

Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves

World Wide Web: Uma Nova Realidade Social

Universidade Fernando Pessoa

Porto - 2008

Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves

World Wide Web: Uma Nova Realidade Social

Universidade Fernando Pessoa

Porto – 2008

Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves

World Wide Web: Uma Nova Realidade Social

Orientador: Professor Doutor Rui Torres

Parecer do Orientador:

Dissertação apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte integrante dos requisitos para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação.

Universidade Fernando Pessoa

Porto – 2008

Resumo

Este trabalho teve como objectivo principal analisar o papel dos novos media nas sociedades modernas. Tal como a Imprensa, o cinema, a rádio e a televisão, a Internet é um meio de comunicação global; contudo, e devido à sua recente expansão, ainda existem poucos estudos que nos permitam compreender claramente quais os seus efeitos na sociedade.

Alguns desses estudos demonstram que esses efeitos provocam alterações comportamentais até ao momento desconhecidas, e que por isso merecem ser estudadas. É tempo de análises mais diferenciadas sobre a internet, que tenham em conta a forma rápida como tornou parte do nosso dia-a-dia. No entanto, tem havido pouca pesquisa acerca do modo como o uso da Internet se adequa no dia-a-dia dos países desenvolvidos e comparações internacionais são quase inexistentes. De uma maneira geral, os estudos que existem focalizam-se na dimensão de utilizadores que usam a internet, e nas potencialidades desse mercado, em vez de se debruçarem nas características associadas ao seu uso.

Para compreender esta nova realidade foi efectuada uma pesquisa exploratória realizada a partir de obras publicadas sobre a temática dos novos media, permitindo assim ganhar as bases necessárias para a realização do estudo empírico que constituiu a segunda fase deste trabalho.

Assim, e através de um questionário em rede, foi recolhida informação sobre hábitos e comportamentos de indivíduos portugueses, de ambos os sexos, de diferentes estratos sociais e de diferentes faixas etárias, onde se identificaram resultados similares aos encontrados em estudos anteriores, permitindo assim verificar se alguns desses padrões se mantiveram ou não.

Abstract

The main purpose of this work was to analyse the new media in modern society. Such as journalism, cinema, radio and television, Internet is a medium of global communication; however, and due to the recent expansion, there still exists little study that allow us to fully understand these effects on society.

Some of those studies demonstrate that these effects trigger behaviour alterations that are to this moment still unknown, and therefore these need to be studied. It is time for different analysis in regards to the internet, which can explain how it became part of our day life in such a rapid way. In the meantime, there has been little research into the way of how the use of the internet adapts in the day life of other countries and international comparisons are non-existent. In a general way, the studies that exist focus on the dimension of individuals that operate the Internet, and in the potentials of that market, instead of focusing on the characteristics associated with its use.

In order to comprehend this new reality a depth research has been done in relation to the new media thematic, allowing us to understand the necessary basics in order to construct the second part of this work.

Therefore, and through an on-line questionnaire, information relative to the habits and behaviours of Portuguese individuals, of both sexes, of different social classes and different ages was collected, and similar results of those found in previous studies had been identified, allowing us to verify whether or not these modules have maintained.

Resumé

L'objectif de ce travail est d'analyser le rôle des nouveaux moyens de communication dans les sociétés modernes. Internet est, à l'instar de la presse, le cinéma, la radio et la télévision, un moyen de communication global. Les travaux nous permettant de comprendre de façon plus claire quelles sont leurs conséquences au sein de nos sociétés sont toutefois rares, et ce en raison de son développement récent.

Certains de ces travaux démontrent que ces conséquences impliquent des changements dans le comportement humain, changements jusqu'ici inconnus et qui méritent donc d'être étudiés. Il est temps d'analyser de façon plus approfondie, afin d'établir une étude plus précise, ce qu'est Internet sans oublier la façon rapide dont ce phénomène a pris possession de notre vie de tous les jours. Peu de recherches ont néanmoins été effectuées en ce qui concerne l'usage fait d'Internet et la manière dont celui-ci s'adapte au quotidien des pays développés. Les comparaisons au niveau international sont également quasiment inexistantes. En règle générale, les études ayant traité de ce sujet s'intéressent essentiellement aux utilisateurs de ce moyen de communication et aux potentialités de ce marché au lieu de s'attarder sur les caractéristiques associées à cet usage.

Afin de comprendre cette nouvelle réalité, une recherche exploratrice a été faite à partir d'oeuvres traitant des nouveaux moyens de communication, qui nous ont permis d'obtenir les bases nécessaires à la réalisation d'une étude empirique qui correspond à la deuxième phase de cette réflexion.

De cette façon, et grâce à un questionnaire en réseau, des informations sur les habitudes et les comportements des individus portugais, hommes et femmes, de tous âges et de toutes les classes sociales, ont pu être rassemblées. Ces données se rapprochent, de par leur similitude, de celles qui ont été obtenues lors de travaux précédemment réalisés et nous permettent ainsi de vérifier si certains de ces aspects ont connu une évolution ou s'ils sont restés tels quels.

Dedicatória

À minha filha Rita.

Agradecimentos

A todos os meus colegas e professores de mestrado em especial ao Nuno Gouveia e ao meu orientador, Prof. Dr. Rui Torres, pela disponibilidade prestada.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – OS MEDIA E A SOCIEDADE	
1. Perspectivas, Conceitos e Teorias da Comunicação de Massas	6
2. Os Media de Massas e o Surgimento da Esfera Pública	8
3. A Sociedade de Massas e Primeira Idade dos Media	12
4. A Cultura de Massas e a Ideologia dos Media	14
5. Paradigmas da Comunicação - da Massificação à Individualização	15
CAPÍTULO II – REALIDADES DE UMA SOCIEDADE PÓS-MODERNA	
1. As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação	17
2. Sociedade Digital – uma nova realidade	18
3. A Revolução do Digital e o fim da Geografia	20
4. A Pressa do Agora e a Tecnodependência	22
5. Governabilidade - Público Vs Privado	26
CAPÍTULO III – A WORLD WIDE WEB	
1. As Origens da World Wide Web	30
2. A Transmissão Cultural	32
3. A Infoexclusão	33
4. Comunicação Mediada por Computador	35
5. Comunidades Virtuais – o “eu” digital	37
6. A Convergência dos Media	43
7. Estudos de caso	44
CAPÍTULO IV – ESTUDO SOBRE A UTILIZAÇÃO DA INTERNET EM PORTUGAL	
1. Metodologia	51
2. Descrição do Estudo	52
2.1. O Problema	52
2.2. Razões da Escolha	53
2.3. Amostra	53
3. Análise e discussão de resultados	54

CONCLUSÃO	65
BIBLIOGRAFIA	68
ANEXOS	75

INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX a humanidade assistiu a uma série de avanços tanto no campo da ciência, como campo da tecnologia, que mudaram a forma como hoje vemos o mundo. Com o surgimento da Internet nos finais do século XX assistimos a uma hegemonia social do digital, e muito daquilo que anteriormente era feito fisicamente passou a ser feito de uma forma virtual: ganhamos novas formas de comunicar e adquirimos novos hábitos.

No entanto, muitos dos estudos efectuados até hoje indicam que estas novas formas de comunicar prejudicam o contacto social, isolando os indivíduos no seu próprio mundo, tornando-os solitários e individualistas. Por outro lado, a corrente mais liberal vê neste novo meio novas possibilidades de avanços tecnológicos e científicos úteis para a sociedade. A complexidade das diversas abordagens torna particularmente difícil, no contexto deste estudo, escolher ou sustentar uma análise mais profunda baseando-se unicamente por alguma delas. Tentamos, ao invés compreender a dinâmica dessas relações e a forma como influenciam o nosso dia-a-dia, e não investigar, ou tentar perceber, se essa influência é positiva ou negativa.

Assim, este estudo aborda a temática dos novos media partindo de uma base exploratória de alguns conceitos abordados no campo teórico, nomeadamente sobre a Internet, e o seu papel no dia-a-dia das sociedades modernas. Para tentar perceber esta realidade, foi elaborado um questionário disponibilizado em rede, onde se recolheram dados relativos aos hábitos e comportamentos relacionados com o uso da Internet, para posteriormente serem comparados com os dados recolhidos na revisão bibliográfica.

Este trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo debate o tema dos media de massas e o seu relacionamento com a sociedade, nomeadamente a sua tendência em se tornarem cada vez mais individualistas e interactivos. Aborda a influência dos media de massas na política e na cultura bem como alguns dos principais conceitos e

teorias da comunicação de massas, nomeadamente no que diz respeito às diferenças entre as perspectivas progressistas e as perspectivas conservadoras. Também relaciona o conceito de “comunicação de massas” com as associações atribuídas ao termo “massas”, salientando o surgimento das principais escolas de comunicação e o seu contributo para a formulação das primeiras teorias de comunicação. O desenvolvimento dos media de massas e o surgimento da esfera pública como parte evolutiva da história dos media modernos também é aqui descrito salientando o papel que as instituições tiveram, nomeadamente a Igreja, no decurso do surgimento das indústrias dos media. O papel dos media na integração ou desintegração social também aqui é tratado, relacionando o poder dos media enquanto meios de comunicação de massas e o seu papel enquanto plataforma de esclarecimento público. Ainda neste capítulo, abordamos o conceito de cultura de massas segundo a perspectiva Marxista, enquanto assistimos à desculturalização e substituição dos ideais e valores sociais através das “pequenas narrativas” de Lyotard. No final do primeiro capítulo descrevemos algumas das razões que levaram à substituição do paradigma da massificação pelo paradigma da individualização bem como as principais alavancas tecnológicas e ideológicas que ajudaram a esta transição.

O segundo capítulo aborda algumas das realidades das sociedades pós-modernas. O surgimento das tecnologias de informação e comunicação, os aspectos através dos quais os computadores influenciam a cultura e as novas formas de relacionamento entre os cidadãos, os governos e as instituições sociais são aqui abordados. A convergência do analógico para o digital também é explorada neste capítulo onde se identificam alguns problemas relacionados com o fim da geografia, fazendo diminuir o espaço entre o presente e o futuro levando assim ao desaparecimento dos signos e do sentido de espaço público, cultural e social. A forma apressada como hoje vivemos o nosso dia-a-dia e a forma como tentamos exercer poder sobre os meios tecnológicos que existem à nossa volta é aqui igualmente referida através dos conceitos de “choque do futuro” e “ansiedade de informação” descritos por Toffler e Bauman respectivamente. A noção de governabilidade e a discussão entre o que é público e privado também são analisadas segundo a perspectiva utópica da Panopticon de Jeremy Bentham e os argumentos de

Foucault relativamente à organização do poder nas sociedades modernas.

O terceiro capítulo analisa o fenómeno da World Wide Web no que diz respeito às suas características enquanto meio de comunicação de massas, descrevendo algumas das suas principais vantagens como a duplicação, o armazenamento e distribuição de conteúdos. Abordamos as origens da World Wide Web desde a criação da *Advanced Research Project Agency* (ARPANET) até à invenção do hipertexto e das hiperligações por Tim Berners-Lee. Neste capítulo também é abordado o papel da Internet como um meio de transmissão cultural e a crença tecnocrática no progresso humano através da tecnologia onde a cultura hacker desempenha um papel crucial. O uso diferencial da Internet entre os países mais desenvolvidos e os países menos desenvolvidos também é referido neste capítulo onde o surgimento de duas classes sociais como os “ricos de informação” e os “pobres de informação” pode levar à infoexclusão. A comunicação mediada por computador também é aqui referenciada, onde são descritos os principais tipos de interacção e o poder que a comunicação mediada por computador parece exercer na quebra das barreiras sociais. Dentro desta temática também abordamos o conceito de “comunidades virtuais” inicialmente proposto por Howard Rheingold e a forma como estas comunidades geram novos padrões de interacção social, suavizando as barreiras sociais através dos *Multi-User Dungeon* (MUD's) e do *Internet Relay Chat* (IRC) dando lugar à criação e reconstrução de identidades, fazendo assim surgir novos espaços onde a cultura da simulação adquire um papel de importante relevo. Abordamos também a forma como a televisão foi cedendo controlo aos computadores e a possibilidade da Internet em absorver todos os outros meios de comunicação levando assim a uma convergência dos media. Por fim, como base para este problema apresentamos alguns estudos levados a cabo essencialmente no continente Americano, servindo posteriormente de base comparativa com os dados recolhidos.

O quarto capítulo consiste na análise efectuada sobre a utilização da Internet em Portugal onde descrevemos o estudo realizado e a metodologia aplicada. A colocação do problema que levou à elaboração deste trabalho surge com a passagem do paradigma da

massificação para o paradigma da individualização, pois a forma como o indivíduo se relaciona com a sociedade e a forma como esta se relaciona com o indivíduo está a gerar novos comportamentos e novas relações sociais até agora desconhecidas e que merecem ser estudadas. A temática deste assunto merece ser estudada de forma mais intensa clarificando melhor a forma como as sociedades se estão a adaptar a esta nova realidade.

Assim, pretendemos com este trabalho compreender melhor os efeitos relacionados com o uso da Internet no dia-a-dia das sociedades modernas e identificar alguns aspectos que poderão ser úteis para uma melhor compreensão dessas relações.

CAPÍTULO I

OS MEDIA E A SOCIEDADE

Os media de massa são meios de comunicação que operam em grande escala, atingindo e envolvendo membros de uma sociedade em maior ou menor grau, como os jornais, as revistas, o cinema, a rádio, a televisão, e recentemente a Internet. Ao longo da sua evolução, os media tornaram-se cada vez mais especializados, indo de encontro à cada vez mais voraz necessidade das sociedades em consumir informação. A sua tendência, desde a invenção da imprensa por Gutenberg no século XV, é a de se tornarem cada vez mais individualistas, diversificados e interactivos (McQuail, 2003).

Devido à sua relação de proximidade com a sociedade, os media de massas afirmaram-se ao longo da história como parte integrante e imprescindível da sociedade. A sua influência na política e na cultura é inquestionável. Influenciam a política promovendo a democracia, e influenciam a cultura constituindo uma fonte básica de definições e imagens da realidade social, representando o maior foco de interesse e lazer, providenciando “o ambiente cultural” comum para a maior parte das pessoas (McQuail, 2003).

Porém, a relação dos media com a sociedade nem sempre foi passiva, principalmente durante o século XX. A evolução da rádio, da televisão e recentemente da Internet, foi sempre acompanhada de diversos factores que, ao longo da história, nos mostraram o poder destes media em informar e persuadir. Por isso, e devido ao seu importante papel na sociedade, os media de massas foram sendo, e continuam a ser, alvo de análise por parte de muitos teóricos que, ao longo dos últimos anos, têm vindo a contribuir para que se possa compreender melhor o fenómeno da comunicação.

1 Perspectivas, Conceitos e Teorias da Comunicação de Massas

O campo de estudo da teoria dos media é caracterizado por várias perspectivas divergentes. A diferença de perspectivas entre as tendências progressistas e conservadoras tem sido influente na estruturação de uma teoria universal. Por um lado, temos a teoria progressista ou liberal, que pretende produzir uma compreensão dos processos de comunicação, de modo a resolver os problemas práticos e conferir à comunicação de massas uma maior eficiência. Por outro lado, temos a teoria crítica ou conservadora, que tenta expor os problemas subjacentes à prática dos media, e relacioná-los de forma mais profunda com as questões sociais (McQuail, 2003) como a cultura ou a política. Ambas as teorias são importantes para o estudo dos media pois, se por um lado temos o lado positivo que nos traz vantagens e nos ajuda a resolver certos problemas, também existe o lado menos positivo, ou negativo, que nos faz reflectir sobre determinados temas de extrema importância como o grau de manipulação, ou de persuasão, que os media exercem na sociedade.

Embora o conceito de “sociedade de massas” só tenha sido completamente desenvolvido depois da Segunda Guerra Mundial, as ideias essenciais já circulavam antes do século XIX. Neste sentido, o termo “massas” reúne uma série de conceitos importantes para compreender como é que o processo de comunicação de massas tem sido entendido até aos dias de hoje. Os usos iniciais do termo continham associações negativas, pois referiam-se à multiplicidade das “pessoas comuns”, vistas habitualmente como não letradas, ignorantes, potencialmente não racionais, sem regras e mesmo violentas. No entanto, o termo também era usado num sentido positivo, especialmente na tradição socialista, onde conotava a força e a solidariedade das classes trabalhadoras (McQuail, 2003).

Entretanto, e com a evolução das sociedades modernas, no início do século XX assistimos ao surgimento dos media de massas, que aliados a uma forte vertente comercial, influenciaram a visão que hoje temos do termo “comunicação de massas”.

Este termo aparece no final dos anos trinta com as correntes de pensamento provenientes de teóricos como Marx, Weber, Durkheim, Adorno, Horkheimer entre outros.

Janowitz define comunicação de massas da seguinte forma: “A comunicação de massas compreende as instituições e técnicas, pelas quais grupos especializados empregam meios tecnológicos, como os jornais, a televisão, a rádio e o cinema, para disseminar conteúdos simbólicos junto de grandes audiências, dispersas e heterogêneas.” (Janowitz *cit. in* McQuail, 2003).

Por volta dos anos trinta começam a surgir as primeiras teorias de comunicação. Primeiro com a escola crítica de Frankfurt, baseada nos ideais Marxistas, e posteriormente com o surgimento da escola crítica de Chicago, começando a chamar a atenção para questões relacionadas com a coesão e a integração social. Com os estudos provenientes destas escolas, apareceram também as primeiras teorias de comunicação e as primeiras definições do termo “ciência da comunicação”. As ciências da comunicação começaram então a fazer parte do discurso científico da segunda metade do século XX, fazendo com que vários autores dessem o seu contributo para uma formulação mais completa do termo.

Berger e Chaffee (1989, p.99) definiram ciência da comunicação como a ciência que, “(...) pretende compreender a produção, processamento e efeitos, dos sistemas de símbolos e sinais, pelo desenvolvimento de teorias testáveis com generalizações adequadas”. No entanto, um dos aspectos que importa salientar foi a falta de instrumentos epistemológicos para estudar esta nova ciência, fazendo com que os investigadores se apoiassem em ciências vindas de outros campos da ciência, como a sociologia e a psicologia, para tentar assim compreender estes novos fenómenos.

2 Os Media de Massas e o surgimento da “Esfera Pública”

A história dos media modernos começa na segunda metade do século XV, com o aparecimento da famosa “Bíblia de Gutenberg”, e consequentemente do livro impresso. O poder da Igreja católica naquela época fez com que os primeiros livros fossem uma reprodução de textos já extensamente copiados à mão, e só gradualmente a impressão foi tendo uma mudança substancial de conteúdos com o aparecimento de trabalhos mais práticos e populares, bem como panfletos religiosos e políticos, que fizeram parte da transformação do mundo medieval.

Como foi dito anteriormente, esta revolução teve início na Europa medieval, onde o poder da Igreja católica era uma instituição central do poder simbólico. Entenda-se como poder simbólico um poder, “(...) ligado à actividade de produzir, transmitir e receber formas simbólicas. É a capacidade de intervir no decurso das situações, de influenciar as acções de outros” (Thompson, 1996, p.16). Com o domínio do poder nas mãos da Igreja, a sua influência na sociedade era grande. O surgimento das indústrias dos media como novas bases do poder simbólico só tiveram lugar na segunda metade do século XV e foi durante esta época que as técnicas de impressão, originalmente desenvolvidas por Gutenberg, se espalharam pelos centros urbanos da Europa central (Thompson, 1996, p.53).

Nos inícios da imprensa a Igreja suportou fortemente o desenvolvimento de novos métodos de reprodução textual, como forma de fortalecer o seu poder simbólico nas sociedades medievais. Mas a Igreja não conseguiu controlar as actividades das gráficas e das livrarias, havia simplesmente demasiadas gráficas capazes de produzir e distribuir textos em larga escala. Nos finais do século XVI, numerosas tentativas da Igreja foram levadas a cabo para suprimir os textos impressos. Em 1501, o Papa Alexandre VI tentou proibir qualquer publicação que não tivesse a autorização da Igreja, mas enquanto as intervenções da Igreja e da política foram numerosas nos séculos XVI e XVII, os seus sucessos foram limitados (Thompson, 1996). Os

impressores encontravam sempre maneiras de tornear a censura e os livros banidos numa região eram muitas vezes impressos noutra, e contrabandeados por mercados.

Esta evolução teve um papel importante na difusão das ideias de Lutero e de outros reformistas. As 19 teses de Lutero, inicialmente colocadas na porta da igreja de Wittenberg a 31 de Outubro de 1517, foram rapidamente traduzidas em inúmeras línguas, impressas em panfletos e distribuídas por toda a Europa (Thompson, 1996, p.57). Com o advento do protestantismo no século XVI, o monopólio da Igreja foi diminuindo progressivamente mas ela foi continuando a exercer o seu sistema e as suas normas através das escolas monásticas.

