

# O desejo por uma comunicação em linha que, tal como a tradição, já não é o que era

Diz-se muitas vezes que a tradição já não é o que era. Fala-se na mudança de paradigma da comunicação em linha. Estes dois actos estão associados ao facto de se ter passado de uma comunicação em linha passiva (emissor-receptor) para uma colaborativa (emissor-receptor-emissor-etc.) que, segundo parece, está a agradar bastante aos utilizadores que demonstram o desejo de trabalhar e interagir com ela, em detrimento de outras formas de comunicação. Este artigo pretende mostrar como é que o desejo definido por René Descartes está ligado à forma como o usuário utiliza os diversos meios de comunicação em linha para explicar e exemplificar aspectos positivos e negativos desta comunicação, de forma a que possa maximizar os resultados provenientes desta interacção.

**Ana Viale Moutinho** (ana.moutinho@gmail.com)

## Introdução

A partir de meados da década de 1980 (Breve História da Internet), Portugal começou a navegar na Internet, cerca de 20 anos depois do aparecimento do seu conceito nos EUA (Moutinho, 2001, p. 103). Alguns tinham direito a um endereço electrónico e pouco mais se fazia em linha. Navegar na Internet resumia-se, praticamente, a procurar uma palavra no Altavista ou no Netscape e a entrar nos sítios. Liam-se os textos com as respectivas ligações e, no caso de haver interesse nela, pulsava-se. Para voltar à página inicial, apertava-se a seta para a esquerda. Quando alguém encontrava uma página interessante, copiava o endereço para o passar aos seus amigos (como se disse, o correio electrónico era só para alguns). Este acesso à Internet era só para alguns nas universidades e em algumas empresas (id.). Por esta altura, navegar era considerado uma distração, uma curiosidade, poucos sabiam tirar partido das suas vantagens e o único feedback era dado através do livro de visitas (“Guest Book”).

Entretanto, a Internet foi-se tornando vulgarizada, a entrar com mais ou menos assiduidade e rapidez nas nossas casas, e a facilitar a atribuição de endereços electrónicos. Há cada vez mais páginas pessoais e empresariais, mais formas de informação, organiza-se e partilha-se fotos e vídeos através de plataformas específicas, trabalha-se em linha no mesmo documento e em tempo real, transporta-se os favoritos para qualquer computador com acesso à Internet, criar uma página é cada vez mais fácil, faz-se contactos audiovisuais com simplicidade e gratuitos... Quanto às pesquisas, já não há só o Altavista e o Netscape, mas um conjunto de motores de busca específicos para procurar, entre outras coisas, blogs, catálogos, imagens, vídeos, mapas, trabalhos científicos, grupos de interesse etc. Outros motores fazem mapas e relacionam os resultados obtidos, permitindo guardá-los.

Torna-se difícil imaginar um mundo sem as facilidades de acesso à comunicação em linha como as que existem hoje, pois está-se cada vez mais ligado a outras pessoas que não se conhece e com as quais existem interesses comuns, trocam-se informações, é-se ajudado por desconhecidos quando se tem problemas de “software”, pode-se colaborar em projectos que depois de terminados são partilhados com milhões de pessoas... Estas facilidades estimulam o desejo de interacção que se torna cada vez mais presente, mesmo que de uma forma inconsciente, na vida dos utilizadores da rede.

Porém, é de apontar duas chamadas de atenção para a comunicação em linha que temos hoje: a grande dependência de ligações permanentes, fiáveis e de qualidade e os direitos de autor. No primeiro caso, se houver falhas, a comunicação fica comprometida e todos os desejos de que se vai falar de seguida não poderão ser atendidos. No segundo, uma vez que várias pessoas colaboram no mesmo projecto, não se sabe onde acaba a autoria de uma e começa a de outra, acabando por ficar confuso o seu mérito (*Oportunidades e desafios da Revolução chamada Web 2.0*).

## O desejo...

No séc. XVII, René Descartes escreveu *Les Passions de l'Âme*, onde mostra como actuam as paixões no corpo. De acordo com o autor, estas são as nossas percepções, a nossa forma de saber. Para este artigo, seleccionou-se uma das seis paixões primitivas, o desejo, deixando para outros estudos a admiração, a relação amor/ódio, a relação agrado/horror, a alegria e a tristeza.

De acordo com Roger Ariew et al. (1998, p.203), a palavra paixão vem do latim *pati*, que significa «sofrimento», «aguentar (passivamente)». Para Descartes (1989, p. 50), “(...) the last and most proximate cause of the passions of the soul is nothing other than the agitation with which the spirits move the little gland in the middle of the brain.”

