diferente. Eu acho que um novo contrato está acontecendo: as corporações nos dão serviços de graça... E nós pagamos com os nossos dados. *Gmail, Facebook Messenger, Google Drive, Skype* ou *Instagram* não são ‘gratuitos’: pagamos estes serviços com a nossa informação. E nós também produzimos conteúdo para essas plataformas! O contrato foi alterado e, diante dele, podemos visualizar duas abordagens teóricas opostas: a exaltação acrítica da cultura participativa e conteúdo gerado pelo usuário e, por outro lado, a abordagem crítica ao trabalho digital e a exploração, vigilância e privacidade das mídias sociais. Eu considero que ambas dimensões são reais e

² BAUMAN, Zygmunt; BIGO, Didier; ESTEVES, Paulo; GUILD, Elspeth; JABRI, Vivienne; LYON, David; WALKER, R. B. J. After Snowden: Rethinking the Impact of Surveillance. *International Political Sociology*. 2014, (8), p.121-144.

a pesquisa deve levá-las em conta. Como na teoria da mediação de Jesús Martín-Barbero, em que a cultura de massa e as culturas populares eram parte do jogo dialético de rejeição mútua e, ao mesmo tempo, reapropriação e hibridização, o mesmo poderia ser dito sobre a dialética entre a indústria de mídia contemporânea e culturas participativas. Em meu artigo *From (new)media to (hyper)mediations. Recovering Jesús Martín-Barbero's mediation theory in the age of digital communication and cultural convergence*, publicado em 2015 pela *Information, Communication & Society*, eu trabalhei nessas tensões. Temos que aprender a lidar com elas, evitando assumir posições radicais. O fantasma da discussão dos apocalípticos *versus* integrados está sempre à espreita...

Revista Intercom – Na entrevista para a edição anterior deste periódico, Henry Jenkins afirmou que ‘convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora e aquilo que assegura que a mídia seja mais importante em todos os níveis, desde o mais micro e hiperlocal até o mais macro’³. Na sua opinião, o recente boom da mobilidade por meio de dispositivos móveis em países como o Brasil tem sido capaz de expandir a convergência e conexão?

Scolari – Sua pergunta faz-me lembrar de uma famosa citação de McLuhan em *Understanding Media*: “Os homens bruscamente tornaram-se coletores nômades do conhecimento, nômades como nunca antes, mas também envolvidos em um processo social total como nunca antes; desde a eletricidade expandimos nosso sistema nervoso central de forma global, inter-relacionando instantaneamente cada experiência humana”. A comunicação móvel é uma nova prática social global de produção / consumo de conteúdo e apropriação tecnológica realizada por meio da difusão maciça de dispositivos multifuncionais sem fio. A comunicação móvel nasceu com a convergência explosiva dos dispositivos móveis e do acesso à Internet. Esta é uma experiência perturbadora para o *Homo sapiens*... Estamos apenas apreciando as primeiras consequências dessa convergência / explosão. Este é um processo em curso e ainda não terminou! Neste contexto, considero que a comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporâneos. A pesquisa sobre a comunicação móvel a partir da perspectiva de estudos de mídia está apenas começando e tem um longo caminho a percorrer. Para seguir este caminho, é necessário compreender que um novo meio de comunicação entrou no ecossistema de mídia, um meio com os seus próprios modelos de negócios, gramática, práticas de produção e dinâmicas de consumo. Ao contrário de outros momentos históricos, por exemplo, o nascimento do cinema ou rádio, os estudos de mídia já têm os elementos teóricos, metodológicos e analíticos para estudar a emergência e o desenvolvimento de uma nova espécie dentro do ecossistema de mídia. As consequências

³ JENKINS, Henry; KALINKE, Priscila; ROCHA, Anderson. Convergence and connection are what pushes the media now. *Intercom - RBCC São Paulo*, v.39, n.1, p.213-218, jan./abr. 2016. p.215.

desta aparição serão sentidas por todo o ecossistema de mídia, o que torna necessária a inclusão de comunicação móvel nas agendas dos pesquisadores.

Alan César Belo Angeluci (Entrevistador)

Professor Permanente da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Doutor pela Universidade de São Paulo, com período sanduíche na University of Brighton, Inglaterra. Realizou estudos de pós-doutorado na University of Texas at Austin, EUA. E-Mail: smartmediausers.com