A impressão tornou mais fácil a difusão de informação sobre o mundo. Muitas das gráficas especializadas na produção de conteúdos científicos trabalhavam perto das universidades e de professores, na preparação dessa informação (Thompson, 1996, p.58). O aumento do fluxo de informação levou a que essa informação pudesse ser consultada, discutida e debatida por estudiosos de toda a Europa.

Com a implementação da impressão em série apareceram também os primeiros jornais. Estes jornais eram normalmente semanais, e eram geralmente designados por *weekly's*. A impressão destes jornais começou a ser inicialmente feita em Colónia, Frankfurt, Antuérpia e Berlim, onde as notícias eram compiladas e depois enviadas para as grandes cidades. Estes jornais eram também traduzidos em diversas línguas e vendidos em diferentes cidades e países (Thompson, 1996, p.65). A maior parte destas formas iniciais de jornal baseavam-se principalmente em notícias estrangeiras e eventos ocorridos em locais remotos e distantes, e eram normalmente lidos em voz alta, para um público atento e interessado.

Este foi o início de um período relativamente incontrolável e de intensiva publicação de jornais, de livros especializados e de panfletos. Contudo, foi no século XVII, em Inglaterra, que o desenvolvimento de publicações comerciais independentes do estado se começou a implantar (Thompson, 1996). Com o passar do tempo foram surgindo publicações especializadas nas mais diversas áreas e, em 1750, Londres já tinha 5 jornais diários, com uma circulação de cerca de 100.000 cópias por semana, ao contrário de outras regiões da Europa onde a realidade era diferente pois a censura ainda exercia um poder sobre a imprensa obstruindo assim o desenvolvimento da imprensa nestas regiões (Thompson, 1996, p.67).

Com o desenvolvimento do capitalismo e a ascensão da burguesia, o número de indivíduos letrados começou a aumentar. Paralelamente a este fenómeno, com os poderes autoritários dos estados por um lado, e a sociedade civil por outro, emerge uma nova esfera, uma esfera pública burguesa, que consistia na reunião de indivíduos, para debates relacionados com o estado e a sociedade civil (Habermas, 1992).

Contudo, o acesso a essa informação continuava restrito a um pequeno número de pessoas, normalmente pertencentes às elites sociais. Com o aparecimento da leitura em público, a audiência começou a ser relativamente maior face ao pequeno grupo dominante de indivíduos letrados, o que permitiu às classes sociais mais baixas o acesso a informação outrora apenas acessível às elites.

Era nos *coffee-houses* que estes debates eram promovidos. No entanto, e face à liberdade de imprensa verificada em Inglaterra os jornais proliferaram ao mesmo tempo que floresciam as *coffee-houses* - estima-se que em só em Londres, no início do século XVIII, existiam cerca de 300 *coffee-houses* (Thompson, 1996, p.70).

Por outro lado, foi a separação entre o Estado e a sociedade civil, que criou as condições para a esfera burguesa emergir, mas esta foi gradualmente desaparecendo à medida que os Estados começaram a intervir mais activamente, e com mais

responsabilidade, nos assuntos sociais relacionados com o bem-estar dos cidadãos (Thompson, 1996, p.74).

O conceito de esfera pública envolve assim uma série de requerimentos de autenticidade que as pessoas que vivem em sociedades democráticas reconhecem como: livre acesso, participação voluntária, participação além das regras institucionais, a criação de uma opinião pública através de assembleias de cidadãos que trocam argumentos racionais, a liberdade de exprimir opiniões, a liberdade de discutir matérias do estado e a possibilidade de criticar a forma como o poder do estado é organizado (Rheingold, 2000, p.303).

Contudo, a ideia da esfera pública de Habermas também foi alvo de críticas, nomeadamente por ter negligenciado outras formas de discurso público existente nos séculos XVII, XVIII e XIX na Europa. Habermas dá uma ênfase especial à imprensa periódica nos inícios do século XVIII, pelo que este período não foi de todo o primeiro momento das primeiras formas de impressão, pois no século houve um período intenso de publicações periódicas. Por outro lado, Habermas concentra-se apenas na esfera burguesa baseada no princípio de acesso universal, mas na prática este acesso era restrito ao povo em geral, possibilitando apenas aos mais instruídos e com capacidade financeira a participação nestes debates. Habermas também não fala da marginalização das mulheres que não tinham acesso a estes centros de discussão (Thompson, 1996, p.72).

3 A Sociedade de Massas e a Primeira Idade dos Media

A teoria da sociedade de massas é mais importante por razões históricas, do que pela sua relevância actual, pois reflecte uma visão da sociedade de massas - o tipo de sociedade que se desenvolveu a partir da industrialização e da imigração urbana, caracterizando-se pela competitividade e pelos baixos níveis de solidariedade e participação.

As ligações entre os populares media de massas e a integração social eram fáceis de perceber tanto em termos negativos como individualistas, mas era também possível visualizar uma contribuição positiva das comunicações modernas para a coesão da sociedade. Os media de massas eram igualmente uma força potencial para um tipo de coesão, capazes de ligar indivíduos separados, numa experiência comum nacional. A comunicação mediática, como educadora de massas, também pode ser analisada através dos reformadores políticos e sociais, que viram nos media um potencial positivo.

Apesar destes cenários optimistas, os tempos não alteraram a tendência da opinião pública em denegrir os media e esperar que estes resolvam os problemas da sociedade (Drotner, 1992). O elemento mais constante tem sido uma percepção negativa dos media, especialmente a tendência de se ligar as suas coberturas sobre o crime, sexo e violência, à aparente desordem social. Paradoxalmente ou não, foram os próprios media que chamaram a atenção e amplificaram muitos desses pontos de vista (McQuail, 2003). Apesar disso, a atitude dominante para os fenómenos de massas tem sido negativa. As várias ideias sobre os media e a sociedade ajudaram a construir o paradigma da massificação, apresentado pelos críticos como hegemónico, massivo e opressivo, pois anula ao homem a capacidade de escolha. Assim, a massificação é normativa pois presume um certo tipo de “boa sociedade”, democrática, liberal, plural e ordeira - o estudo dos media tem sido efectuado, até há pouco tempo, perante este modelo.

No entanto, o que aconteceu nas primeiras décadas do século XX é de interesse histórico, e as primeiras reflexões providenciaram um ponto de referência para compreender o presente. Três conjuntos de ideias têm sido de particular interesse (McQuail, 2003). A primeira ideia diz respeito à questão do poder dos novos meios de comunicação, a segunda à integração ou desintegração social, e a terceira é relativa à questão do esclarecimento público ou do seu oposto. No que diz respeito ao poder dos media de massas, a I Guerra Mundial viu a mobilização dos jornais e do cinema na Europa e nos EUA, para os fins bélicos nacionalistas dos Estados em disputa. Esta impressão foi ainda reforçada mais tarde na Alemanha nazi, onde os media trabalhavam ao serviço da propaganda. Acontecimentos mais recentes como a Guerra Fria, a Guerra do Golfo, ou o conflito do Kosovo, confirmaram os media de massas como componente essencial de qualquer luta pelo poder, onde a opinião pública também adquire um papel de extrema importância, reforçando o poder dos media na transmissão de um grau de consenso na mensagem difundida e construindo alguma credibilidade e confiança por parte as audiências.

Assim, relativamente à integração ou desintegração social, os teóricos sociais no século XIX e no princípio do século XX estavam conscientes da transformação que ocorria à medida que a sociedade tradicional dava lugar a uma sociedade moderna. Por fim, a terceira ideia, relativa ao esclarecimento público ou do seu oposto, foi, e ainda é, um dos grandes debates acerca da ética operacional dos media, pois, para além da sua forte vertente comercial, os media também exercem um papel importante na forma como informam e esclarecem as sociedades (McQuail, 2003).

4 Cultura de Massas e Ideologia dos Media

“Entre a consciência e a existência estão comunicações, que influenciam a consciência que os homens têm da sua existência” Wright Mills

Edward Taylor, em 1871, foi o primeiro a formalizar o conceito de cultura. Segundo Taylor, cultura, num sentido etnográfico, é “um espaço complexo que engloba conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes e outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade” (Taylor *cit. in* Thompson, 1996). Para Thompson (1996, p.58) cultura, é “(...) a soma de crenças, costumes, ideias e valores, bem como artefactos, objectos e instrumentos, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de uma sociedade ou grupo”. Red Bain ainda é mais sucinto definindo cultura como: “Todo o comportamento mediado por símbolos” (Bain *cit. in* Thompson, 1996, p.58). Por outras palavras, cultura é aquilo que pode ser observado num grupo de indivíduos que partilham as mesmas crenças e costumes, é a representação de algo que é construído ao longo dos anos, sendo a base de todas as tradições.

Segundo a perspectiva Marxista, os media trabalham ideologicamente, disseminando ideias e pontos de vista mundiais da classe dominante, negando o acesso a ideias alternativas que possam levar à mudança. Ao actuarem de uma forma centrada e organizada, os media evitam a mobilização dessa consciência. Marcuse (1964) interpretou os media como envolvidos em “vender”, ou impor um sistema social, ao mesmo tempo desejável e repressivo. Para o autor, a principal contribuição dos media é estimular e satisfazer “falsas necessidades”, levando à assimilação de grupos, sem qualquer interesse material em comum.

Com a evolução das sociedades contemporâneas, assistimos a uma desculturalização, a uma substituição de ideais e valores, que levaram a uma reformulação do conceito de cultura de massas. No entanto, a verdadeira questão que se coloca à evolução das sociedades contemporâneas não é a queda da cultura, mas a sua transformação interna; não o fim da civilização humana, mas antes o desgaste constante e irrevogável

do seu potencial humano. Assim, não é uma explosão que devemos prever mas uma lamentação, o lamento de homens e mulheres que atingiram um vazio por verem os seus sonhos tornarem-se realidade (Eliot, 1958).

Liotard (1984) estuda a condição do saber na sociedade dita pós-moderna, destacando a importância da informação e da informática no desenvolvimento, do que ele chama de “Sociedade do Conhecimento” - um contexto pós-industrial, onde o conhecimento se torna um produto através do uso das tecnologias de informação e comunicação. Distintas de tais transições sociais estão as transformações culturais, que Lyotard caracteriza como, a desacreditação das “meta-narrativas” que definem a modernidade. As proclamações universais de progresso social estão a ser substituídas pelas “pequenas narrativas” que invocam a criatividade e a auto-validação do discurso local sem base científica. São estas “pequenas narrativas” pós-modernistas que, segundo o autor, caracterizam o discurso cultural no ciberespaço.

5 Paradigmas da Comunicação – da Massificação à Individualização

O paradigma da massificação desenvolveu-se ao longo do século XX, até meados dos anos 70, onde começou o seu declínio, devido, em grande parte à penetração massiva da televisão nos lares das sociedades modernas de todo o mundo.

Com a queda do paradigma da massificação, e com a nova vaga de jornalismo dos anos 60, as redacções dos jornais começaram a abandonar o método descritivo, substituindo-o pelo método interpretativo. Com o reaparecimento da subjectividade, devido à forma mais interpretativa com que os jornalistas criavam as notícias, nasce a imprensa especializada, e é nos finais do século XX que assistimos à primeira mudança de paradigma - a passagem do paradigma da massificação para o paradigma da individualização.

As alavancas tecnológicas deste novo paradigma foram o aparecimento da Internet, a evolução da tecnologia via satélite e o surgimento da rádio e da televisão digital. A

alavanca ideológica foi essencialmente marcada pelo direito à diferença, pela individualização e pela personalização. Assim, esta individualização baseia-se numa visão diferente da sociedade, pois não aceita a ordem prevalecente liberal-capitalista como justa e inevitável. Com o pós-modernismo estamos agora confrontados com novas possibilidades tecnológicas para a comunicação, não massivas nem unidireccionais.

Entretanto, nos anos 90 surgem duas correntes importantes de pensamento directamente relacionadas com as novas tecnologias de informação e comunicação - são elas o tecnoliberalismo e o tecnorealismo. O tecnoliberalismo fortemente apoiado por Negroponte (1995) é baseado no conceito de interactividade, onde assistimos à substituição de um modelo unidireccional por um modelo bidireccional; no conceito de multimédia, que une os variados tipos de comunicação numa plataforma só e, por fim, no conceito de sinergia, que representa a junção de competências para o mesmo fim comunicacional levando à convergência dos media. Por outro lado, os tecnorealistas representam a corrente crítica do paradigma claramente teorizada por autores como Loader, Virilio, Barbrook, Cameron, entre outros, que tentam encontrar novas ferramentas epistemológicas para perceberem quais os seus efeitos na sociedade.

Entramos na era da pós-modernidade, caracterizada por uma descrença no progresso, numa descrença no discurso, uma descrença na funcionalidade fortemente relacionada com as novas relações que estão a surgir nas sociedades pós-modernas.

CAPÍTULO II

REALIDADES DE UM A SOCIEDADE PÓS-MODERNA

1 As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

As novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) trouxeram ao mundo a possibilidade de aceder à informação em tempo real, de uma forma simples, rápida e eficaz - a expressão “tempo real” tornou-se parte do nosso vocabulário. Nos dias de hoje seria difícil exercer uma actividade profissional, de uma forma 100% eficaz, sem o acesso a estas novas tecnologias. O modo como operam, e as funcionalidades que nos oferecem, tornaram-nos mais exigentes mas também mais dependentes das suas capacidades. Os estímulos dados pelas TIC são cada vez mais fortes, e a sociedade, por seu lado, exige uma resposta cada vez mais rápida a todas as questões - com esta nova realidade social, os padrões de vida alteraram-se.

O poder das TIC ainda não foi testado como foi a televisão, a rádio e a imprensa nos grandes conflitos mundiais do século XX. No entanto, existem alguns exemplos que nos demonstram a força que as novas tecnologias exercem na sociedade. Shapiro (1999) dá-nos um exemplo claro desse poder relatando um facto ocorrido durante a guerra na Jugoslávia. No início da guerra na Jugoslávia, após os Sérvios ganharem as eleições locais, o poder autoritário de Slobodan Milosevic anulou essas eleições. Os protestantes contra Milosevic encheram rapidamente as principais ruas da Sérvia, apoiados por uma estação de rádio independente chamada Rádio B92, que regularmente emitia informações actualizadas sobre estes protestos. Reconhecendo o poder da estação, Milosevic mandou encerrá-la. Ao controlar as estações de televisão Sérvias, Milosevic terá pensado que tinha finalmente silenciado a oposição. Contrariando o poder de Milosevic, a rádio B92 orientou o seu programa para a Internet onde estava disponível para todos os computadores da Sérvia. As notícias acerca dos activistas começaram imediatamente a encher as caixas de e-mail dos governantes oficiais, grupos humanitários, jornalistas e apoiantes. Esta acção teve

tanto impacto que, em 2 dois dias, Milosevic voltou a colocar a estação no ar (Shapiro, 1999, p.7). Este exemplo mostra-nos que nem sempre as sociedades mais autoritárias e ditatoriais conseguem controlar o poder da tecnologia.

Contudo algumas sociedades ainda conseguem remar contra esta tendência como podemos observar em alguns países da Ásia onde o acesso à Internet é regulado pelo governo temendo que o acesso a todo o tipo de material possa criar fissuras e dissidentes. O governo Chinês, por exemplo, define que tipo de informação deve ser acedida on-line. Os utilizadores da Internet na República Popular da China têm que se registar na polícia, e estão proibidos de espalharem informação que ameace a ordem pública. Entre os vários sítios web estão o The New York Times, o Wall Street Journal e CNN (Shapiro, 1999, p.63).

2 Sociedade Digital – uma nova realidade

“Não há muito tempo o mundo era estúpido e nós éramos inteligentes, mas o mundo assistido por computadores está a tornar-se mais rápido e mais esperto que nós”
Derrick de Kherkove

Se observarmos, não faz há muito tempo que a estabilidade estava socialmente e culturalmente reforçada. Havia regras sexuais rígidas e o trabalho, embora repetitivo, era estável - o trabalho e o local onde vivíamos era para toda a vida. Mas estes mundos estáveis foram quebrados. O que importa agora é a capacidade de adaptação e mudança – para novos trabalhos, novas carreiras, novas regras sexuais e, claro, novas tecnologias (Turkle, 1995, p.255).

Segundo Kerkhove (1995), existe uma tensão entre dois aspectos de como o computador influencia a cultura contemporânea. Ao nível individual, os computadores facilitam o pluralismo do seu uso, oferecem diferentes coisas a diferentes pessoas, permitem o crescimento de diferentes e variadas culturas. Numa

escala global, os computadores oferecem uma experiência ressonante com a pós-modernidade, que defende os privilégios culturais, formalmente assumidos pelo modernismo.

Paralelamente a esta realidade, estão a surgir importantes fenómenos sociais com o impacto da internet no dia-a-dia das pessoas, como, por exemplo, o rápido aumento de utilizadores, e a fidelidade dos utilizadores face às actividades baseadas no uso da internet. No entanto, enquanto o uso da Internet está fortemente ligado ao trabalho (UCLA CPP, 2000), o uso da Internet em casa está a fomentar a sua “domesticação”, as pessoas não estão apenas a usar a internet a partir de casa, estão a trazer o seu trabalho para casa (Wellman e Haythorthwaite, 2002, p.9), o que torna a exposição a este novo media ainda maior.

Para Brian Loader (1997), o ciberespaço está a fazer surgir novas formas de relacionamento entre os indivíduos, governos e instituições sociais. Resultante destas novas formas de relacionamento, assistimos ao aumento das ligações electrónicas, entre as organizações que levam à horizontalidade dessas mesmas relações: “relações burocráticas verticais de comando e controlo são substituídas gradualmente por relações horizontais de consensos organizacionais e de compromissos numa base não hierárquica” (Loader, 1997, p.119).

No entanto, a Internet é apenas mais uma, de muitas ferramentas, que as pessoas usam para comunicar. É um lugar virtual onde as pessoas interagem, expressam sentimentos, fazem novas amizades, contudo, também é um lugar onde as pessoas procuram magoar, enganar e explorar outros (Katz e Rice, 2000). Para Anderson (2002) a internet não está a mudar necessariamente a forma de vida dos indivíduos, as pessoas não estão a fazer nada de novo em particular, estão a fazer as coisas que sempre fizeram, só que de maneiras diferentes.

Como Bertman (1998, p.208) argumenta, “(...) nesta sociedade sincrónica, não existe um conjunto de regras estabelecidas, obedece-se só ao fluxo, em vez de normas culturais, existem novidades e tendências volúveis. Devido à aversão sentida pela tradição e à falta de memória histórica, o indivíduo torna-se vulnerável e deixa-se inconscientemente manipular pelos governantes.”

Torna-se portanto importante analisar e questionar as novas formas de interação social, que estão a ser provocadas por esta nova realidade social. Neste sentido, uma ciência sobre o comportamento na Internet não iria a curto prazo refazer a forma como as pessoas se comportam hoje *on-line*, mas o conhecimento dessas dinâmicas comportamentais traria um importante *know-how* que ajudaria, por exemplo, a regular aspectos como o direito à privacidade ou os direitos de autor.

3 A Revolução do Digital e o fim da Geografia

A expressão é a nova marca desta nova revolução, uma revolução tecnológica e social, a convergência do analógico para o digital, a conversão dos átomos em bits (Negroponte, 1995). Seguramente que o surgimento do e-mail foi o factor mais marcante desta nova revolução digital, pois com o e-mail as sociedades ficaram mais próximas umas das outras, fazendo com que a informação circule de uma forma até agora nunca vista.

Ao aumentar a velocidade com que a informação circula, aumenta também a nossa rapidez de acesso a essa informação, o que faz com que a fronteira entre o passado e o presente diminua. Analisando as evoluções dos media tradicionais, podemos perceber melhor a célebre frase de McLuhan - “Na idade da electricidade, vestimos toda a humanidade com a nossa pele”. A forma como a electricidade nos dias de hoje entra nas nossas vidas, aumenta e acelera a nossa dependência e necessidade de informação. Estamos a passar de uma cultura modernista de cálculo para uma cultura

pós-modernista de simulação (Turkle, 1995, p.20). Assistimos à redefinição dos valores familiares, religiosos, nacionalistas, e identidades étnicas com diferentes grupos culturais e movimentos sociais a procurar novas formas de identidade (Slevin, 2000, p.23). Os mitos do passado são recriados e consumidos novamente no presente como se de novos mitos se tratassem (Bertman, 1998, p.208).

No entanto, para Pile e Thrift (1996), a diminuição da distância e a aproximação da geografia revela-nos dois problemas. Em primeiro lugar, este conceito tenta igualar a distância e geografia, tentando fazer parecer que com a diminuição da distância diminua, ou até elimine, a importância da geografia. Por outro lado, a distância, que mede o tempo que se leva de um local para o outro, é diferente da geografia, que representa o próprio local em si. Com o fim da geografia assistimos ao desaparecimento dos signos, ao desaparecimento do sentido de espaço público, cultural e social. Os sentidos utilizados na comunicação face-a-face, como a percepção, comportamento, visão e olfacto, deixam de estar presentes no nosso dia-a-dia enquanto comunicamos - assistimos a uma “perda de sentidos”.