O filósofo acrescenta que o objectivo de todas estas paixões é “(...) dispose the soul to will the things nature tells us are useful and to persist in this volition” (id., pp. 51-52). Desse modo, umas mais do que outras, elas fazem com que o corpo satisfaça essas vontades.

O desejo, para Descartes (id., p.66), é a agitação da alma, porque leva a querer o que não se tem e a preservar o que se tem. Para o autor, existem também outras acções que estimulam o desejo, como a curiosidade para saber o que é novidade, antigo ou velho, transformado ou usado de maneira diferente e acrescenta que a cada paixão positiva ocorre uma oposta, razão pela qual se pode sentir desejo de conhecer ou de glória e, outras vezes, desejo de vingança (id., *ibid.*).

Este sentimento está presente em vários momentos da vida de cada pessoa, bem como em diversas formas, quer seja numa interacção interpessoal face a face ou em linha.

## O desejo por uma comunicação em linha que, tal como a tradição, já não é o que era

### O que nos faz desejar uma comunicação em linha que exige de nós?

Para o utilizador comum, a evolução da comunicação em linha foi sendo gradual e foi dando conta destas mudanças, que se foram tornando similares ao que se vê num ecrã de computador (Alinone, 2006). O que ele não sabe é o que está por trás dela, ou seja, não sabe que se passou de uma “Web 1.0” estática para uma “Web 2.0” dinâmica, também chamada “live Web” ou “incremental Web” (Hof, 2006, e Wesch, s.d.), que se baseia na contribuição e que tem como princípio o facto do serviço se poder ir aperfeiçoando e melhorar, quanto maior for o número de utilizadores participantes que promovem a interacção (O’Reilly, 2005).

De seguida, vão ser enunciados dez desejos, aos quais se juntaram algumas formas de comunicação que utilizamos em linha, dentro da “Web 2.0”. Inicialmente, vai falar-se dos desejos pessoais introspectivos (pontos 1 a 4) e depois dos desejos interpessoais (5 a 10).

#### 1. Desejo de estar contactável

O correio electrónico é, depois do telefone, o meio de comunicação à distância mais utilizado nos dias que correm. Será a melhor forma de se responder ao primeiro desejo de que se vai falar: o de estar contactável em qualquer parte do mundo com um acesso à Internet. Cada vez mais vulgarizado, vários sítios oferecem endereços electrónicos gratuitos que permitem guardar mais ou menos mensagens ou, como anuncia o Gmail, «Over 2822.457693 megabytes (and counting) of free storage so you’ll never need to delete another message».

Endereço <http://www.gmail.com/>

#### 2. Desejo de controlar a informação

Este desejo faz com que, antes de qualquer acesso à informação, como inserir um comentário ou pesquisar em alguns sítios, seja obrigatório um registo prévio. O utilizador tem de arranjar um nome pelo qual vai ser conhecido dentro daquele domínio, uma senha e divulgar alguma informação a seu respeito. Nesta fase, os dados são fornecidos de forma voluntária e servirão para o administrador da página conhecer os seus “consumidores” e poder prestar um melhor serviço.

Endereço <http://www.linkedin.com/home>

#### 3. Desejo de se informar

A falta de tempo das pessoas contribuiu para aperfeiçoar o tempo de resposta dos motores de busca, e isso aconteceu de tal forma que alguns destes passaram a colocar os segundos que demoram a responder à pesquisa.

Endereço <http://www.yahoo.com/>

Ainda devido à falta de tempo, foram-se desenvolvendo aplicações como o RSS (Really Simple Syndication ou Rich Site Summary) para

ajudar o utilizador a manter-se actualizado sobre a informação de blogs, sítios de jornais, revistas etc., de acordo com preferências e interesses previamente seleccionados.

Endereço <http://feeds.feedburner.com/CyberNet>

Para outro tipo de informação, há ainda a hipótese da subscrição de “newsletters” e de “listservs” especializadas.

Endereço <http://www.springwise.com/>

Endereço [http://www.eduref.org/lm\\_net/](http://www.eduref.org/lm_net/)

#### 4. Desejo de resolver problemas

Este desejo fará a transição para aqueles que temos em relação aos outros, na medida em que também são desejos pessoais. Por vezes, quando se está a trabalhar e se tem dúvidas, pode-se recorrer à ajuda em linha. Trata-se de comunidades específicas que tiram dúvidas e onde tudo fica registado, cabendo a cada um procurar a resposta que melhor se adequa ao seu caso. Se as suas perguntas não tiverem respostas no sítio, pode-se ainda enviar um e-mail.