Ainda segundo estes autores, o segundo maior problema com o argumento da morte-da-distância é que esta tenta apenas ver a geografia em termos físicos, como espaço material, e não como o espaço simbólico, social e de construção cultural, com a representação da nossa imaginação do espaço e das nossas relações físicas com ele. Quer isto dizer que os espaços são valorizados, não só porque constituem densas comunidades de redes face-a-face, mas também porque são comunidades imaginadas, lugares saturados, com identidades culturais específicas importantes, pois um número suficiente de pessoas acha que são importantes (Mosco, 2000, p.40). Não obstante toda a discussão à volta do tema da morte-da-distância, investigadores demonstraram que, quer definido em termos geográficos quer electrónicos – “*place matters*” (Mosco, 2000, p.51).

4 A Prensa do Agora e a Tecnodependência

”Um homem sempre apressado tem muito pouco de civilizado” Will Durant

Vivemos num tempo onde presenciamos uma “sede” de tecnologia, a sensação de ter poder sobre algo tecnologicamente avançado. As pessoas querem o último modelo do electrodoméstico não porque alguma vez irão usar todas as suas funcionalidades, mas porque estas lhes dão uma sensação de poder. Quando compramos um sistema electrónico caseiro, queremos que ele cumpra todas as funções possíveis, não porque algum dia as vamos usar, mas porque nos sentiríamos limitados e inadequados sem elas.

Segundo Bertman (1998), quando as pessoas são submetidas a mudanças excessivas num curto espaço de tempo, provocam um estado psicobiológico que Alvin Toffler, há 35 anos, descreveu como “choque do futuro”. Para Toffler, as transformações a nível tecnológico e social ocorriam demasiado depressa sem darem tempo às pessoas de se adaptarem a elas. A fim de se adaptarem a estas mudanças, a sociedade sincrónica renunciou aos valores tradicionais e os valores que restaram ficaram pervertidos no decurso do processo de se acomodarem a um ritmo de vida mais apressado. As tradições tornam-se incompreensíveis, a história irrelevante, e as memórias difusas (Toffler *cit. in* Bertman, 1998). A força do agora substitui o longo prazo e o duradouro pelo imediato, a permanência pela transitoriedade, a memória pelas sensações e a reflexão pelos impulsos (Bertman, 1998, p.15).

Com o declínio das tradições passamos a viver inundados de informação, o ritmo é de tal maneira alucinante que a nossa mente não consegue processar toda a informação, começamos a sofrer de ansiedade de informação, “(...) um estado que é provocado pela lacuna, cada vez maior, que existe entre aquilo que sabemos, e aquilo que devíamos saber” (Wurman, 1989, p.19). É possível que se possua ou consuma duas vezes mais do que há meio século atrás, mas acabamos por trabalhar mais tempo só para possuir e consumir mais bens. As tarefas são delegadas e passam, por sua vez, a ser menos pessoais, os centros de dia, e as amas, ocupam o lugar dos pais, bem como

a *fast-food* e as refeições preparadas no micro-ondas, substituem a comida caseira (Bertman, 1998, p.26).

Também os jogos electrónicos, pelo facto de desafiarem os jovens a acompanhar o ritmo dos impulsos electrónicos, condicionam artificialmente os jovens para a arte de viver à pressa (Bertman, 1998, p.115). A aceleração da infância é especialmente evidente no comportamento social dos jovens. Estudos indicam que em média os jovens praticam sexo com uma idade cada vez mais precoce e têm filhos antes do casamento numa percentagem cada vez maior (McLeod *cit. in* Bertman, 1998). Como as diferentes fases da vida são aceleradas, hoje as crianças estão a ter crianças (Bertman, 1998).

O nosso dia-a-dia é constantemente inundado de mensagens vindas de uma sociedade materialista. Nesta sociedade materialista, o mercantilismo distorce o nosso sentido de tempo (Bertman, 1998, 142). No mesmo instante que acaba o Natal, os cartões do Dia dos Namorados já enchem as prateleiras, em pleno Inverno começam a surgir nas montras as colecções de Verão. Esta necessidade de antecipação é o reflexo da nossa sociedade materialista e mercantilista, da necessidade de ter hoje o que podemos ter amanhã: “Numa sociedade submetida ao feitiço do agora, a novidade tem uma atracção mágica, porque o novo é a personificação do presente” (Bertman, 1998, p.168). A par desta realidade, a electrónica reduz o intervalo de tempo entre o “antes” e o “depois”, pois minimiza a noção de intervalo. A aceleração dos processos de fabrico reduziu o tempo necessário para o desenvolvimento do produto. A redução do tempo de desenvolvimento dos produtos reduziu radicalmente as expectativas de vida dos novos produtos. Vivemos numa sociedade pós-modernista onde nada é adquirido para sempre - vivemos numa sociedade do “*usa e deita fora*”.

John R. Walter, presidente da AT&T, dizia o seguinte: “Antigamente costumávamos fazer alterações nos negócios obedecendo a esta ordem: Preparar. Apontar. Fogo! Hoje a ordem tem de ser: Disparar! Apontar. Disparar! Apontar. Disparar! Dispara-se primeiro antes de se apontar ao alvo, vemos o que acontece, fazemos correcções e

disparamos novamente”. Talvez isto represente o preço que as empresas estão a pagar pela excessiva necessidade de consumo que incutiram nas sociedades. Na realidade, a força do agora é uma ilusão mantida pela corrida da vida social que impede a reflexão (*cit. in Bertman, 1998*).

Cada tecnologia que adquirimos concede-nos um poder artificial, excedendo as capacidades que de outro modo devíamos apenas possuir através da natureza. Ao mesmo tempo que nos concede esse poder, a tecnologia oculta as limitações invisíveis que podem vir a ser a nossa ruína, pois confia-nos meios cuja utilização exige um grau de autodomínio que muitos de nós não possuímos.

Segundo Bertman, ao esforçarmo-nos por tornar a nossa vida mais fácil e rápida, recorreremos a meios técnicos altamente avançados, mas depois descobrimos que são precisamente esses artifícios que ameaçam a saúde e a integridade da sociedade onde vivemos: “à luz do deslumbramento do presente, os contornos obscuros do futuro podem ficar ocultos” (Bertman, 1998, p.36).

Platão (1993) diz-nos que a caverna é uma metáfora da nossa vida intelectual. Todos nós vivemos numa caverna, somos todos prisioneiros das trevas e devemos, de alguma forma, libertar-nos da escravidão da falsa informação, a fim de encontrarmos o caminho de saída para a luz da verdade. Mas esse caminho por vezes é acidentado, e se não soubermos utilizar bem os instrumentos que temos ao nosso poder, podemos nunca chegar a encontrar essa verdade. No entanto, hoje, em pleno século XXI, o inimigo não serão as trevas mas sim a luz – o excesso de luz (Bertman, 1998, p.42), tal como a pupila do olho se contrai quando reage à luz excessiva, também os receptores da mente se contraem quando reagem à informação excessiva.

O psicólogo Robert Jay Lifton (1993), no seu livro *The Protean Self*, adoptou a imagem de Proteu como símbolo da adaptação e da esperança. Para o autor, ter capacidade de adaptação e uma personalidade “Proteica” é uma arte de sobrevivência num mundo em rápida mudança.

Nesse sentido, e segundo Bertman, “(...) as nossas expectativas diárias são de facto comandadas pela tecnologia que existe à nossa volta” (Bertman, 1998, p.103). No entanto, e face a esta realidade, à medida que a eficiência da tecnologia aumenta, diminui o tempo que antes era necessário para cumprir certas tarefas convencionais, mas à medida que nos vamos adaptando a estes aparelhos e à eficiência cada vez maior que eles nos oferecem, as nossas expectativas e frustrações aumentam. A própria sociedade é arrastada para a alta velocidade da luz, como se obedecesse ao princípio de dinâmica de fluídos, conhecida por Lei Bernoulli. Bernoulli foi um matemático do século XVIII que ao procurar entender o comportamento dos fluídos descobriu que à medida que aumenta a velocidade de um fluído em movimento, este tende a atrair ou a arrastar consigo um fluído adjacente que se encontra estático, ou que se move a um ritmo mais lento. Para as pessoas que se entregam a esta velocidade, que “vão na corrente”, resultaria na tranquilidade de se sentirem integradas. Para os que resistem, ou não são capazes, resultaria num *stress* constante (*cit. in* Bertman, 1998).

Assim, as sociedades, ao serem arrastadas por esta corrente tecnológica, provocam nos seus cidadãos mudanças que nem sempre são bem recebidas, mas que se apresentam inevitáveis face ao cenário traçado. O sociólogo Claude Ficher observava o seguinte: “(...) as novas tecnologias incomodam as pessoas que estão contra elas por várias razões, mas quando se ultrapassa a fase da novidade há uma tendência para serem absorvidas, e passarem a fazer parte da vida quotidiana” (*cit. in* Bertman, 1998).

Esta nova era da comunicação é também, paradoxalmente, uma era de vulnerabilidade. Numa sociedade altamente dependente da comunicação, o indivíduo é mais do que nunca susceptível à qualidade da informação que recebe, e por esse motivo, pode ser mais controlado por outros.

5 Governabilidade - Público Vs Privado

A governação no mundo pós-moderno é caracterizada pelo enfraquecimento do estado-nação, através da acentuação das dimensões locais e globais da interacção humana (Loader, 1997, p.9). As TIC, ao facilitarem a eliminação das fronteiras culturais, descentralizam o poder e as tradicionais funções dos estados, como a defesa externa, a vigilância interna e a manutenção dos direitos civis.

A governabilidade é um tipo de poder que surge através do processo, no qual o estado tenta melhorar a saúde da nação e a felicidade dos cidadãos, através da identificação das necessidades dos indivíduos, ao mesmo tempo que regula e policia as suas acções, de forma a fortalecer o seu poder. Contudo, governabilidade não deve ser confundida com coerção (Foucault, 1991, p.100).

Nos primórdios da democracia em Atenas, a *Agora* correspondia ao lugar onde as pessoas se encontravam para conversar, argumentar, debater ideias, encontrando fragilidades nas políticas ao debaterem sobre elas. Mas uma outra visão pode ser aplicada à internet, uma visão ensombrada de uma utópica Panopticon, uma prisão idealizada por Jeremy Bentham, onde um único guarda poderia observar todos os reclusos, graças à arquitectura oval da prisão. Foucault, no seu livro *Discipline and Punish*, defende que a arquitectura das comunicações em rede constitui uma forma de Panopticon camuflada, pois sem sabermos, estamos constantemente a ser vigiados. Foucault defende ainda que a Panopticon é uma visão de como os poderosos podem usar tecnologias de vigilância para controlar o poder. Tal como a habilidade de ler, escrever e comunicar livremente dá aos cidadãos um poder que os protege dos poderes do estado, a habilidade de vigilância e de invadir a “privacidade” dos cidadãos dá aos estados o poder de confundir, exercer coerção e controlar os cidadãos (Rheingold, 2000, p.309).

Foucault também desenvolveu um argumento distintivo sobre a organização do poder nas sociedades modernas e a alteração da relação entre poder e visibilidade. Para Foucault, as sociedades ancestrais eram sociedades de espectáculo, o exercício de

poder estava aí fortemente ligado à manifestação de força e superioridade dos soberanos. Era um exercício de poder onde poucos eram visíveis para muitos, e onde a visibilidade de poucos era utilizada para exercer poder sobre muitos (cit. in Thompson, 1996). No entanto, na era do livro o controlo da linguagem foi sempre privado. Com os media electrónicos porém, o controlo da linguagem tornou-se público e oral. Com o advento da internet temos o primeiro meio que é oral e escrito, privado e público, individual e colectivo ao mesmo tempo (Kerkhove, 1995, p.249).

Esta realidade cria uma discussão entre o que é público e o que é privado. No entanto, a distinção entre público e privado tem origem nos debates filosóficos da Grécia antiga, no que diz respeito à vida da *polis*, onde cidadãos comuns se juntavam para discutir assuntos de interesse geral (Thompson, 1996, p.120). Segundo Keane, público quer dizer “aberto” ou “disponível para o público”, o que é privado, ao contrário, é tudo aquilo que está escondido, o que é feito, ou dito em privado (cit. in Thompson, 1996).

Mas pode o ciberespaço promover a democracia e proteger a privacidade? Podem as tecnologias de informação e comunicação promover a comunicação, expressão política e acção entre os cidadãos que não se podem conhecer pessoalmente, assegurando que estes podem confiar na segurança dos media electrónicos, e na sua integridade contra a vigilância e invasão da privacidade? (Loader, 1997, p.157).

Se observarmos os aparelhos de vigilância, como as câmaras de vídeo nos locais públicos, vemos um bom exemplo do poder dos estados na vigilância, e na diminuição da fronteira entre o que é público e privado. Claro que neste tipo de atitudes tem sido sempre dito que o objectivo se baseia no controlo do crime, e não repressão política, mas como já foi dito anteriormente, a internet é um meio desregulado. Podemos comparar a World Wide Web ao Wild Wild West americano, onde cada um tem as suas próprias regras e embora exista um esforço global para uma regulação homogénea, cada qual faz aquilo que entende, quando bem entende, sem que na maior parte das vezes seja punido com justiça.

Torna-se portanto necessário clarificar estas novas formas de poder relativamente às características do meio onde se inserem e assim verificar de que forma esse poder é exercido na World Wide Web pois com o poder das TIC o controlo torna-se mais eficaz.

CAPÍTULO III

A WORLD WIDE WEB

A Internet de que a World Wide Web é apenas uma parte, é de certo modo um fenómeno fascinante e complexo, que não pode ser caracterizado pelas experiências efectuadas aos media anteriores. É uma comunicação de massas nos dois sentidos, é global, e até agora ninguém pode dizer como poderá ser regulada, alterando-se a um ritmo sem antecedentes históricos (McChesney, 2000, p.6). Na Internet só vemos aquilo que desejamos ver, e tudo o que queremos ver está lá, se o soubermos encontrar. O que acontece por vezes é que ao procurar aquilo que queremos, somos desviados para outras dimensões, para outros caminhos, que quando mal definidos, podem causar alguns danos. Como Dyson defende, a Internet não é um meio de propaganda, mas sim de conspiracia pois “(...) à medida que as pessoas se direccionam para a Internet, tendem a perder o seu senso comum e acreditam nas histórias e teorias mais irreais - infelizmente, nós como sociedade, não aprendemos ainda a *Net Literacia*” (Dyson, 1998, p.50).

A Internet também transformou o mundo empresarial, criando uma nova classe de empreendedores. Foi o meio e o motor necessário para a formação de uma nova economia, alicerçada em novas regras, em novos processos de gestão e cálculo económico. Permitiu transformar o poder mental, na capacidade de gerar novos recursos, de transformar ideias em empresas. No entanto, podemos caracterizar a Internet, em primeiro lugar, pela interactividade de muitos-para-muitos.

Esta interactividade, de muitos-para-muitos, representa um dos aspectos mais democráticos da Internet, pois permite aos indivíduos a criação de conteúdos, em vez de serem apenas receptores passivos. Como o conteúdo da Internet é digital, pode ser armazenado, usado e manipulado de uma forma nunca antes imaginada. Devido a esta simplicidade, o conteúdo digital pode ser facilmente replicado com pouco esforço, tornando a disponibilização e distribuição de conteúdos, uma das principais

características deste novo meio.

A Internet é distribuída através de uma rede baseada em fluxos de pacotes de informação. Quer isto dizer que a informação é repartida em pacotes, cada um deles com uma direcção definida, permitindo assim que viajem separadamente e que depois se voltem a juntar, para formar o conteúdo inicial. A Internet é igualmente interoperada, ou seja, está aberta a todos os que se queiram conectar. Um facto interessante, e que representa a abertura da Internet, é o facto de o seu protocolo básico de troca de informação, o *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP), não ter propriedade, e por isso não pertencer a ninguém (Shapiro, 1999, p.17) - o que demonstra de certa forma o carácter libertino deste novo media de comunicação global.

1 As Origens da World Wide Web

A Internet surgiu nos anos 60 em plena Guerra Fria. Nesta época, o departamento de defesa dos E.U.A pretendia criar uma rede de computadores inter-ligados, que no caso de ser quebrada, continuaria a funcionar. Foi então criada a *Advanced Research Projects Agency* (ARPA). A ARPA envolvia a investigação de técnicas e tecnologias que interligassem redes de computadores de vários tipos. O objectivo era desenvolver uma rede que permitisse a troca de informação entre vários centros de pesquisa, e permitisse igualmente que esses utilizadores pudessem partilhar entre eles a informação dos seus computadores. ARPANET foi criada em 1969 e foi reconhecida como a origem da Internet. Entretanto, uma série de desenvolvimentos foram responsáveis pelo sucesso da ARPANET. Primeiro, a ideia de comunicação entre computadores remotos e, segundo, o facto de os computadores começarem a deixar de ser vistos como aparelhos usados apenas para resolver problemas matemáticos. Outro desenvolvimento importante foi a invenção da tecnologia de comunicação TCP/IP (Slevin, 2000, p.29), que permitiu uma linguagem uniforme no envio e

recepção de dados.

Como foi dito anteriormente, a ARPANET foi a primeira ligação em rede de computadores, conectando quatro locais remotos. Esses locais foram a Universidade da Califórnia em Los Angeles, o Instituto de Standford na Califórnia, a Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e a Universidade de Utah. Com o aparecimento global de infra-estruturas de informação, diferentes redes foram utilizadas, só que muitas vezes usavam protocolos incompatíveis, o que trazia problemas na troca de dados. Nessa altura foi criado o protocolo TCP/IP. O TCP organizava os dados em pacotes, colocava-os em ordem de chegada ao destino e verificava eventuais erros, e o IP era responsável por distribuir os pacotes pela rede. Em 1983 todas as redes que se ligassem à ARPANET teriam que usar o TCP/IP, e o antigo Network Control Protocol foi completamente substituído (Slevin, 2000, p.32). Em 1983 a ARPANET começou a criar algumas preocupações ao nível da segurança, e nessa altura foi dividida em duas redes, a MILNET, que desempenhava um papel mais militar, e a ARPANET, que continuava com a sua função inicial. Contudo, e durante os anos 80, o papel da ARPANET como responsável pela ligação entre redes foi gradualmente ultrapassado pelo centro de super-computadores (NSFNET) criada pela *National Science Foundation* (NSF), e em 1990 a ARPANET foi totalmente desmantelada e desactivada.

Mais tarde, a NSF estabeleceu três contratos. O primeiro acordo foi com a *Network Solutions*, permitindo-lhes que fornecessem domínios na Internet, o segundo foi com a AT&T, para manter os directórios da Internet e serviços de base de dados, e por fim, o terceiro acordo foi estabelecido com a *General Atomics*, contratada para manter a provisão da informação aos utilizadores da Internet. Em 1995 a NSFNET foi desligada completamente. A maior parte do tráfego da Internet é agora estabelecido por outras redes providenciadas por organizações empresariais, os chamados *Internet Service Providers* (ISP).

Em meados dos anos 90, as organizações começaram a utilizar o TCP/IP e nasceram as chamadas “Intranets”. Outras organizações começaram a utilizar o mesmo protocolo para trocar informação interna entre as suas redes internacionais, e assim nasceram as “Extranets” (Slevin, 2000, p.34).

No entanto, uma das maiores inovações para a troca de informação via Internet foi inevitavelmente a World Wide Web. Tim Berners-Lee, em Dezembro de 1990, apresentou um sistema que armazenava, retribuía, e comunicava informação, baseado numa rede de hiperligações e hipertexto. A partir desta data, várias pessoas podiam aceder à mesma informação ao mesmo tempo (Slevin, 2000, p.37), nascendo assim a Internet tal e qual hoje a conhecemos

2 A Transmissão Cultural

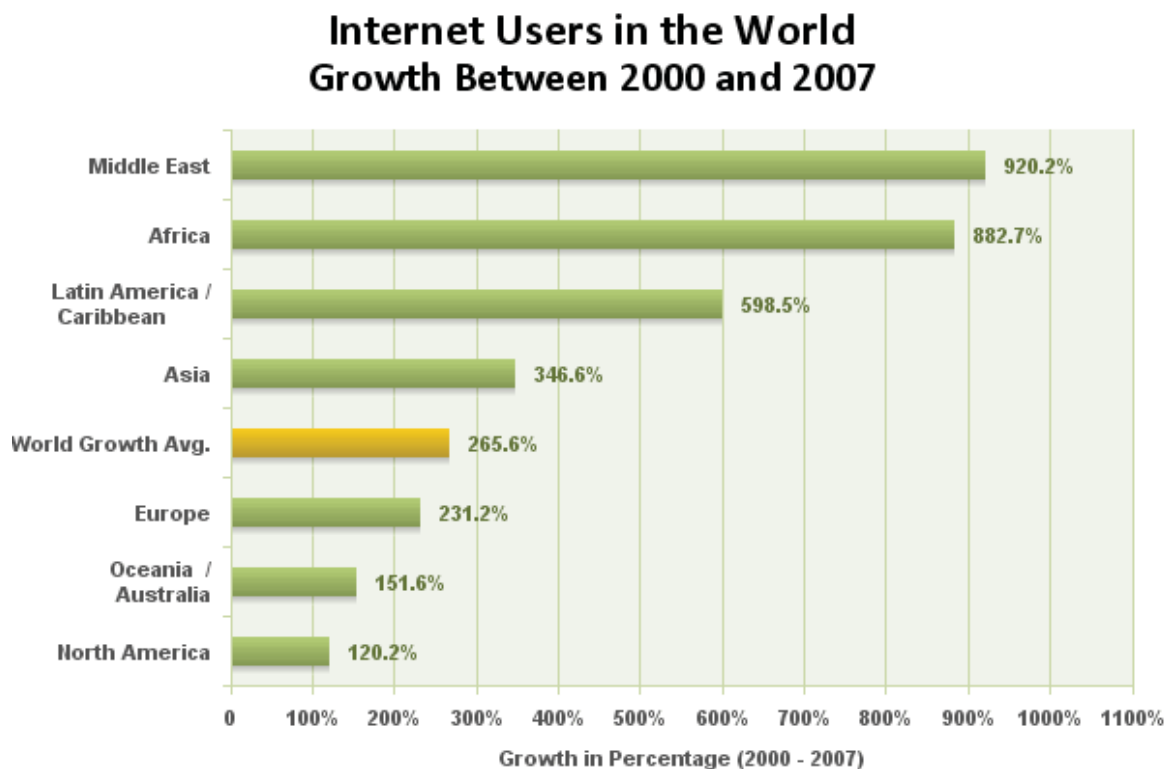
A Internet é segundo Thompson (1996) uma criação cultural. Sendo a Internet uma tecnologia de informação, leva a que a sua apropriação, modificação e experimentação seja um fenómeno social pois “(...) com a Internet as sociedades alteram as suas formas de comunicar” (Castells, 2004, p.253). Diferentes media permitem e requerem diferentes graus de atenção (Thompson, 1996, p.41), no entanto, quando nos debruçamos sobre a forma como a Internet está a tornar possível novas formas de usar e articular informação, no sentido em que está a facilitar a reorganização das relações sociais, estamos então a estudar o modo como a Internet está envolvida na transmissão cultural.

Segundo Castells, a cultura da Internet é uma cultura construída sobre a crença tecnocrática no progresso humano através da tecnologia, praticada por comunidades de hackers, que prosperam num ambiente de criatividade tecnológica livre e aberta, assente em redes virtuais, dedicadas a reinventar a sociedade e materializada por empreendedores capitalistas na maneira como a nova economia opera (Castells, 2004, p.83). Ainda segundo este autor, a cultura hacker representa um papel crucial no

desenvolvimento deste novo meio por duas razões fundamentais. Primeiro, é a partir desta cultura que se originam importantes inovações tecnológicas segundo, por servir de ponte entre os conhecimentos oriundos da cultura tecnomeritocrática e os projectos empresariais que difundem a Internet no meio social. É também uma cultura de convergência entre os humanos e as máquinas, num processo de interação sem restrições (Castells, 2004).

3 A Infoexclusão

A rápida difusão da Internet está a avançar de maneira desigual por todo o planeta. Entre Janeiro de 1997 e Agosto de 2000 o número de utilizadores da Internet multiplicou-se quatro vezes.



Note: Total World Internet Users estimate is 1,319,872,109 for year-end 2007.
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group - www.internetworldstats.com

Fig.1 – Crescimento mundial dos utilizadores da Internet

A maior parte dos utilizadores virá seguramente dos países em vias de desenvolvimento, pela simples razão que é ali que vive a maior parte da população mundial. O uso diferencial da internet no mundo em vias de desenvolvimento deve-se principalmente, à enorme diferença na infra-estrutura de telecomunicações e aos fornecedores de serviços e conteúdos.

A infoexclusão fundamental não se mede apenas pelo número de ligações à Internet, mas sim pelas consequências que, tanto a ligação, como a falta de ligação comportam, pois a Internet não é apenas uma tecnologia, é um instrumento tecnológico, que distribui o poder da informação (Castells, 2004). A exclusão social e a relevância económica de segmentos na sociedade, de regiões e de países inteiros constituem segundo Castells (2004) - “o quarto mundo”.

Ralph Nader afirmou que uma estrada de informação de elite podia de facto servir para criar uma sociedade de duas classes formadas por aqueles que têm possibilidades de viajar, e de adquirir conhecimentos, e por aqueles que não podem fazê-lo (*cit. in* Castells, 2004). O cenário principal em debate é essencialmente optimista, no qual a super auto-estrada da informação poderá ser capaz de suportar um grande número de novos serviços, que irá dar poder aos cidadãos e promover a sua total participação na emergente “democracia digital”. Contudo, existe um problema sério, pois esta realidade ignora as realidades do poder que suportam a “aristocracia da informação”, em vez da “democracia digital”. Se os cidadãos não forem capazes de ter acesso a estas novas infra-estruturas e serviços, o resultado será o reforço das desigualdades entre os que têm e os que não têm acesso à informação (Loader, 1997, p.137).

Entretanto, outro *apartheid* está a ser criado entre os "ricos de informação" e os "pobres de informação". Nesta democracia jeffersoniana de alta tecnologia, a relação entre senhores e escravos reside sob uma nova forma de poder (Richard e Andy, 1996). Quanto menor é a percentagem de pessoas numa região a aceder à Internet, maior é a percentagem de acesso das classes elitistas (Chen, Boase e Wellman, 2002,

p.106). As diferenças entre o acesso à Internet nos países e regiões do planeta são de tal maneira importantes que modificam o sentido da palavra “divisão digital” (Castells, 2004, p.248). A República Popular da China, por exemplo, tem 22.5 milhões de utilizadores da Internet, mas que representam apenas 3% da população total (CNNIC, 2001), de igual modo, 35% dos internautas Russos estão localizados em Moscovo e São Petersburgo, cidades que apenas contêm 12% da população Russa total (Varoli *cit. in* Chen, Boase e Wellman, 2002, p.77).

4 A Comunicação Mediada por Computador

“O ser humano é menos ele próprio quando fala de si. Dêem-lhe uma máscara e ele dirá a verdade” Oscar Wilde

Para Thompson (1996, p.80) existem três tipos de interacção. A interacção face-a-face, que tem lugar num contexto de co-presença, a interacção mediada (conversas telefónicas ou a escrita de uma carta), que envolve o uso de um meio técnico como o papel ou os fios eléctricos e, por fim, a interacção quase-mediada, que representa as relações sociais, estabelecidas pelos meios de comunicação de massas, como os livros, os jornais, a rádio e a televisão. Contudo, e segundo Thompson, existem dois aspectos nos quais a mediação quase-mediada difere das outras duas. Primeiro, a interacção face-a-face e a interacção mediada são orientadas para um receptor distinto, enquanto a interacção quase-mediada dirige-se para um número indefinido de potenciais receptores. Segundo, enquanto a interacção face-a-face e a interacção mediada são dialógicas, a interacção quase-mediada é monológica, só tem geralmente um sentido (Thompson, 1996, p.84).

Muita da pesquisa efectuada até agora entre comunicação mediada por computador, e comportamentos *on-line* encontrou diferenças entre a comunicação mediada por computador, e a mediação face-a-face (Wellman e Haythorthwaite, 2002, p.8). Um

tema que se tem vindo a debater na história da comunicação mediada por computador (CMC) é a forma como as pessoas adaptam as tecnologias para servirem os seus propósitos. Existe um vocabulário próprio na CMC, emergente de milhões de interações *on-line*: esse vocabulário reflecte alguns aspectos sobre como os comportamentos e as personalidades se estão a alterar na era da saturação dos media.

A CMC pode quebrar barreiras hierárquicas e departamentais, procedimentos operacionais e normas organizacionais. Neste sentido, os negócios serão as próximas organizações a ser sujeitas às mesmas formas de forças sociais (Kiesler, 1986). Similarmente como os media anteriores dissolveram barreiras sociais relativas ao espaço e tempo, a CMC parece dissolver as fronteiras da identidade, “(...) pretender que somos outra pessoa, ou então pretender ser várias pessoas ao mesmo tempo” (Rheingold, 2000, p.151). Spears e Lea (1994) defendem igualmente que o anonimato inerente na CMC pode ser tão opressivo nas mãos de poderosos, como libertador nas mãos dos tímidos e introvertidos (*cit. in* Rheingold, 2000).

Kiesler et al. (1984) identificam quatro características, que diferenciam a CMC, das outras formas convencionais de comunicação: primeiro, uma incapacidade de regular o feedback; segundo, formas de expressão de emoções incompletas, ou limitadas; terceiro, a inexistência de um status social e por fim o anonimato (*cit. in* Rheingold, 2000).

5 Comunidades Virtuais - O “eu” Digital

“Quando as pessoas exploram jogos de simulação e mundos de fantasia, ou se ligam a comunidades onde têm amigos, não pensam no computador como uma máquina de cálculo mas sim como uma máquina íntima” Sherry Turkle

Para Wellman (2001), as comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um sentimento de pertença e uma identidade social. As redes sociais complexas sempre existiram, mas os recentes avanços tecnológicos nas comunicações permitiram que emergissem como uma forma dominante de organização social.

No entanto, o termo “comunidades virtuais” foi inicialmente popularizado por Howard Rheingold. Segundo este autor, podemos definir comunidades virtuais como “(...) qualquer grupo corporativo de pessoas, que existe na realidade de um mundo competitivo, porque esse grupo de pessoas reconhece que existe algum valor que eles podem obter ao estarem juntos” (Rheingold, 2000, p.3).

Por outro lado, Stoll (1996) defende que as comunidades na Internet são falsas, uma vez que “As redes de computadores isolam-nos uns dos outros em vez de nos juntar” (*cit. in* Clifford, 1996). Parks e Floyd (1996) defendem que apenas uma ilusão pode ser criada no ciberespaço, e Talbot (1995) coloca sérias questões sobre como a internet está a afectar a nossa cultura, e ao facto de nos estamos a render a isso ao construirmos comunidades em rede, em vez de um mundo mais humano. Quan-Hase e Wellman (2002) também descobriram que o contacto *on-line* suprime o contacto face-a-face e o contacto por telefone diminui a participação em actividades voluntárias e políticas.

O aparecimento destas novas comunidades virtuais gerou novos padrões de interacção social. Baseadas principalmente na comunicação *on-line*, estas comunidades foram interpretadas como o culminar de um processo histórico de dissociação entre localidade e sociabilidade, na formação da comunidade. Novos e

selectivos modelos de relações sociais substituem formas de interacção humana, anteriormente limitadas territorialmente.

Um tipo de identidade mínima é exigido neste tipo de comunidades virtuais. Quando acedemos a qualquer comunidade virtual temos que escolher um nome ou um *nickname*, e a utilização do mesmo nome, bem como o seu uso constante, transmitem uma certa integridade essencial para o desenvolvimento destas mesmas comunidades.

Devido ao facto de os indivíduos serem julgados *on-line* apenas pelo que dizem (Shapiro, 1999), as comunidades virtuais parecem suavizar barreiras sociais como a idade, a raça, o sexo, entre outras características. Indivíduos cujo *handicap* físico lhes traz dificuldades em fazer novos amigos na vida real, encontram nas comunidades virtuais a forma de serem tratados como sempre desejaram (Kiesler, 1986). Uma das poucas coisas que os entusiásticos das comunidades virtuais no Japão, Inglaterra, França e EUA concordam é na possibilidade de alargamento dos seus círculos de amigos através da CMC (Rheingold, 2000, p.11).

As comunidades virtuais converteram-se numa fonte de valores que determinam o comportamento e a organização social como por exemplo os e-mails, as listas de correio, os chats, os MUD's ou as vídeo-conferências (Castells, 2004, p.73).

Os MUD's são “mundos imaginários, alojados em computadores, onde as pessoas usam palavras e linguagens de programação, para improvisar melodramas, construir mundos e objectos, inventar distrações, competir por prestígio e poder, ganhar sabedoria, procurar a vingança, ter inveja, luxúria e impulsos violentos” (Rheingold, 2000, p.149). Os MUD's permitem aos utilizadores moverem-se em ambientes virtuais baseados em texto, e a conversarem com outros utilizadores (Slevin, 2000, p.36). Os MUD's são exemplos dramáticos de como a CMC pode servir de lugar para a construção, e reconstrução de identidades (Turkle, 1995, p.14). As lições de computador dos nossos dias têm pouco a ver com cálculos e regras, ao contrário, baseiam-se na simulação, navegação e interacção (Turkle, 1995, p.19).

Outro exemplo de CMC é o IRC, inventado em 1988 por Jarkko Oikarién da Universidade de Oulo – Finlândia, que criou uma enorme estrutura para se auto construir através de três elementos fundamentais: identidades artificiais mas estáveis, rápida desistência e o uso de palavras para construir um contexto partilhado de conversações (Rheingold, 2000, p.181). Apesar desse anonimato, e da natureza efémera dessas conversações, os utilizadores regulares do IRC tornavam-se viciados, criavam fortes amizades e apaixonavam-se (Rheingold, 2000, p.183).

Elisabeth Reid no seu livro *Communication and Community on Internet Relay Chat* defende que o IRC não só permite que certas fronteiras sejam ultrapassadas, como encoraja a desinibição, pois esta obscura as fronteiras que podiam geralmente separar formas de comportamento aceitáveis e inaceitáveis. Os jogos de papéis (*role playing*) e a construção da identidade como base da interacção on-line constituem uma parte muito reduzida da sociabilidade baseada na Internet, e dá-se especialmente em círculos de adolescentes, pois estes ainda se encontram num processo de descoberta de identidade e experimentação da mesma.

A Internet é uma ferramenta de comunicação democrática, pois é relativamente barata quando comparada com outros meios de publicação, e por outro lado aumenta a liberdade de discurso. Segundo Turkle (1995), a capacidade dos indivíduos poderem participar anonimamente em conversas *on-line* encoraja um diálogo mais autêntico entre pessoas que, de outra maneira, poderiam ficar constrangidos pelo status social, raça ou sexo.

A Internet liga milhões de pessoas a novos espaços que estão a mudar a nossa forma de pensar, a natureza da nossa sexualidade, a forma das nossas comunidades, bem como as nossas próprias identidades. O computador passou a ser mais do que uma ferramenta ou um espelho: somos capazes de passar o próprio vidro, no ciberespaço podemos falar, trocar ideias e assumir uma personagem da nossa criação (Turkle, 1995, p.9).

A Internet é outro elemento da cultura dos computadores que tem contribuído para pensarmos na nossa identidade de uma forma múltipla, as pessoas são capazes de construir uma personagem através de muitas outras. Uma designer de interiores entrevistada por Turkle prestes a ter um encontro com uma pessoa que conhecera on-line dizia o seguinte (Turkle, 1995, p.179):

Eu não lhe menti sobre nada específico, mas sinto-me muito diferente quando estou on-line. Sou mais expansiva, mais desinibida. Diria que me sinto mais “eu” - mas isso é uma contradição - eu sinto-me mais como eu gostaria de ser. Espero que neste encontro possa encontrar uma maneira de passar algum tempo a ser como eu on-line.

Para Turkle a troca de sexo é mais fácil *on-line* do que na vida real (Turkle, 1995, p.212). Para um homem se apresentar como mulher num chat, num canal IRC, ou num MUD, apenas requer uma descrição escrita daquilo que pretende ser. Para um homem se fazer passar de mulher, terá de usar maquilhagem, colocar uma peruca, um vestido, saltos altos, mudar a sua voz e maneira de andar.

No seu livro *Life on The Screen*, o autor, relata-nos a história de Martin e Beth, ambos com 40 anos, casados há 19 anos e com 4 filhos. Segundo Turkle, Martin arrepende-se de não ter tido mais aventuras amorosas antes de casar, e a dada altura do seu casamento Martin tem um romance extra-conjugal. Esta traição magoa Beth, e Martin decidiu nunca mais voltar a repetir. Quando Martin descobre os MUD's fica maravilhado e afirma:

Eu sou mesmo monógamo, não estou interessado em ninguém fora do meu casamento, mas ter um ligeiro romance aqui é fantástico.

Martin decidiu contar à mulher sobre a sua vida sexual no MUD e ela não se importou. Para ela as aventuras do seu marido *on-line* seriam mais como ler um conto erótico, do que um *affair* num quarto de motel. Para Martin, os seus *flirts on-line* representam uma maneira de preencher alguma lacuna da sua juventude, aumentar a

sua experiência sexual sem comprometer o seu casamento. Este tipo de comportamentos é recente e merece ser estudado através de novos instrumentos metodológicos, que nos permitam de uma forma clara perceber este tipo de atitudes. Quando alguém adota uma personagem *on-line*, atravessa uma fronteira para um território altamente complexo, alguns sentem uma incomfortável sensação de fragmentação, outros uma sensação de alívio (Turkle, 1995, p.260), outros a possibilidade para a auto-descoberta e até para a auto-transformação.

A cultura da simulação pode ajudar-nos a atingir uma visão de uma identidade múltipla, mas integral, cuja flexibilidade e capacidade de bem-estar vem do acesso aos nossos vários “eu”. Os indivíduos podem perder-se nos mundos virtuais, alguns são tentados a pensar insignificamente na vida no ciberespaço como um escape, ou uma diversão, mas não é assim, devemos conhecer as dinâmicas das experiências virtuais para ajudar quem está em perigo, e utilizar essas experiências da melhor maneira. Sem um conhecimento profundo dos vários “eu” que expressamos no mundo virtual, não podemos usar a nossa experiência para enriquecer o real (Turkle, 1995, p.269).

Qualquer acção tem lugar num determinado contexto e envolve sempre certas assumpções como o espaço onde ocorre, a mobília, a luz, a roupa, entre outras. Um indivíduo no mundo virtual irá procurar adaptar o seu comportamento, criando uma imagem mais ou menos compatível no ambiente onde se encontra. A isto, Thompson chama de *front region*. Aspectos menos apropriados, ou que possam desacreditar a imagem do indivíduo, são suprimidos e guardados na *back region*. Os indivíduos estão constantemente a adaptar-se e a alternar entre estas duas fronteiras, mas o uso dos media pode ter impacto na natureza e na relação entre estas duas regiões, pois a interacção mediada envolve geralmente uma separação de contextos onde estão os participantes. Isto consiste numa ou mais *front regions*, que contêm cada uma a sua própria *back region* (Thompson, 1996, p.88).

Esta cultura da simulação também fez com que os indivíduos tenham mais facilidade na recolha de informação ao observar as ideias dos outros, pois permite ao indivíduo uma melhor formação da sua opinião e decisões mais acertadas acerca daquilo que o rodeia. Mas quando os indivíduos usam a Internet para estabelecer e sustentar relações comuns, eles fazem-no como agentes inteligentes, eles conhecem bem as propriedades do novo meio técnico, e esse conhecimento é sempre evolutivo.

O desenvolvimento da integridade, confiança e partilha de conhecimentos necessários para sustentar a organização social de um grupo pode envolver uma variedade de formas de comunicação on-line tais como, páginas na Internet, o e-mail ou o telefone. É portanto incorrecto afirmar que a Internet é simplesmente um meio de novas oportunidades para a criação de novas formas de associação humana. É, ao contrário, um meio prático de actividade social. Isto significa que o seu uso está intrinsecamente ligado aos vários tipos de aprendizagem, técnicas e recursos, cujos indivíduos ou grupos, podem trazer para estas novas formas de relacionamentos e para as intenções que têm quando as usam (Slevin, 2000, 113).

Bauman (1995) examina quatro tipos de identidade pós-moderna. A primeira identidade, o estranho, que se encontra entre estranhos, sendo um estranho entre eles. A segunda identidade, o vagabundo, que tem a mesma experiência do estranho, mas nunca é considerado nativo, por vezes têm vários e-mails, e estão registados em vários sites dos quais já esqueceram as *passwords*. A terceira identidade é o turista, que procura sistematicamente novas experiências e, por fim, o jogador, que vive num mundo de risco, de intuições, o objectivo do jogador é ganhar a qualquer custo protegendo-se a ele próprio contra qualquer risco.