Endereço <http://www.adobe.com/support/products/acroreader.html>

#### 5. Desejo de contribuição

Este é o desejo que está mais relacionado com a “Web 2.0”, como já se teve a oportunidade de verificar. Assim, as “Wikis” ou os espaços colaborativos para comentários em diversas páginas da “Web”, por exemplo, convidam à colaboração com informação ou opinião sobre um tópico dado para completar, corrigir a informação, ou mesmo sugerir novas entradas.

Endereço <http://www.wikipedia.org/>

Endereço [http://pilot.citizendium.org/wiki/Main\\_Page](http://pilot.citizendium.org/wiki/Main_Page)

#### 6. Desejo de partilha

Pode dizer-se que o utilizador final é participante quando inicia um “Podcast”, abre um “Blogue” ou um “Fotoblogue”, quando insere imagens e/ou vídeos em linha e lhes atribui as palavras-chave que entende para mais tarde as poder recuperar. Mas, se é mais prático e rápido não ter de se usar uma lista fechada de palavras-chave, pode ser mais difícil recuperar essa informação no meio de tanta escolha. Uma alternativa será optar por colocar uma nuvem de palavras-chave (“tags”) que o visitante pode escolher, ou fornecer uma lista das palavras-chave mais usadas.

No caso de não se optar por nenhuma destas propostas, será muito difícil recuperar o que se pretende e arrisca-se a receber uma mensagem como aquela que aparece muitas vezes no YouTube: «No Videos found for...».

Mas a partilha de informações continua para além das fotos e dos vídeos: ela passa pelos eventos, aniversários, passatempos e até pelos sítios favoritos.

## O desejo por uma comunicação em linha que, tal como a tradição, já não é o que era

Endereço	<a href="http://www.flickr.com">http://www.flickr.com</a>
Endereço	<a href="http://www.photoblogs.org/">http://www.photoblogs.org/</a>
Endereço	<a href="http://upcoming.org/">http://upcoming.org/</a>
Endereço	<a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a>
Endereço	<a href="http://zoomclouds.egrupos.net">http://zoomclouds.egrupos.net</a>
Endereço	<a href="http://del.icio.us">http://del.icio.us</a>

Ainda neste desejo de partilha, devido ao número cada vez maior de programas equivalentes ao MSWord e ao MExcel, por exemplo, alguns documentos não podem ser lidos em todos os computadores. Desejando colmatar este problema, surgiu o Acrobat PDF (Portable Document Format) que vai facilitar a troca e a leitura de documentos através de programas gratuitos que se podem descarregar para qualquer computador através de uma ligação à Internet.

Endereço	<a href="http://www.adobe.com/products/acrobat/index.html">http://www.adobe.com/products/acrobat/index.html</a>
----------	---

### 7. Desejo de ensinar

Quando se escreve um texto para ser colocado em linha, por vezes há a necessidade de inserir hiperligações para explicar algo ao leitor. Este desejo de ensinar, de explicar, de comunicar já vem da “Web 1.0”, mas continua a ser uma forma de interagir com o público cada vez mais exigente e com sede por informação. Quanto mais esclarecedora e completa for a informação de um sítio, menos probabilidade há do seu leitor ir tirar as suas dúvidas a outros locais.

Endereço	<a href="http://earth.google.com/">http://earth.google.com/</a>
----------	---

### 8. Desejo de agradar

A hiperligação evoluiu, na “Web 2.0” para um acesso automático de dados conhecido por “mashup”, isto é, ao abrir um sítio, este apresenta algumas informações contidas em bases de dados que estão ligadas a ele. Numa época em que se deseja obter o máximo de informação no mínimo de tempo possível, o “mashup” é o ideal para o relacionamento, actualização e disponibilização de dados.

Endereço	<a href="http://www.1001seafoods.com">http://www.1001seafoods.com</a>
----------	---

Este “mashup” tem um funcionamento semelhante ao das sugestões dadas por certos sítios, como o da Amazon, baseando-se em pesquisas ou compras efectuadas anteriormente, ou por motores de busca como o do Google, mostrando possibilidades de busca relacionadas com as letras que se vão inserindo. Porém, o desejo de agradar aos frequentadores dos sítios nem sempre é conseguido, porque se se fizer uma pesquisa pontual, sem grande interesse, ela irá ficar guardada e as sugestões serão também feitas com base nelas. Nessa altura, talvez se desejasse nunca ter feito a pesquisa com o “login” pessoal.