Actualmente, a tendência dominante na evolução das relações sociais nas sociedades modernas é o auge do individualismo em todas as suas manifestações. A partir de perspectivas muito diferentes, cientistas sociais como Giddens, Putman, Wellman, Beck, Carnoy e Castells assinalaram o surgimento de um novo sistema de relações sociais centradas no indivíduo. Após a transição, desde o predomínio das relações

primárias (família, comunidade), até ao predomínio das relações secundárias (associações), aparece um novo padrão que poderíamos determinar por relações terciárias, a que Wellman chama de “comunidades personalizadas”, personificadas em redes centradas no “eu”, representando de certa forma uma privatização da sociabilidade. O novo modelo de sociabilidade nas nossas sociedades caracteriza-se pelo individualismo em rede (Castells, 2004), o indivíduo não está isolado, mas sim inserido numa textura de relações móveis e complexas.

6 A Convergência dos Media

Durante a última parte dos anos 70, a televisão foi cedendo mais e mais controlo aos computadores, estamos agora a acordar para a hipótese de responder aos nossos computadores. Na verdade, a rápida e universal adopção de computadores pessoais, pode ser entendida como o necessário protesto do indivíduo, numa sociedade dominada pelo audiovisual (Kherkove, 1995, p.51). A questão importante que persegue hoje os psicólogos cognitivos é se ao usarmos o computador, somos mestres ou escravos, ou um pouco de ambos.

É importante que se compreenda o desenvolvimento dos computadores, não em oposição à televisão, mas na sua continuidade (Kherkove, 1995). Muito em breve, nos ambientes informativos, constituídos por redes integradas digitais, o domínio da televisão será absorvido pelos computadores. A televisão de alta definição é a televisão a evoluir para o estatuto dos computadores. Paralelamente à expansão da internet, a televisão vai sofrer uma metamorfose. Depois de consumir o casamento com o computador, a televisão vai gradualmente privatizar-se até ao absurdo, perdendo o seu papel no espaço público (Kherkove, 1995, p.250).

A televisão está a perder terreno face aos computadores, pois estes permitem ao indivíduo um maior poder e controlo sobre a informação. O indivíduo já não vê aquilo que os outros querem, mas sim o que ele quer. É claro que isto paga-se caro - um dos

exemplos é o “pay-per-bit”, com débito instantâneo na fonte.

Segundo Brian Loader, o que parece mais provável é que a televisão controlada por computador continuará a ser confinada à sala de jantar e ao entretenimento, enquanto o computador com televisão será mais utilizado no estudo e no trabalho (Loader, 1997, p.106). No entanto, com a evolução das sociedades e o desenvolvimento cada vez mais exponencial das TIC, o uso da Internet irá passar, como já se verifica em alguns lares, para o uso colectivo, pois com a convergência dos media, o acesso de conteúdos através da Internet tornar-se-á global.

A Internet é largamente subestimada. Na opinião de Nicholas Negroponte (1995) a Internet irá crescer até absorver a tecnologia de todos os media – televisão, rádio e imprensa. Segundo o autor, se tudo caminha para o processo de se tornar digital, se qualquer pessoa pode produzir um website ao mínimo custo, e se esse website pode ser acedido em qualquer parte do mundo, é só uma questão de tempo até que os gigantes dos media se encontrem submersos juntamente com competidores de alta qualidade (*Cit. in McChesney, 2000*).

7 Estudos de Caso

Ainda existe pouco consenso sobre se a capacidade de a Internet em conduzir os cidadãos nas suas vidas pessoais e profissionais é boa ou má para a sociedade, ou mesmo para o próprio indivíduo. Aqueles que argumentam que a Internet tem um efeito maléfico, defendem que a Internet tem um poder individualista em vez de comunitário, cria novas formas de individualismo, facilita a violação da privacidade. Outros argumentam que a Internet partilha redes sociais e permite aos indivíduos desconectarem-se das suas famílias e amigos, tornando-se solitários, senão viciados na Internet.

Por outro lado existem aqueles que acham que a Internet é boa para a sociedade, pois permite que as ideias circulem numa audiência maior, permitindo aos empreendedores

audazes e criativos de puderem ter mais sucesso. São da opinião que as TIC ajudam a superar hierarquias, a diluir o poder das elites tradicionais que monopolizam a informação, tornando o activismo público mais efectivo, encorajando uma sociedade mais reflectiva sobre si própria.

Segundo o *UCLA Internet Report*, em 2000 as actividades da Internet mais populares eram as seguintes:

. Navegar na Internet	81.7%
. E-mail	81.6%
. Encontrar informação específica	57.2%
. Ler notícias	56.6%
. Encontrar informação de entretenimento	54.3%
. Compras on-line	50.7%
. Encontrar informação para viajar	45.8%
. Uso das mensagens instantâneas	39.6%
. Encontrar informação médica	36.6%
. Jogar	33.0%

Fonte: UCLA Internet Report: Surveying the Digital Future (US)

Torna-se claro que o *e-mail* e a *procura de informação* detêm uma alta prioridade no tempo disponibilizado na Internet. Todos os investigadores estão de acordo que o uso da internet ocupa tempo, estima-se que nos E.U.A represente em média 9.4h (UCLA CCP 2000), onde os novos e os mais velhos dedicam menos tempo. O número de horas on-line dispendidas também aumenta com o número de anos de uso da Internet (Wellman e Haythorthwaite, 2002, p.21).

Para Wellman os utilizadores da Internet gastam menos 28% do tempo a ver televisão que os não utilizadores, e os livros são usados 12% mais vezes pelos utilizadores da Internet que os não utilizadores (Wellman e Haythorthwaite, 2002, p.23).

Segundo estudos efectuados por Boneva e Kraut, as mulheres usam mais o e-mail que os homens no que diz respeito à comunicação entre familiares e amigos. As mulheres também utilizam mais o e-mail para reactivar laços familiares perdidos. Os seus estudos sugerem que as mulheres estão a utilizar mais as novas tecnologias do que os homens, no que diz respeito à manutenção e expansão das suas redes sociais (Boneva e Kraut, 2002, p.372).

Outros estudos indicam que os homens consomem mais notícias que as mulheres, que procuram mais informação sobre os produtos, que procuram mais informação financeira e que procuram mais informação sobre os seus hobbies. As mulheres por seu lado tendem a procurar duas vezes mais informação relativa a cuidados de saúde que os homens.

A fronteira entre o acesso à Internet no trabalho e em casa está a desaparecer, as pessoas usam a Internet no trabalho para fazerem coisas pessoais, e em casa para fazerem coisas relacionadas com o trabalho (Howard, Rainie e Jones, 2002, p.54).

Segundo o Pew Internet Survey Report, mais de metade dos utilizadores da Internet afirma que melhorou o contacto com a família e amigos, três quartos dizem que a internet promoveu a aprendizagem de novas coisas, metade afirma que a Internet os ajuda a manter os seus hobbies, 37% afirma que os ajuda a melhorar o seu desempenho profissional, 35% afirma que melhorou o acesso a cuidados de saúde, 34% que melhorou a forma como faz compras e 26% afirma que melhorou a forma como gere as suas finanças pessoais (Howard, Rainie e Jones, 2002, p.71). Este estudo conclui também que as mulheres tendem a procurar mais informação relativa a saúde, religião, procura de emprego e jogar *on-line* que os homens. Por seu lado os homens tendem a usar a Internet para ver notícias, fazer compras, procurar informação financeira, participar em audições *on-line*, aceder a web sites governamentais e ler notícias de desporto (Howard, Rainie e Jones, 2002, p.46).

O estudo da UCLA afirma que 47% dos utilizadores passam pelo menos algum tempo por semana na internet com as suas famílias (UCLA, 2000). Outros estudos

também apontam que o uso da Internet aumenta o contacto com parentes e amigos distantes (Wellman e Haythorthwaite, 2002, p.27).

Nos E.U.A., Katz, Rice e Aspden (2001) analisaram a relação entre a utilização da Internet, a participação da cidadania e a interacção social, baseando-se numa série de sondagens telefónicas à escala nacional levadas a cabo entre 1995, 1997 e 2000. Concluíram que relativamente aos não utilizadores, os utilizadores da Internet tinham uma maior tendência para se reunirem com os amigos e manterem relações sociais fora de casa. A sua actividade *on-line* não afectava demasiado a quantidade de tempo dedicado à família e aos amigos.

Outro inquérito levado a cabo por Uslaner (1999) observou que os utilizadores da Internet costumam ter uma rede de relações sociais mais ampla que os não utilizadores (Castels, 2004, p.150).

Wellman demonstrou, num estudo com base em 40.000 utilizadores na América do Norte, que o uso do e-mail junta-se à interacção face-a-face, telefónica ou por correspondência, e não substitui outras formas de interacção social (*cit. in* Castels, 2004). Segundo Wellman, a Internet é um meio eficaz para manter os laços sociais débeis, que outro modo se perderia no compromisso entre o esforço para estabelecer uma interacção física.

Desenvolvendo esta perspectiva de investigação, Hampton e Wellman realizaram outro estudo entre 1998 e 1999, acerca de uma urbanização residencial com o sistema de comunicação electrónica mais moderno do Canadá – a Netville. Esta urbanização anunciou-se como a primeira comunidade residencial interactiva. Foi oferecido acesso de banda larga a 120 proprietários de classe media baixa, e ligação à Internet 24h/7dias durante dois anos, desde que aceitassem ser objecto de um estudo - 65% das famílias aderiram. Este estudo revelou que os utilizadores da Internet tinham laços sociais mais fortes, e mais relações com conhecidos dentro e fora do bairro do que aqueles que não o eram. O uso da Internet potencializava a sociabilidade, tanto à distância, como no ambiente da comunidade local (*cit. in* Castels, 2004).

No entanto, existem outros relatórios divergentes acerca do uso da Internet. Um desses estudos foi realizado por Nie e Erdring (2000), onde advertiram acerca da existência de um padrão de redução da interacção pessoal, assim como uma perda de ligação com o meio social entre os utilizadores intensivos da Internet (*cit. in* Castells, 2004). Neste estudo a perda de sociabilidade detectada dizia respeito somente aos utilizadores mais frequentes da Internet – a interacção on-line afecta negativamente a sociabilidade *off-line* (Castells, 2004). Nie e Erbring (2000) descobriram também que um maior uso da Internet está ligado com o declínio da comunicação familiar.

Estes investigadores descobriram igualmente que o uso da Internet em casa tem um forte impacto negativo no tempo passado com os amigos e família, enquanto o uso da Internet no trabalho está fortemente ligado à diminuição de tempo com os colegas. O estudo de Nie e Erbring, "Internet and Society", de Fevereiro de 2000, revela que os utilizadores da Internet disseram gastar menos tempo com os amigos, família, a fazer compras, a ler jornais e a ver televisão – e mais tempo a trabalhar nos seus empregos em casa.

Para Nie e Erbring a Internet tem um potencial mais isolador que a televisão. Com a televisão ligada podem decorrer actividades, enquanto com a Internet não. Como a Internet é um instrumento interactivo, obriga a uma maior actividade de controlo, e por isso ao contrário da televisão, a Internet é necessariamente direccionada pelo utilizador. Os aparelhos de televisão estão normalmente localizados em locais centrais, enquanto a Internet em locais mais reservados, o que torna o uso colectivo da Internet menos usual (Nie e Erbring, 2002, p.231).

Kraut et Al (1998), num estudo cuidadosamente elaborado sobre uma amostra não representativa de 169 famílias, durante os seus primeiros dois anos de experiência com a comunicação mediada por computador, observaram que a intensidade do uso da Internet estava associada a uma descida do nível de comunicação dos participantes com os membros da família residentes na mesma casa, a uma diminuição da extensão do seu currículo social e a um aumento da depressão e solidão (Castells, 2004).

Di Maggio, Hargittai, Neuman e Robison (2001) destacam, baseando-se num estudo dirigido por Neuman (1996), que os utilizadores novatos da Internet tendem a experimentar um alto grau de frustração perante um meio que não dominam realmente, e que os obriga a um esforço muito grande para conseguir quebrar os seus hábitos. Neste estudo, os utilizadores da Internet não mostraram uma descida de nível de sociabilidade, mas a partir de um certo limite de actividade *on-line*, a Internet começa a substituir outras actividades, tais como tarefas domésticas, a atenção à família e o sono (Castells, 2004, p.154).

Segundo um estudo dirigido por Katz, Rice e Aspden (2001), baseado nos resultados de sondagens telefónicas a nível nacional, em 1995, os utilizadores da Internet experimentaram um sentimento de sobrecarga, *stress*, e desencanto com as suas vidas em maior grau, que os não utilizadores. No entanto, em 2000, embora continuassem a sentir “a sobrecarga da vida”, numa proporção superior à dos não utilizadores, os utilizadores da Internet sentiam uma maior satisfação que estava associada a uma interacção social mais intensa com a família e os amigos, que os não utilizadores, uma vez controladas outras variáveis.

Portanto, pode muito bem ser que a introdução da Internet na actividade quotidiana e a familiaridade com este meio favoreçam uma maior adaptação ao novo meio tecnológico, cancelando as reacções negativas iniciais durante o período de introdução à internet entre os informaticamente iletrados (Castells, 2004). Anderson e Tracey (2001) num estudo acerca da Internet nos lares britânicos insistem em que as pessoas adaptam a Internet às suas vidas, em vez de transformarem o seu próprio comportamento sob o “impacto” da tecnologia (*cit. in* Castells, 2004).

De acordo com o “HomeNet Project”, um estudo americano de dois anos iniciado em 1995, um maior uso da Internet está associado a consequentes declínios na comunicação familiar. Os indivíduos que faziam um grande uso da Internet mostraram grandes sinais de solidão, um grande uso da Internet estava associado ao aumento de depressões e desligação da vida real.

Segundo os dados da *National Geographic Web Survey* (Chen, Boase e Wellman, 2002) os indivíduos com maior grau de educação usam a Internet de forma mais profissional, ao contrário daqueles, com menor grau de académico, que usam a Internet de forma mais recreativa. Não surpreendentemente, o uso profissional faz-se mais a partir da empresa, e o uso mais recreativo, a partir de casa. Os utilizadores recentes da Internet são geralmente mulheres (Katz e Rice, 2000, p.125) e 78% dos sites estão em inglês (Chen, Boase e Wellman, 2002, p.79).

Em 1995, 25% dos indivíduos entrevistados pelo *Syntopia Project* reportou pertencer a uma comunidade *on-line*. Cerca de 88% dos entrevistados afirmou que o tempo que passa com os amigos, com a família ou ao telefone, não se alterou desde que utiliza a Internet. Os dados deste estudo demonstram também que os utilizadores tendem a comunicar com outros através de outros meios, especialmente através do telefone, do que os não utilizadores, e também se encontram mais com os amigos, e interagem geralmente mais que os não utilizadores (Katz e Rice, 2000, p.133-135).

Segundo um estudo alemão efectuado em 2000, 43% dos lares na Alemanha tinham pelo menos um computador com acesso à Internet, os lares com crianças têm uma maior taxa de computadores com acesso à Internet comparativamente com os restantes lares (Wagner, Pitchner e DeNew, 2002, p.166).

Assim sendo, o conjunto de dados disponíveis não sustenta a tese de que a utilização da Internet conduz a uma menor interacção e a um maior isolamento social. Mas existem alguns indícios de que, em determinadas circunstâncias, o seu uso pode agir como substituto de outras actividades sociais (Castells, 2004, p.154).

Torna-se portanto importante estudar estas novas relações inseridas em diferentes realidades sociais de modo a que se consigam parametrizar algumas conclusões que nos ajudem a gerir melhor a nossa relação com este novo meio.

CAPÍTULO IV**ESTUDO SOBRE A UTILIZAÇÃO DA INTERNET EM PORTUGAL****1 Metodologia**

A linha de pensamento deste estudo começou com uma pesquisa exploratória, realizada a partir de obras publicadas na área do estudo dos novos media. Segundo Malhorta “(...) é um tipo de pesquisa que tem como principal objectivo o fornecimento de critérios sobre a situação-problema enfrentada pelo pesquisador e sua compreensão” (Malhorta, 2001, p.106). Como nos recorda Demo (1985), o trabalho teórico serve para orientar as descobertas e, posteriormente, sistematizar a realidade na mente do investigador. A revisão da literatura constitui um importante momento na construção das bases teóricas que sustentam o problema da investigação, o exame da realidade e a interpretação dos resultados do estudo empírico.

O estudo empírico constituiu a segunda fase, foi a oportunidade de aproximação com a realidade, convertendo-se na fronteira entre a teoria e a prática, especialmente porque os instrumentos e as técnicas de investigação captam outras dimensões que a revisão bibliográfica por vezes não é capaz de vislumbrar.

De acordo com o método indutivo, as observações partiram da análise dos fenómenos comportamentais da amostra, conseguida através dos dados obtidos. Procurou-se garantir a objectividade necessária no tratamento da realidade dos factos, fazendo apenas generalizações na fase final, após análise dos dados recolhidos. Como lembra Gil, de acordo com o raciocínio indutivo, “a generalização deve ser constatada a partir da observação de um número de casos concretos suficientemente confirmados da suposta realidade” (Gil, 2006, p.28).

Com base nos dados recolhidos, utilizou-se a comparação por ser o melhor método de estudo das semelhanças e diferenças entre diferentes grupos, sociedades ou povos (Lakatos, Markoni, 2003), permitindo assim verificar as diferenças com outros estudos efectuados. Para Richardson (1999, p.160) este método é amplamente utilizado na condução da pesquisa. O método qualitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretações, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto a interferências. É frequentemente aplicado nos estudos descritivos, naqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis, bem como nos que investigam a relação de causalidade entre fenómenos.

2 Descrição do Estudo

O presente estudo tem como tema central o estudo dos novos media e o seu papel na sociedade. Com o surgimento dos novos media a sociedade integrou novas tecnologias, e adaptou outras, obrigando os indivíduos a acompanhar essa evolução, que por consequência, gerou novas formas de relacionamento social e novos tipos de comportamento. Assim, o objectivo deste estudo foi identificar algumas dessas características e clarificar alguns dos comportamentos sociais subjacentes à sua utilização.

2.1 O Problema

Com a passagem do paradigma da massificação para o paradigma da individualização as sociedades contemporâneas sofreram grandes transformações num curto e vertiginoso espaço de tempo. Esta transformação alterou a forma como o indivíduo vê a sociedade e como a sociedade vê o indivíduo gerando comportamentos e relações sociais até agora desconhecidas. Algumas questões são colocadas e para já não existe

consenso, tais como: Será que esta evolução está a ser benéfica ou terá que ser corrigida? Será que os novos media são devidamente regulados? Será que os novos sistemas de informação vieram roubar espaço à privacidade do indivíduo? Será que o acesso a estes novos media está directamente ligado à classe social, à idade ou ao sexo? Qual o perfil dos utilizadores da Internet? Há quanto tempo essas pessoas usam a internet? O que é que as pessoas fazem *on-line*? Será que a Internet influencia o tempo passado em comunidade com a família? Em que parte do mundo existem as principais desigualdades digitais? - A resposta a todas estas perguntas só será possível através de estudos sociais aprofundados sobre as novas formas de comunicação e relação, emergentes através da inclusão dos novos media no dia-a-dia dos indivíduos.

2.2 Razões da escolha

A principal razão de escolha prende-se com a necessidade de saber como as sociedades se estão a comportar face esta nova realidade e de que forma estão conseguir manter a estabilidade social. Sendo este um tema recente, e não havendo muitos estudos em Portugal, este estudo pode de alguma forma contribuir para a evolução do conhecimento nesta área.

2.3 Amostra

Como instrumento de análise foi elaborado um questionário e colocado *on-line* para recolha de dados. Obtivemos uma amostra representativa de 125 indivíduos, com idades compreendidas entre os 19 e os 60 anos, onde 53% corresponderam ao sexo feminino e 47% ao sexo masculino. A média de idades foi de 34 anos e as profissões mais representativas foram os quadros médios com 39% de inquéritos e os profissionais liberais com 20%, sendo os restantes 41% divididos por estudantes,

empresários e quadros superiores.

3 Análise e apresentação dos resultados

Relativamente à geografia dos acessos verificamos que 68% do total de acessos ao questionário foram efectuados a partir das cidades, 25.6% a partir dos subúrbios e apenas 5.6% responderam a partir de zonas rurais

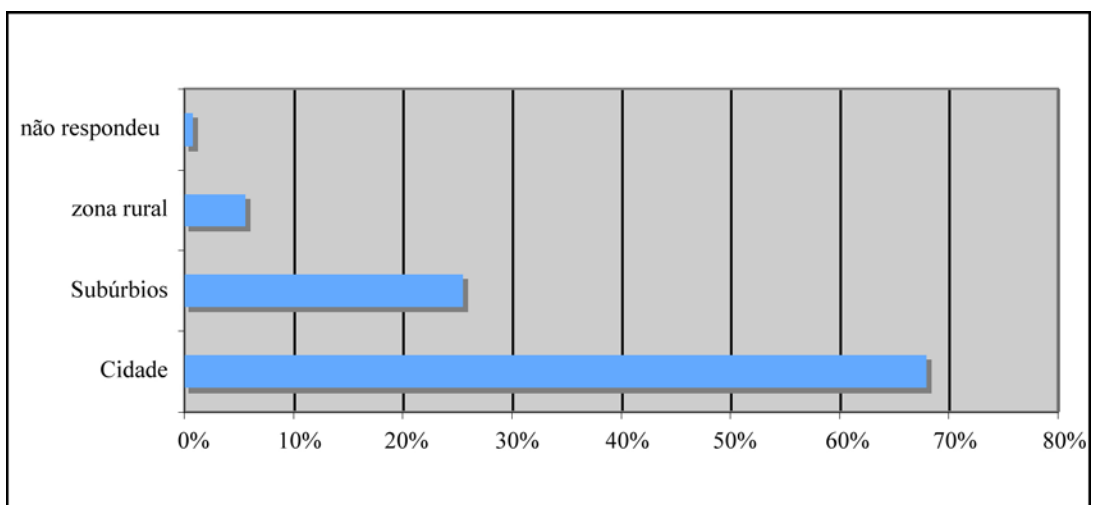


Fig. 2 – Local de acesso

O e-mail continua a ser considerado o item mais valorizado da Internet seguida pelo acesso à informação conforme pode ser observado na figura 3.

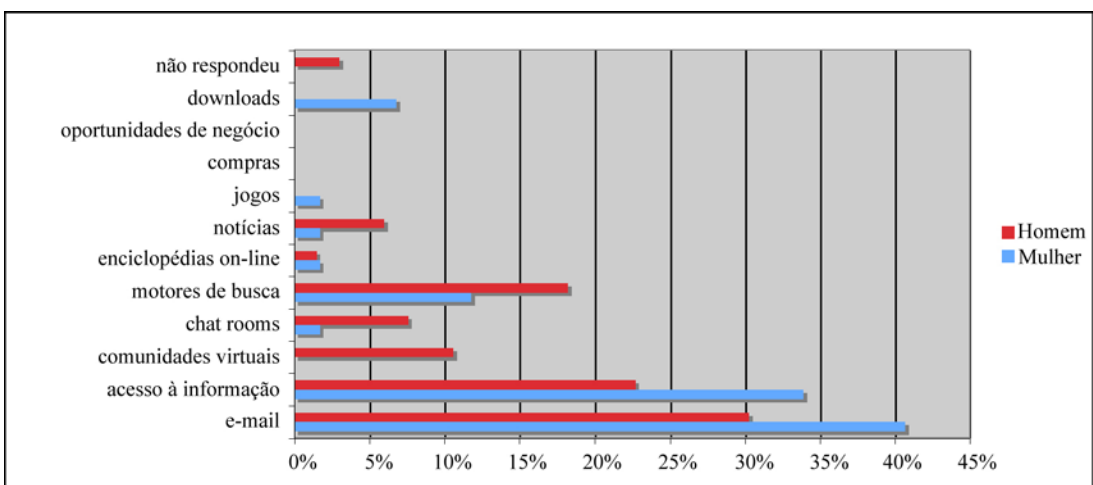


Fig.3 – Itens mais valorizados

Pudemos verificar que os tanto os homens como as mulheres visitam mais os sites generalistas, no entanto as mulheres utilizam mais a comunicação mediada por computador que os homens.

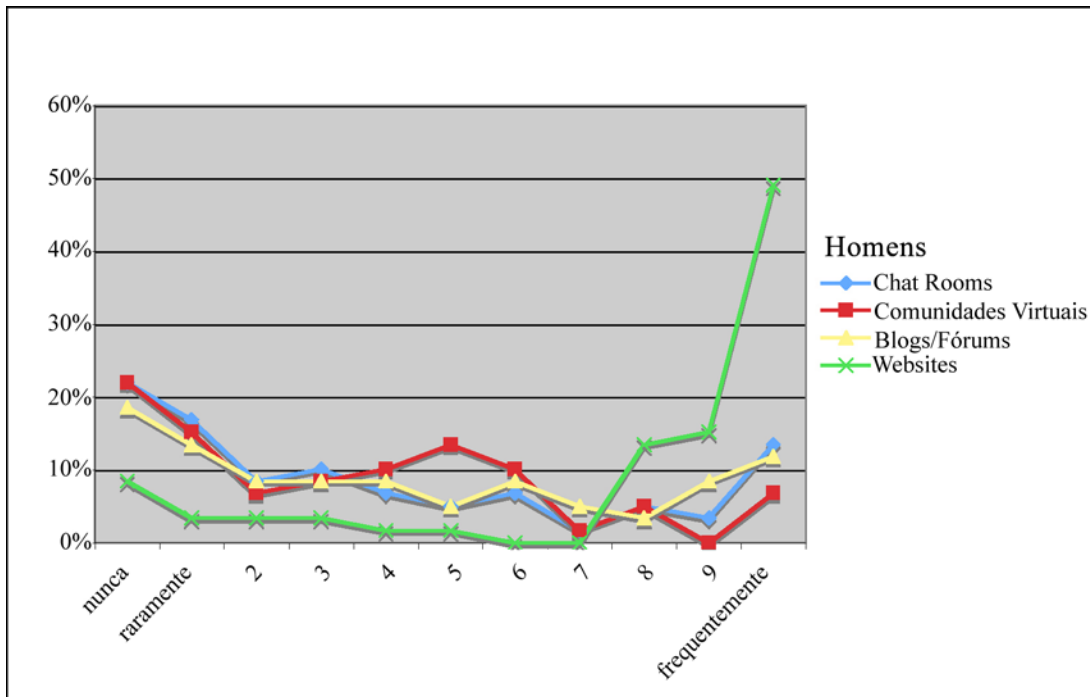


Fig.4 – O que visitam os homens

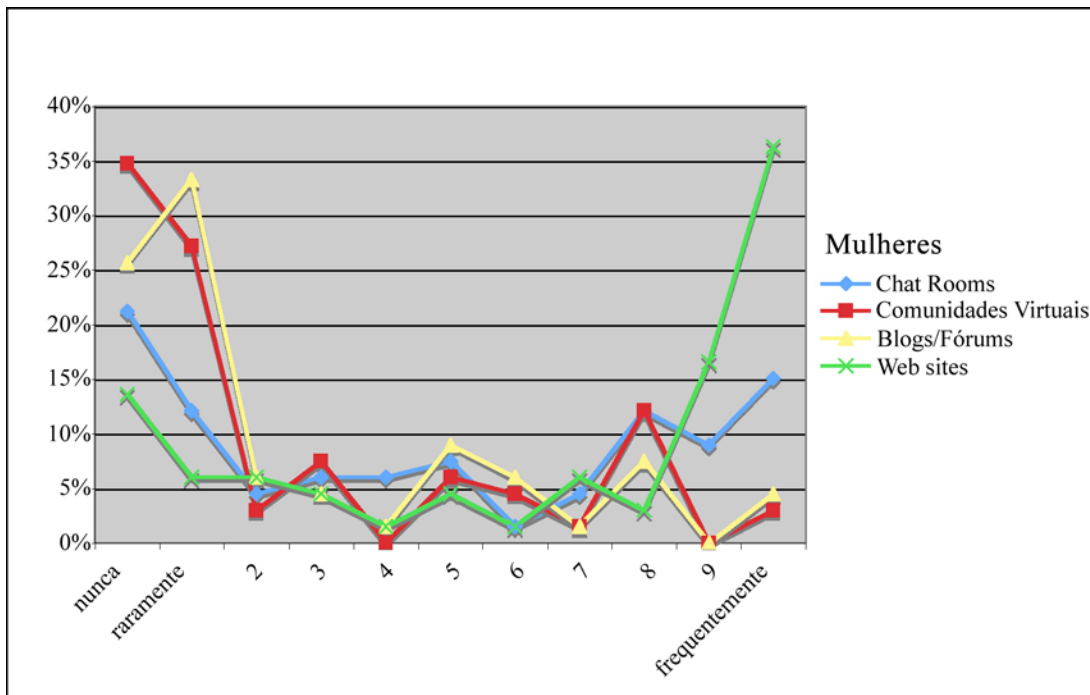


Fig.5 – O que visitam as mulheres

No que diz respeito à forma como é feito o acesso à Internet verificamos que tanto os homens como as mulheres preferem aceder preferencialmente sozinhos.

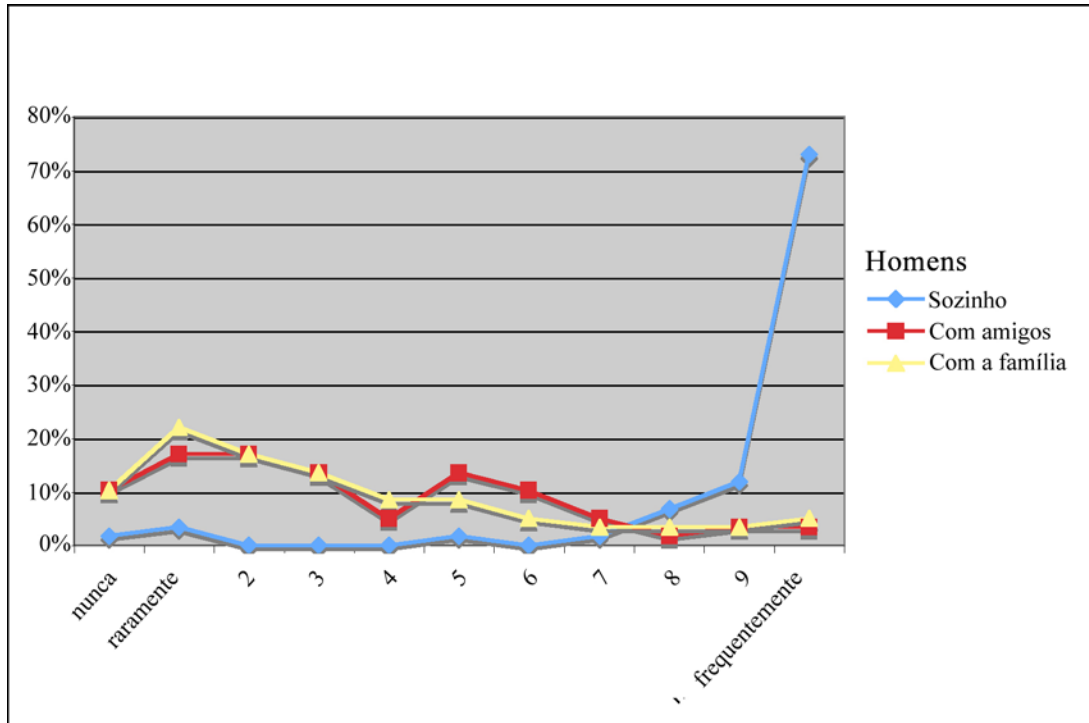


Fig. 6 – Como acedem os homens

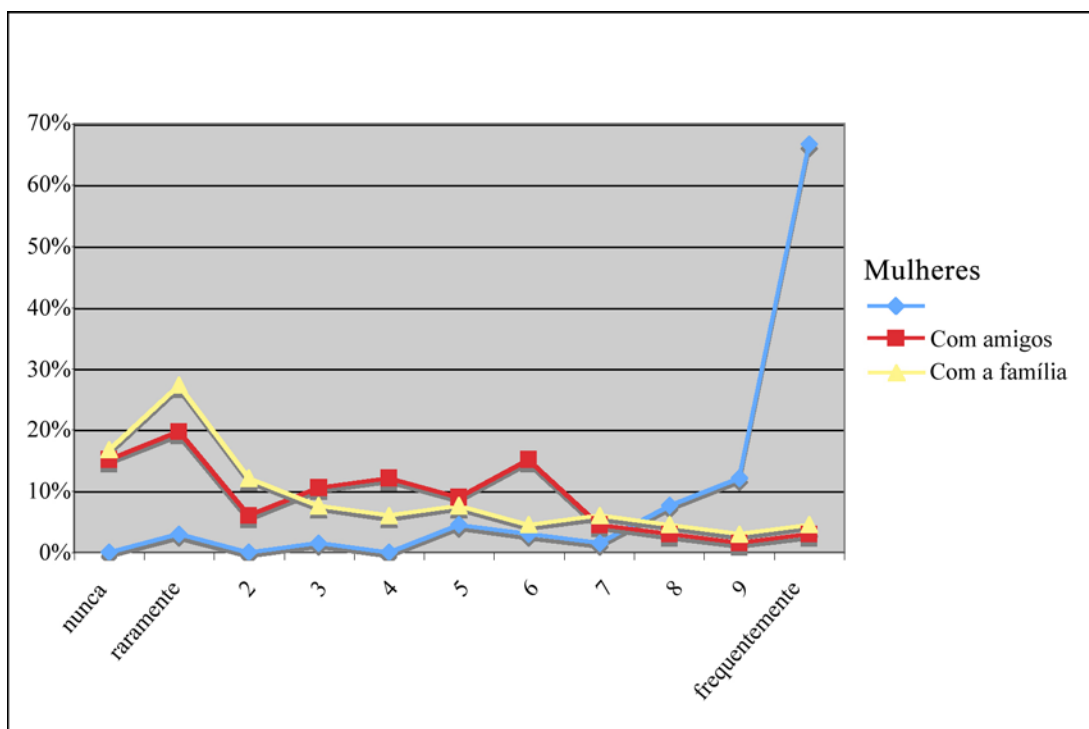


Fig. 7 – Como acedem as mulheres

Verificamos igualmente que esse acesso é geralmente feito através do trabalho ou em casa. No entanto os homens acedem mais a partir do trabalho enquanto as mulheres acedem mais a partir de casa.

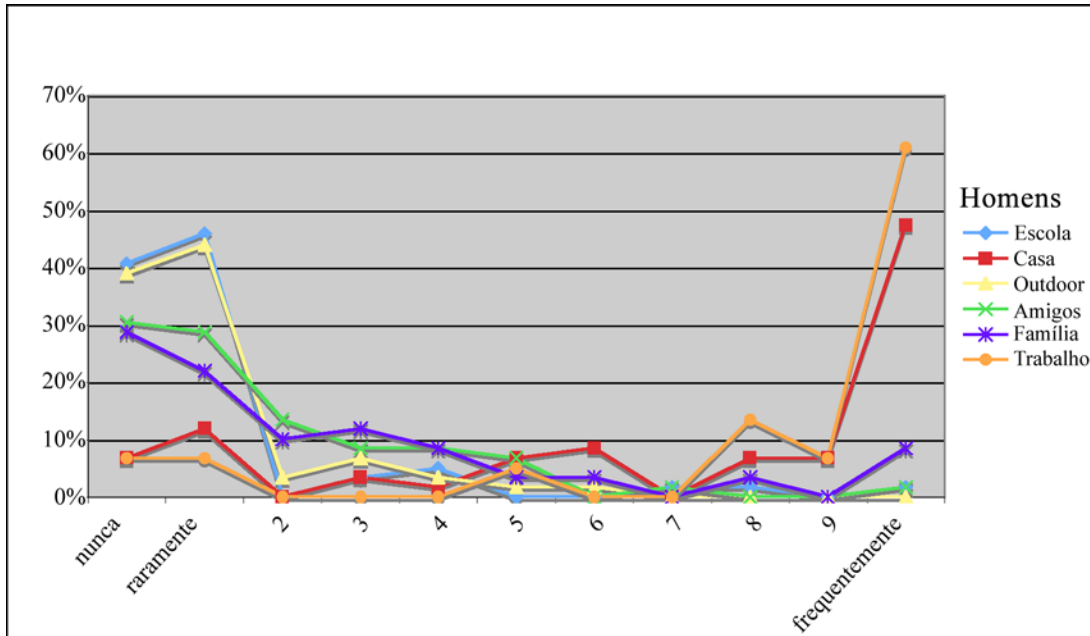


Fig. 8 – Local de acesso (homens)

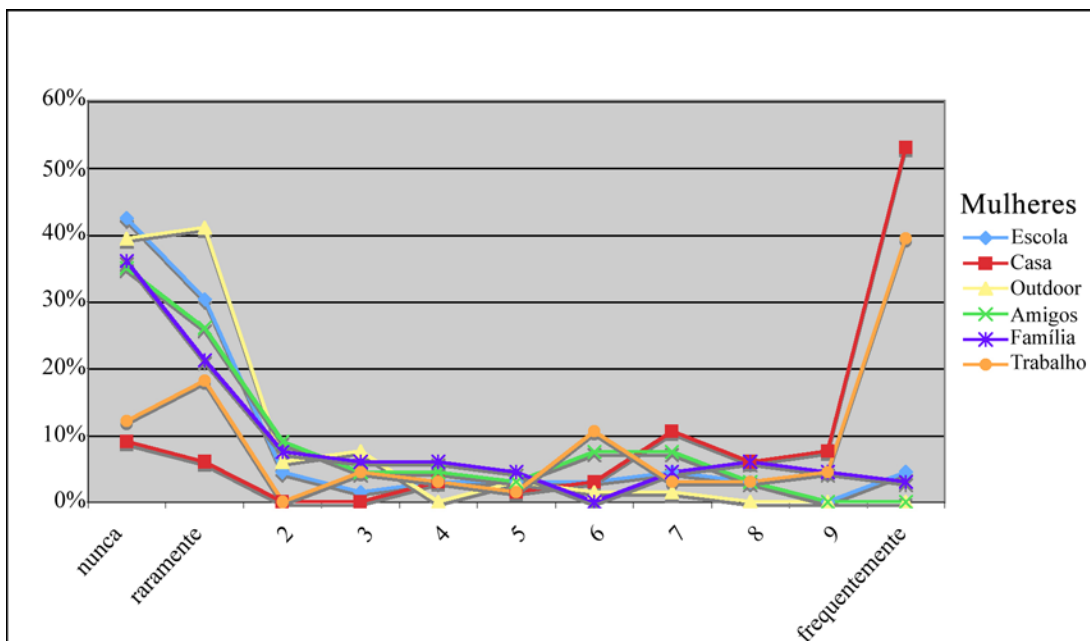


Fig.9 – Local de acesso (mulheres)

Os homens enviam mais e-mails relacionados com o trabalho, seguido dos e-mails para os amigos, enquanto as mulheres enviam mais e-mails para os amigos e apenas, 3% das mulheres e 1.7% dos homens enviam e-mails para a família.

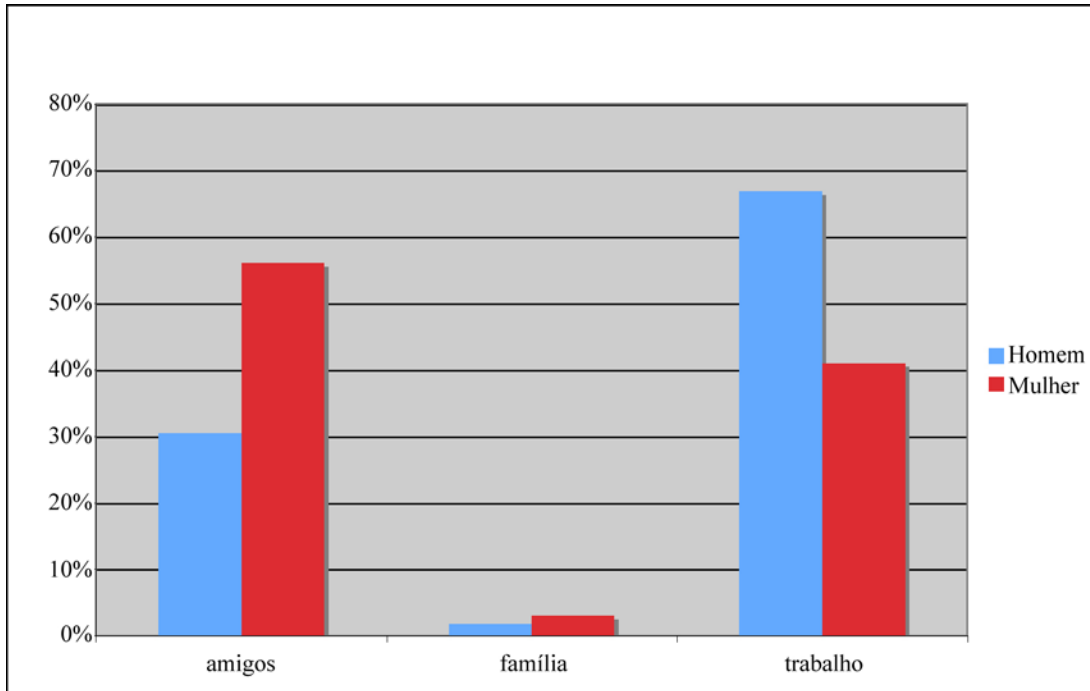


Fig. 10 – Envio de e-mails

Verificamos igualmente que os homens jogam mais on-line que as mulheres.