Endereço	<a href="http://www.amazon.com">http://www.amazon.com</a>
----------	---

Endereço	<a href="http://www.google.com/">http://www.google.com/</a>
----------	---

### 9. Desejo de organizar

Com a vida cada vez mais atribulada, há que organizar tudo metódicamente. A agenda comum já não é suficiente para tal e, por essa razão, vão surgindo ajudas em linha que permitem fazer listas pessoais, profissionais, lembretes etc., com a possibilidade de se poderem juntar a outros calendários e páginas pessoais.

Endereço	<a href="http://www.google.com/calendar/render?pli=1">http://www.google.com/calendar/render?pli=1</a>
----------	---

Endereço	<a href="http://www.rememberthemilk.com">http://www.rememberthemilk.com</a>
----------	---

Endereço	<a href="http://www.netvibes.com">http://www.netvibes.com</a>
----------	---

### 10. Desejo de comunicar

Quando se deseja falar com os amigos ou conhecidos pode usar-se, em vez do vulgar telefone fixo ou móvel, o VOIP (“Voice Over Internet Protocol”), que permite utilizar aplicações de voz através de IP. Porém, se a ligação à rede falha, o VOIP também falha e o desejo inicial pode transformar-se numa emoção negativa.

Outras alternativas para quando a Internet funciona serão os “Chats”, o “Messenger” (cada vez mais utilizado nas empresas para mensagens breves) e o correio electrónico, sobre o qual se falou no ponto 1.

Endereço	<a href="http://www.skype.com/intl/pt-pt/">http://www.skype.com/intl/pt-pt/</a>
----------	---

Endereço	<a href="http://get.live.com/messenger/overview">http://get.live.com/messenger/overview</a>
----------	---

### Conclusão

A comunicação em linha já não é como era quando surgiu a “Web 1.0”, transformou-se de um formato passivo para um colaborativo com o lançamento da “Web 2.0”. Esta mudança estimulou os usuários a expressarem seus desejos introspectivos bem como os interpersonais.

Deseja-se estar contactável, controlar, informar, resolver problemas, contribuir, partilhar, ensinar, agradar, organizar algo e comunicar com ou para alguém. Produzir uma resposta ou dar uma opinião que satisfaçam um desejo são ferramentas importantes para o melhor desenvolvimento da comunicação no mundo em rede assim como no mundo real.

Já houve bastantes avanços nesta forma de comunicação, mas os usuários podem esperar por outras novidades que irão facilitar ainda mais as suas vidas. Enquanto não chega este dia, o que fariam se encontrassem uma lâmpada mágica, quais seriam os seus três desejos?

Já agora, se desejar enviar um comentário sobre este artigo, pode fazê-lo para o seguinte endereço electrónico: ana.moutinho@gmail.com. A sua contribuição é importante para futuros trabalhos.

---

O desejo por uma comunicação em linha que, tal como a tradição, já não é o que era

### **Bibliografia**

ALINONE, A. (2006). *Changing the Web Paradigm: Moving From Traditional Web Applications to a New "Streaming-AJAX" Style*. [Em linha].

Disponível em <<http://www.lightstreamer.com/docs.htm> [Consultado em 02/02/2007].

ARIEW, R. et al. (1998). *Descartes' Meditations: Background Source Material*. Cambridge; Cambridge UP.

Breve História da Internet. [Em linha]. Disponível em <http://piano.dsi.uminho.pt/museu/INTERNET.PDF> [Consultado em 02/02/2007].

DESCARTES, R. (1989). *The Passions of the Soul*. Indianapolis, Indiana: Hackett Publ.

HOF, R. (2006). Web 2.0 Has Corporate America Spinning. *Business Week Online* (05 Jun.) [Em linha]. Disponível em [http://www.businessweek.com/technology/content/jun2006/tc20060605\\_424102.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/jun2006/tc20060605_424102.htm) [Consultado em 02/02/2007].

MOUTINHO, A. (2001). *Dicionário de Relações Públicas*. Porto: Campo das Letras.

Oportunidades e desafios da Revolução chamada Web 2.0. - 16º Congresso das Comunicações. [Em linha]. Disponível em <http://congresso.apdc.pt> [Consultado em 02/02/2007].

O'REILLY, T. (2005). What Is Web 2.0. [Em linha]. Disponível em <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> [Consultado em 02/02/2007].

WESCH, MICHAEL (s.d.). Web 2.0 – the Machine is Us/ing Us. [Em linha]. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE> [Consultado em 02/02/2007].