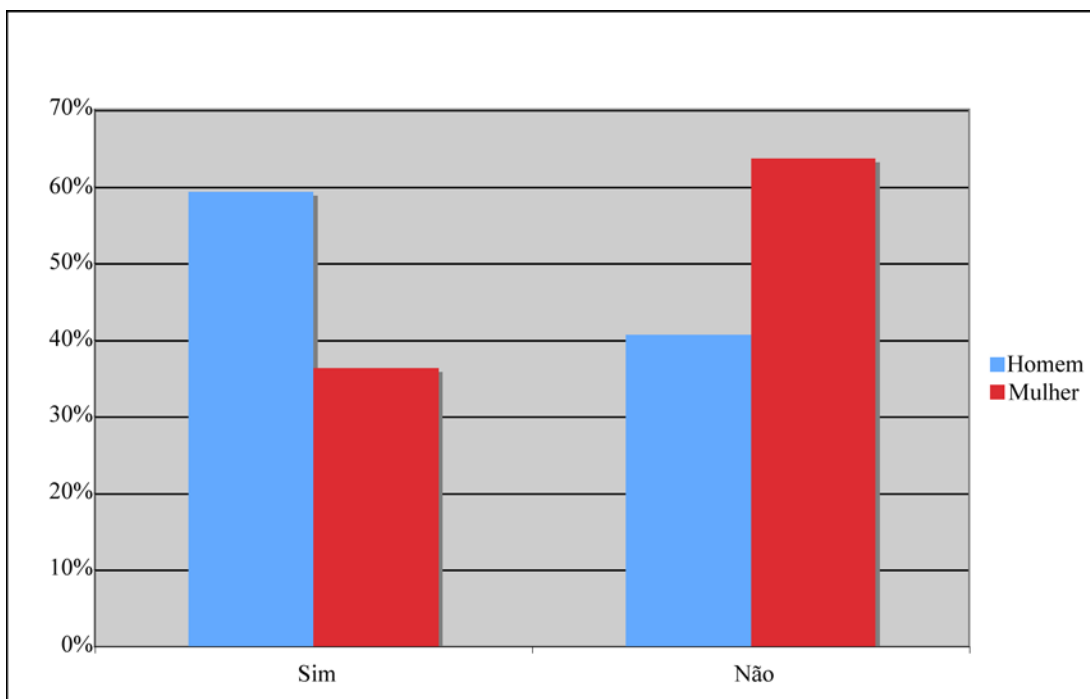


Fig.11 – Quem já jogou on-line

Os homens também fazem mais compras através da Internet sendo os livros, as viagens, e o material informático as *commodities* mais procuradas.

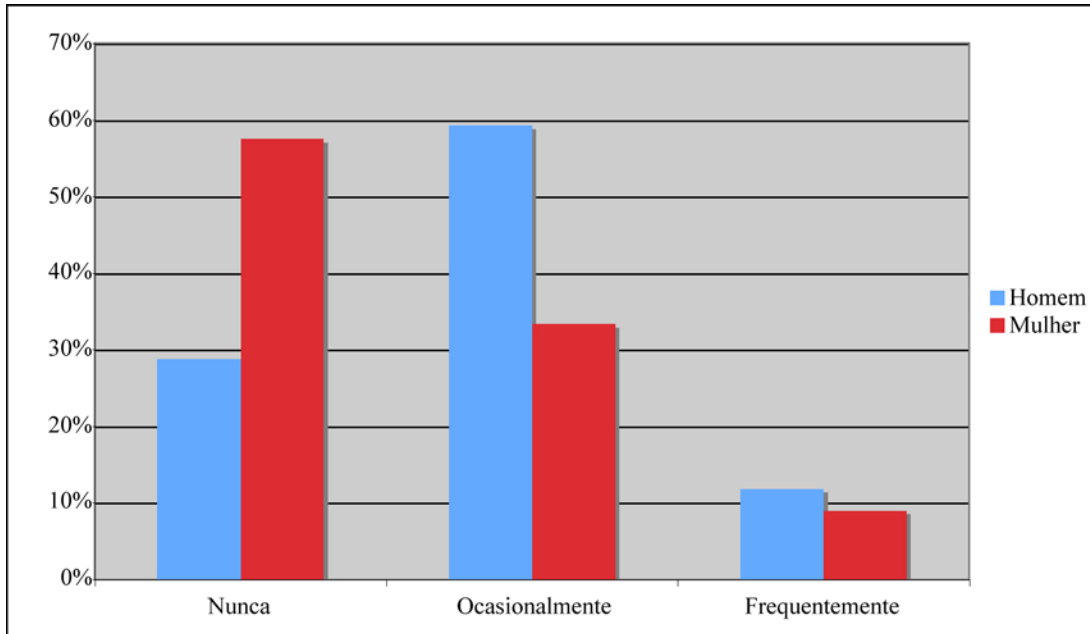


Fig.12- Periodicidade das compras *on-line*

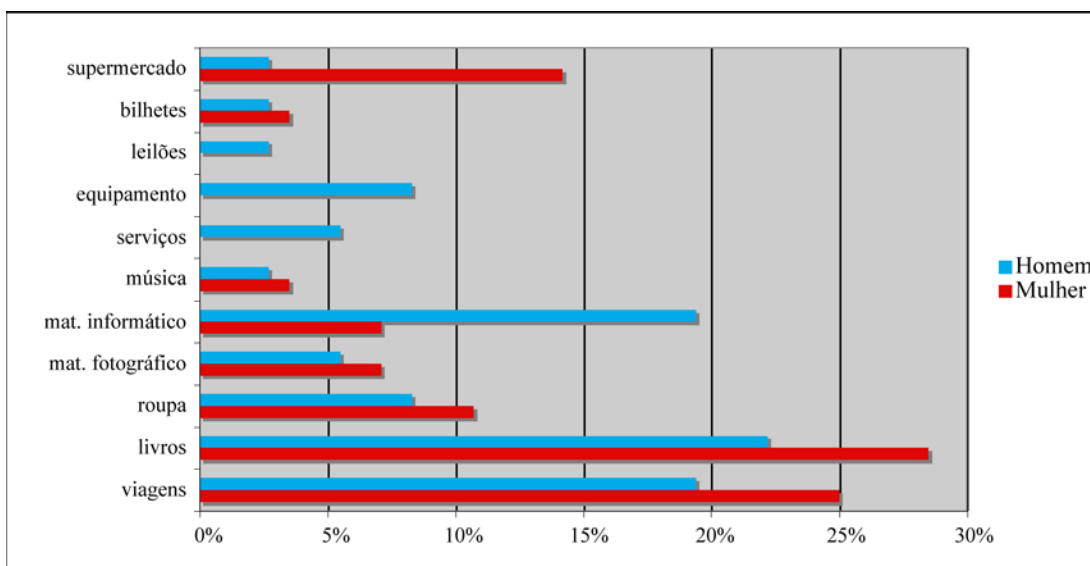


Fig.13 – Itens mais comprados

Importa salientar que cerca de 14.2% das mulheres afirma efectuar as suas compras do supermercado através da Internet.

Relativamente ao tempo passado *on-line* verificamos que 30.2% dos homens e 15.1% das mulheres afirma passar mais de 4h ligado à Internet.

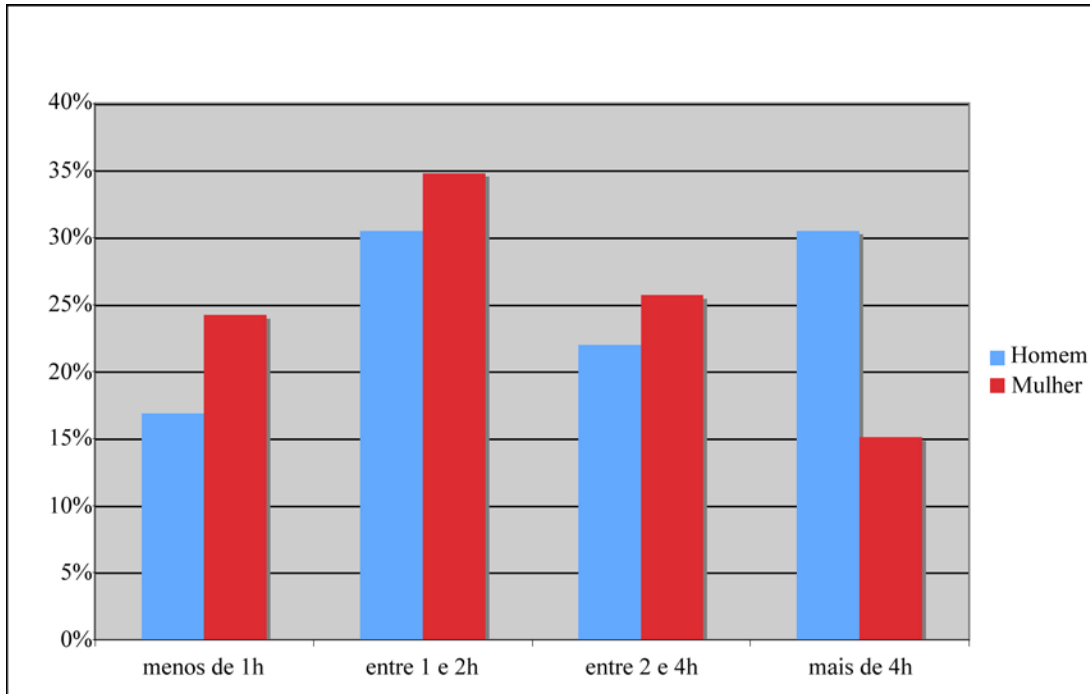


Fig.14 – Tempo dispendido *on-line*

Quanto ao tempo dispendido a ver televisão, nenhum dos inquiridos do sexo masculino afirmou passar mais de 4h a ver televisão contra 1.5% das mulheres que afirmou passar mais de 4h a ver televisão.

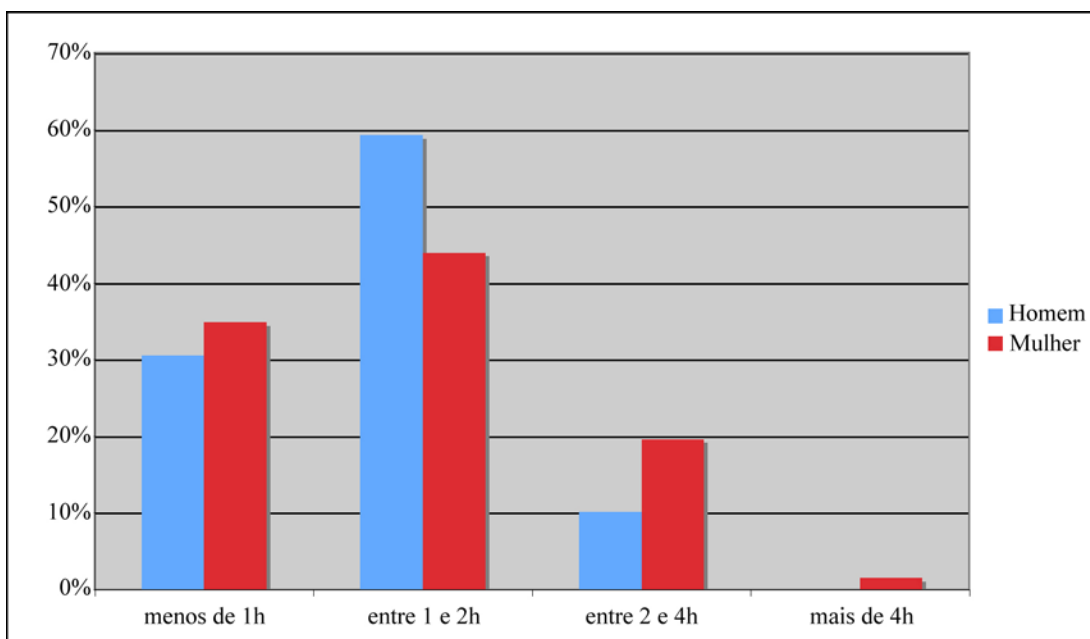


Fig.15 – Tempo dispendido a ver televisão

Quando questionados se alguma vez já criaram algum tipo de relação com alguém que conheceram virtualmente, 45.7% dos homens e 34.8% das mulheres afirmou positivamente já ter criado relações sociais através da Internet.

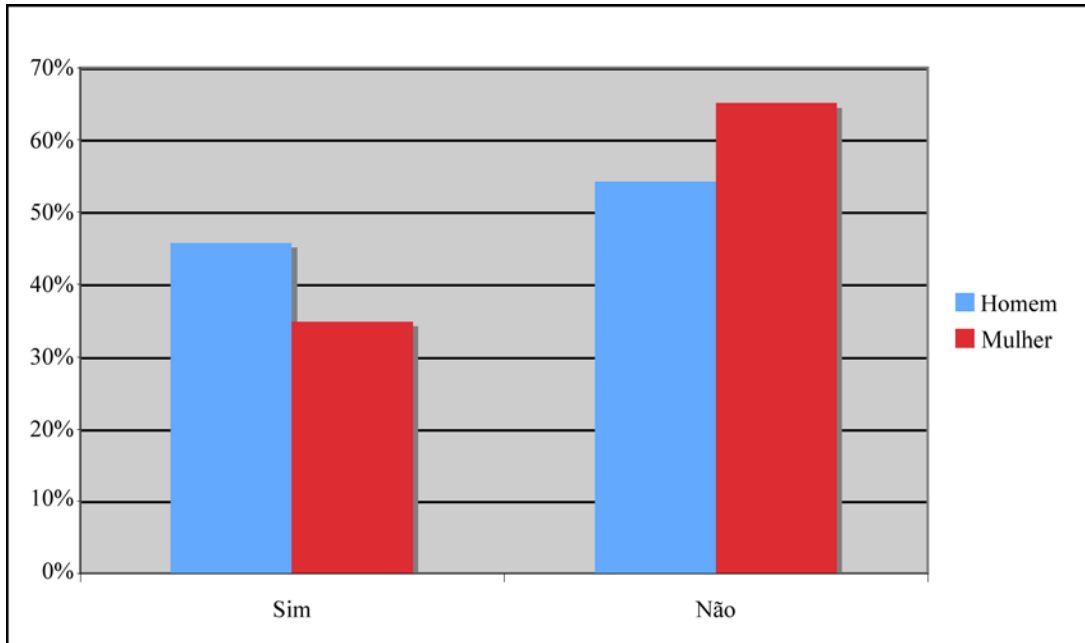


Fig.16 – Relações on-line

Quanto à disponibilização de informação pessoal *on-line*, cerca de 65% dos inquiridos afirma disponibilizar essa informação na Internet.

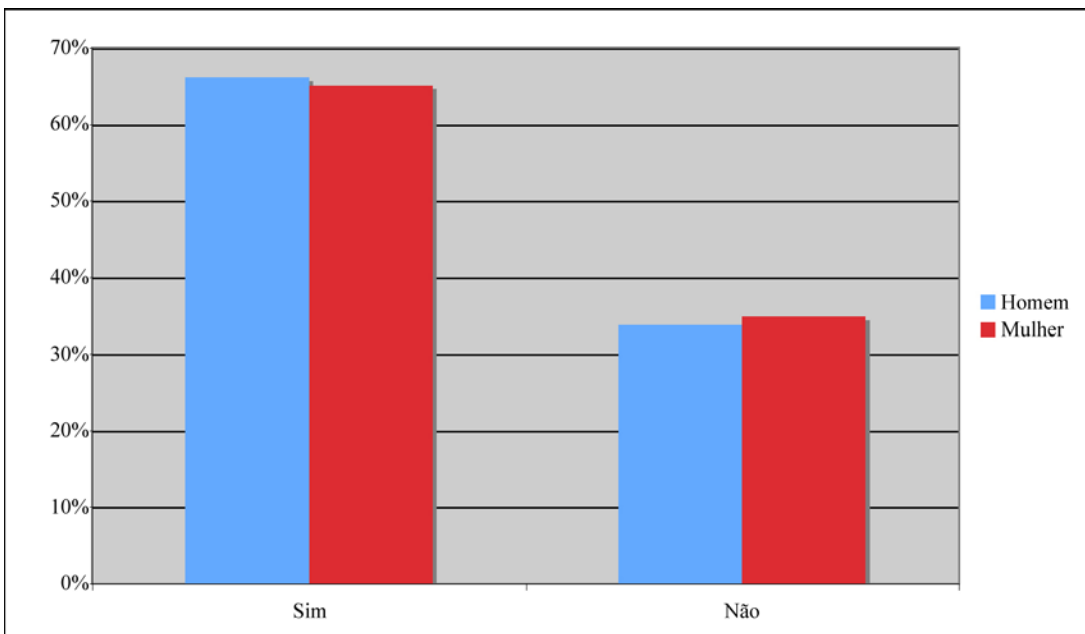


Fig.17 – Informação pessoal *on-line*

No que diz respeito à alteração de identidade, 27% dos homens afirma já ter mudado de identidade *on-line* pelo menos uma vez e 8.4% afirma tê-lo feito mais do que uma vez. Por seu lado, 18% das mulheres afirma já ter mudado de identidade *on-line* pelo menos uma vez, e 6% mais do que uma vez.

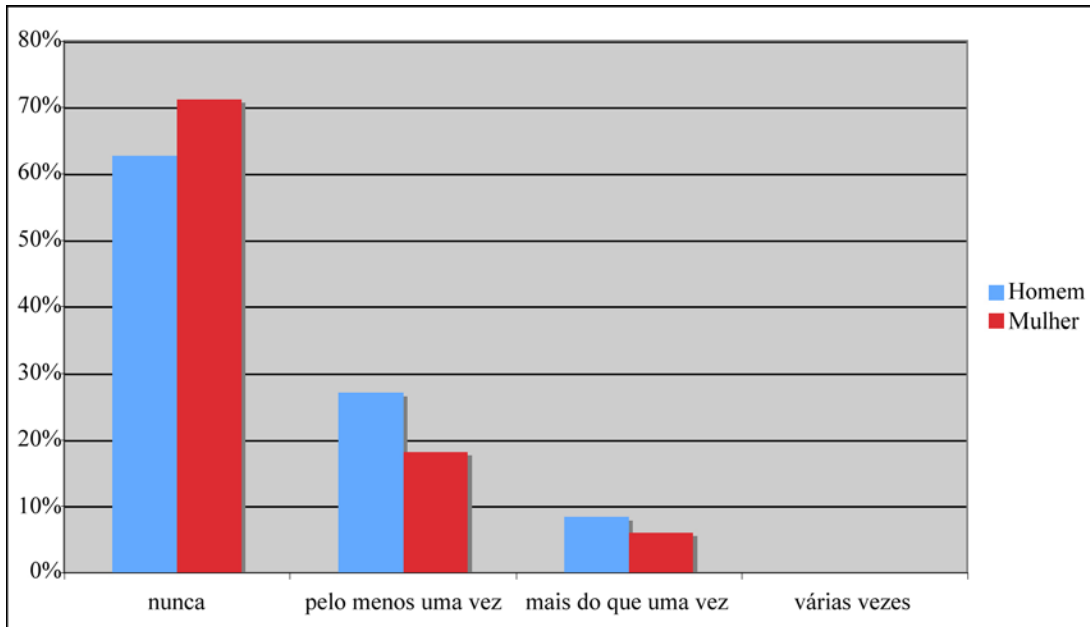


Fig.18 - Role-Play

Quando colocada a questão sobre qual o meio que prescindiam – Internet ou televisão – 74.5% dos homens e 54% das mulheres afirmou preferir prescindir da televisão.

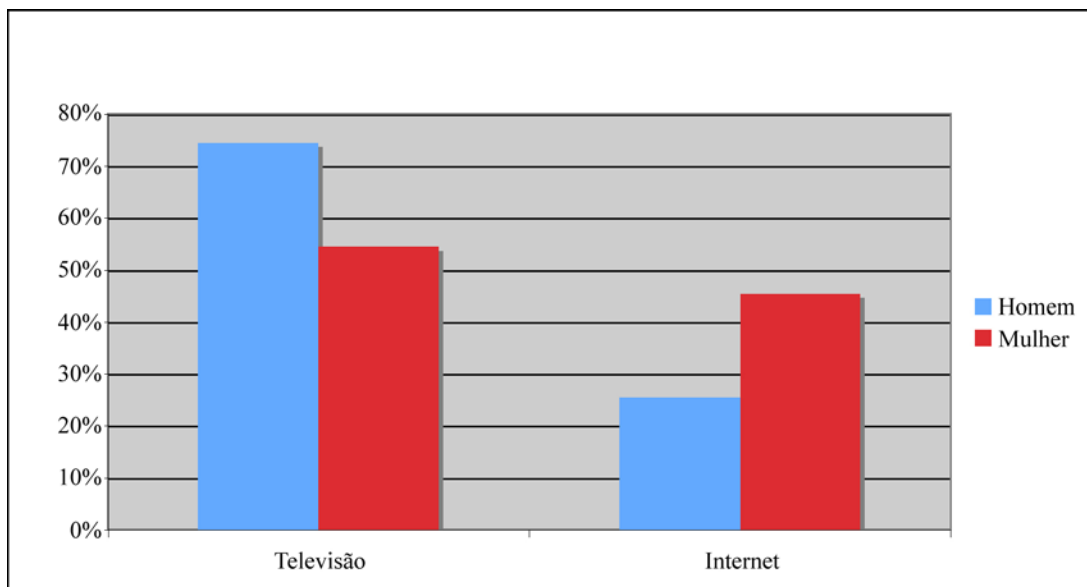


Fig.19 - Item menos valorizado

Relativamente ao tempo de acesso à Internet, cerca de 90% dos homens e 69.7% das mulheres afirma aceder à Internet há mais de 5 anos.

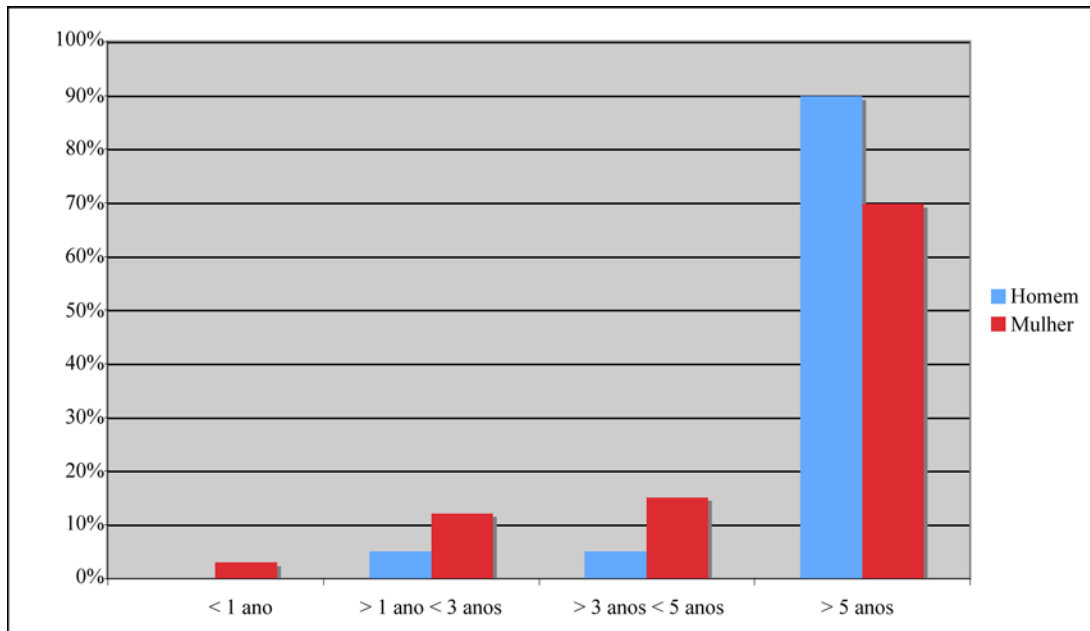


Fig.20 – Tempo de acesso à Internet

Com os resultados obtidos podemos concluir que é a nos centros urbanos onde o acesso à Internet é mais intenso. O e-mail também continua a ser a ferramenta mais utilizada, seguido pelo acesso a informação, indo assim de encontro aos resultados obtidos em 2000 pelo *UCLA Internet Report* que dá igualmente prioridade a estes dois itens no que toca às preferências de utilização deste novo media.

Por outro lado, os homens, ao acederem mais a sites generalistas, ao jogarem mais on-line e ao fazerem mais compras *on-line*, tornam-se utilizadores mais experientes que as mulheres. Tanto os homens como as mulheres acedem à Internet preferencialmente sozinhos a partir de casa ou do trabalho, o que pode levar a uma descida do nível de comunicação com os familiares e colegas de trabalho, indo assim de encontro aos estudos efectuados pelo HomeNet Project e por Nie e Erbring que apontam igualmente para este tipo de consequência.

Segundo Boneva e Kraut, as mulheres usam mais o e-mail que os homens no que diz respeito à comunicação entre familiares. Neste estudo esse resultado também é confirmado, levando-nos a concluir que as mulheres utilizam mais o e-mail para fortalecer os laços de amizade e as relações familiares do que os homens, que por seu lado, utilizam mais o e-mail por razões profissionais.

Grande parte dos inquiridos acede à Internet há mais de 5 anos, o que os torna utilizadores experientes, e ao tornarem-se utilizadores experientes, potencializam as capacidades deste novo media para aumentar o seu leque de relações sociais, como por exemplo, a criação de um espaço *on-line* com informação pessoal. Contudo, tanto os homens como as mulheres já tiveram necessidade de ocultar a sua verdadeira identidade embora esta prática seja pouco frequente na amostra obtida.

Ao preferirem a Internet à televisão, os inquiridos demonstram o grau de importância atribuído a este novo media abrindo assim caminho para a, cada vez mais rápida, convergência dos media, onde a Internet irá seguramente absorver os restantes meios de comunicação de massas como a televisão, a rádio e a imprensa.

CONCLUSÃO

Este trabalho tentou compreender a influência que a Internet exerce sobre o dia-a-dia das sociedades modernas. A World Wide Web é um meio de transmissão cultural que altera a forma de comunicar das sociedades, criando novas formas de usar e articular a informação facilitando as relações sociais.

A comunicação mediada por computador deu ao indivíduo a possibilidade de controlar a forma como comunica com os outros. As comunidades virtuais deram ao indivíduo a possibilidade de criar novas formas de relacionamento, inventar personagens e viver em mundos imaginários onde as barreiras sociais são suavizadas permitindo que certas fronteiras sejam ultrapassadas, gerando novas formas de comportamento num processo de descoberta de identidade e experimentação. Foi criado um novo modelo de sociabilidade caracterizado pelo individualismo e pelo direito à diferença, onde em cada dia são criadas novas regras à escala global gerando fenómenos sociais caracterizados pela personalização do “eu”.

Com base nos estudos consultados e nos resultados obtidos neste trabalho podemos tirar algumas conclusões referentes ao uso da Internet em Portugal, o qual, em muitos aspectos, é similar ao uso noutros países. Assim, e devido ao facto da generalidade dos acessos ser efectuado a partir dos centros urbanos pode evidenciar uma certa distância tecnológica face aos centros rurais que, por terem menos população e se revelarem menos atractivos economicamente, não têm ainda a possibilidade de usufruir deste novo meio numa escala mais abrangente.

O facto de tanto os homens como as mulheres acederem à Internet geralmente sozinhos pode provocar um certo isolamento do meio social onde se encontram inseridos, contudo, e na minha opinião, este aspecto será ultrapassado quando assistirmos à convergência total dos media, pois com a expansão da Internet iremos passar cada vez mais tempo on-line e menos tempo a ver televisão.

Podemos concluir igualmente que o e-mail constitui a ferramenta mais importante da Internet.

Relativamente aos hábitos de compra *on-line*, pudemos confirmar que tal como em outros estudos efectuados, as viagens, os livros e o material informático, representam os itens mais adquiridos, abrindo assim uma oportunidade de negócio para os agentes económicos que actuam nestas áreas de negócio.

A Internet é sem dúvida um meio que permite criar novas formas de relacionamento social e isso é demonstrado através da grande percentagem de inquiridos (cerca de 65%) que afirma possuir um espaço *on-line* com informação pessoal, revelando-se talvez numa nova forma de creditação da identidade pessoal. Contudo, a forma como vivemos e o modo como nos relacionamos com os outros foi acelerada e esta aceleração está a provocar efeitos que quando não correctamente diagnosticados podem provocar sérios danos na forma como se desenvolvem essas personalidades.

Por outro lado, a Internet ao permitir a partilha de informação gera uma espiral de conhecimento que possibilita a ascensão de potencialidades outrora adormecidas ou inexploradas como são exemplo os fóruns de discussão ou os sites de conteúdos especializados.

Assim, será útil continuar a observar a forma como a Internet está a influenciar o nosso dia-a-dia para assim tentar compreender melhor os seus efeitos. É claro que como todos os meios de comunicação de massas a Internet tem aspectos negativos e positivos, cabendo-nos a nós a interpretação desses efeitos permitindo assim que no futuro possam sejam melhor compreendidos e usados de forma a potenciar uma evolução saudável da sociedade.

O facto da Internet potencializar uma maior vigilância também é um assunto que deve ser observado e discutido pois corremos o risco de ver a nossa vida privada invadida

sem que tenhamos a mínima noção dessa realidade.

BIBLIOGRAFIA

Anderson, Ben. e Tracey, Karina. (2002). *Digital Living In: Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. The Internet in Every Day Life.* Oxford. Blackwell Publishing, p.139.

Ariana, E.Cha. (1997). *Caught in the Net.* Michigan. Detroit Free Press.

Baudrillard, Jean. (1988). *Selected Writings.* Califórnia. Standford University Press.

Bauman, Zygmunt. (1992). *Intimations of Post Modernity.* New York. Routledge.

Bauman, Zygmunt. (1995). *Life in Fragments.* Oxford. Blackwell Publishers.

Barbrook, Richard e Cameron, Andy. (1996). *The Californian Ideology* [Em linha]. Disponível em http://www.alamut.com/subj/ideologies/pessimism/califIdeo_I.html. [Consultado em 17/04/2008].

Berger, Charles B. e Chaffee, Steven. (1989). “What communications Scientists Do”, in Charles Berger e Steven Chaffee (Eds) *Handbook of Communication Science 2ª ed.* California. Sage Publications.

Bertman, Stephen. (1998). *Hipercultura.* Lisboa. Instituto Piaget.

Boneva, Bonka., e Kraut, Robert. (2002). E-mail, Gender and Personal Relationships *In: Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. The Internet in Every Day Life.* Oxford. Blackwell Publishing, p.372.

Bolter, Jay David. (2001). *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print.* Lawrence Erlbaum Associates. USA.

Cardoso, Gustavo. (1998). *Contributos para uma Sociologia do Ciberespaço*. [Em linha]. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=cardoso-gustavo-sociologia-ciberespaco.html [Consultado em 17/03/2008].

Castells, Manuel (2004). *A Galáxia da Internet*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Chen, Wenhong., Boase, Jeffrey. e Wellman, Barry. (2002). The Global Villagers. In: Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. *The Internet in Every Day Life*. Oxford. Blackwell Publishing, p.74.

Chen, Wenhong., Boase, Jeffrey., e Wellman, Barry. (2000). *National Geographic Survey 2000*. [Em linha]. Disponível em <http://www.nationalgeographic.com> [Consultado em 17/09/2007].

CNNIC (China Internet Network Information Center) (2001). *Semiannual Survey Report on the Development of China's Internet* [Em linha]. Disponível em <http://www.cnnic.org.cn/> [Consultado em 17/10/2007].

Dyson, E. (1997). *A Design for Living in The Digital Age..* New York. St. Martin's Press.

Eliot, Arnold. (1958). *The Yellow Man*. New York. Harcourt Brace

Foucault, Michael. (1977). *Discipline and Punish. The Birth of the Prison*. New York. Vintage Books.

Foucault, Michael. (1991). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*. Harvester Wheatsheaf. Hemel Hempstead.

Giddens, Anthony. (1991). *As Consequências da Modernidade*. São Paulo. Unesp.

Gil, António Carlos. (2006). *Como Elaborar Projectos de Pesquisa – 4ª Edição*. S.Paulo. Atlas.

Gitlin, Todd. (1978). *Media sociology: the dominant paradigm, Theory and Society*. New York, Springer.

Habermas, Jurgen. (1992). *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, Polity Press.

Herman, Andrew., e Swiss, Thomas. (2000). *The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory*. New York. Routledge.

Herman, Andrew., e Slop, John H. (2000). Red Alert! *In: Herman, Andrew., e Swiss, Thomas. The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory*. New York. Routledge, p.77.

Howard, Philip., Rainie, Lee., e Jones Steve (2000). *Pew Internet and American Life*. [Em linha]. Disponível em <http://www.pewinternet.org> [Consultado em 23/11/2007].

Howard, Philip., Rainie, Lee., e Jones Steve. (2002). Days and Nights on the Internet *In: Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. The Internet in Every Day Life*. Oxford. Blackwell Publishing, p.45.

Internet World Stats. *Internet Users in the World Growth Between 2000 and 2007*. [Em linha]. Disponível em <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Consultado em 07/11/2007].

Jay, Martin (1973). *The Dialectical Imagination* [Em linha]. Disponível em <http://marxists.anu.edu.au/subject/frankfurt-school/jay/ch01.htm> [Consultado em 12/12/2007].

Jung, Carlos Fernando. (2004). *Metodologia para Pesquisas & Desenvolvimento*. Rio de Janeiro. Axel Books.

Katz, James. e Rice, Ronald. (2002). Syntopia *In: Wellman, Barry. e Haythorthwaite, Caroline. The Internet in Every Day Life*. Oxford. Blackwell Publishing, p.114.

Keane, John. (1989). *Democracy and Civil Society*. Londres. Verso.

Kiesler, S., D. Zubrow, e A. Moses. (1984). *Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication*. *American Psychologist* 39, no10.

Kiesler, Sara. (1986). The Hidden Messages in Computer Networks. [Em linha]. Disponível em <http://books.google.pt/books?id=BVVdQdURPXsC&pg=PA222&dq=Sara+Kiesler++The+Hidden+Messages+in+Computer+Networks&sig=ACfU3U1GRW3kViejCmF20958LgjCWpMGeA#PPA1,M1>. [Consultado em 07/012/2007].

Kerckhove, Derrick de. (1995). *A Pele da Cultura*. Lisboa. Relógio D'Água Editores.

Lakatos, André e Marconi, Maria de Andrade. (2003) *Fundamentos de Metodologia Científica – 5ª Edição*. S.Paulo. Atlas.

Lifton, Robert Jay. (1993). *The Protean Self*. New York. Basic Books.

Loader, Brian D. (1997). *The Governance of Cyberspace*. Routledge. Londres.

Lyotard, Jean-François. (1998). *A Condição Pós-Moderna*. Gradiva. Lisboa.

Malhorta, Naresh K. (2002). *Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada*. Porto Alegre. Bookman.

Marcuse, Herbert. (1978). *One Dimensional Man*. Boston. Beacon Press.

McChesney, Robert. (2000). So Much for the Magic of Technology and Free Market *In: Herman, Andrew., e Swiss, Thomas. The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory*. New York. Routledge, p.5.

McLeod, Ramos G. (1993) *Teen Sex Starting Younger*. Michigan. Detroit Free Press.

McQuail, Dennis. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa, Ed. Fundação Calouste Gulbenkian.

Mosco, Vincent. (2000). Webs of Myth and Power *In: Herman, Andrew., e Swiss, Thomas. The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory*. New York. Routledge, p.37.

Nie, Norman H., Hillygus, D.Sunshine., e Erbring, Lutz. (2002). Internet Use, Interpersonal Relations and Sociability *In: Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. The Internet in Every Day Life*. Oxford. Blackwell Publishing, p.215.

Negroponte, Nicholas. (1995). *Being Digital*. Londres. Hodder and Stoughton.

Oldenburg, Ray. (1999). *The Great Good Place*. New York. Marlow & Company.

Parks, M. R., e K., Floyd. (1996). "Making Friends in Cyberspace." *Journal of Communication* 46, no.1.

Pile, S. e Thrift, N. (1996). *Mapping the Subject*. Londres. Routledge.

Platão. (1993). *A República*. Trad. M. H. R. Pereira. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Richardson, Roberto Jarry. (1999). *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*. S.Paulo. Atlas.

Rheingold, Howard. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Massachusetts. MIT Press

Robinson, John P., Kestnbaum, Meyer., Neustadt, Alan., e Alvarez, Anthony S. (2002). The Internet and Other Users of Time *In*: Wellman, Barry., Haythorhwaite, Caroline. *The Internet in Every Day Life*. Oxford. Blackwell Publishing, p.244.

Shapiro, Andrew L. (1999). *The Control Revolution*. New York. Public Affairs.

Slevin, James. (2000). *The Internet and Society*. Londres. Polity Press.

Spears, R., e M. Lea. (1994). *Panacea or Panopticon? The Hidden Power in Computer-Mediated Communication*. *Communication Research* 21, no.4

Stoll, Clifford. (1996). *Silicon Snake Oil: Seconds Thoughts on the Information Highway*. New York. Anchor Books.

Talbot, Steve. (1995). *The Future Does Not Compute: Transcending the Machines in Our Midst*. California. Cambridge. O'Reilly & Associates.

Taylor, E.B. (1891). *Primitive Culture: Researches Into Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom, Vol.1*. Londres. John Murray.

Thompson, John B. (1996). *The Media and Modernity A Social Theory of the Media*. Califórnia. Stanford University.

Turkle, Sherry. (1995). *Life on the Screen*. New York. Simon & Schuster Paperbacks.

UCLA Center for Communication Policy. (2000). *The UCLA Internet Report: "Surveying the Digital Future"* [Em linha]. Disponível em <http://www.ccp.ucla.edu/pages/internet-report.asp> [Consultado em 23/11/2007].

Wagner, Gert G., Pichner, Rainer. e DeNew, Haisken. (2002). The Changing Digital in Germany *In: Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. The Internet in Every Day Life*. Oxford. Blackwell Publishing, p.164.

Wellman, Barry e Haythornthwaite, Caroline. (2002). *The Internet in Everyday Life*. Oxford, Blackwell Publishers.

Wellman, Barry., Haythorthwaite, Caroline. (2002) *The Internet in Everyday Life*. Oxford. Blackwell Publishing.

Wurman, Richard Saul. (1989). *Information Anxiety*. England. Karen Whitehouse.

ANEXOS

Anexo 1 – Questionário

Pergunta 1 - Sexo

- masculino feminino

Pergunta 2 - Idade**Pergunta 3 - Profissão** ▼**Pergunta 4 - Qual o número de pessoas que constituem o seu agregado familiar contado consigo?**

- 1
 2
 3
 4
 5
 mais de 5

Pergunta 5 - Qual o seu rendimento líquido mensal?

- menos de 500Eur
 500 a 1.500Eur
 1.500 a 2.500Eur
 2.500 a 3.500Eur
 mais de 5.000Eur
 não sei
 prefiro não responder

Pergunta 6 - Com que frequência acede à Internet?

- nunca, esta é a primeira vez
 menos de uma vez por mês
 uma vez por mês
 uma vez por semana
 algumas vezes por semana
 uma vez por dia
 várias vezes por dia

Pergunta 7 - Qual a sua área de residência?

- cidade
 subúrbios
 zona rural
 não sei

Pergunta 8 - Com quem costuma aceder à Internet?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "frequentemente"

Sozinho

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Com amigos

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Com família

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pergunta 9 - Qual o local onde costuma aceder à Internet?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "frequentemente"

escola

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

casa

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

cyber café

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

casa de amigos

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Trabalho

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Outro, qual?

Pergunta 10 - O que visita quando navega na Internet?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "frequentemente"

chat rooms (ex: Mirc, Messenger)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

comunidades virtuais (ex: Hi5, Second Life, Netlog,..)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

blogs/fóruns de discussão

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

websites

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

outro, qual?

Pergunta 11 - Para quem envia mais e-mails?

- amigos
- família
- trabalho

outro, qual?

Pergunta 12 - Já alguma vez mudou de identidade on-line?

- nunca
- pelo menos uma vez
- mais do que uma vez
- várias vezes

Pergunta 13 - Já criou relações através da Internet?

- sim
- não

Pergunta 14 - Costuma ler livros?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "frequentemente"

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pergunta 15 - Costuma visitar espaços de arte?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "frequentemente"

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pergunta 16 - Costuma ir ao cinema?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "várias vezes"

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pergunta 17 - Costuma praticar desporto?

por favor indique o grau de probabilidade usando uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "raramente" e 10 "frequentemente"

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pergunta 18 - Qual o item que valoriza mais na Internet?

- e-mail
- motores de busca
- compras
- jogos
- downloads
- enciclopédias/dicionários on-line
- notícias
- acesso a informação
- oportunidades de negócio
- comunidades virtuais (Hi5, MSN, Second Life...)
- outro, qual?

Pergunta 19 - Já jogou através da Internet?

- sim
- não

Pergunta 20 - Costuma fazer compras através da Internet?

- nunca
- ocasionalmente
- frequentemente

Pergunta 21 - Se já fez compras através da Internet indique por favor o que costuma comprar.

- livros
- dvds/jogos
- viagens
- roupa
- outro, qual?

Pergunta 22 - Quanto tempo passa em média por dia a navegar na Internet?

▼

Pergunta 23 - Quanto tempo passa em média por dia a ver televisão?

▼

Pergunta 24 - Tem algum sítio na Internet com informação pessoal?

- sim
- não

Pergunta 25 - Há quanto tempo navega na Internet?

▼

Pergunta 26 - O que costuma consultar quando se liga à Internet na primeira vez do dia?