

REDE: PROBLEMAS METODOLÓGICOS E AVANÇOS NOS LEVANTAMENTOS SOCIAIS NO CIBERESPAÇO¹

Gilberto Barbosa Salgado²

1. ASPECTOS INICIAIS

Esse artigo tem por objetivo primordial lançar indagações e propiciar debates àqueles que se interessam pela pesquisa na rede, por levantamentos sociais no assim chamado ciberespaço, bem como suas implicações metodológicas e, talvez, epistêmicas. Aspectos concernentes às redes sociais, os fundamentos da sociabilidade e as transformações sociais e políticas engendradas pela sociedade da informação, assim como seus avanços, serão, direta ou indiretamente, aqui retratados. Além da discussão em torno da pesquisa utilizando a rede, o ciberespaço e, em certo sentido, a hipermídia, serão tecidas considerações adstritas às conseqüências para a educação, os indicadores sociais, a composição de banco de dados e as projeções de cenários futuros. Os limites metodológicos de pesquisas na rede, tanto quantitativas e qualitativas, além de outras modalidades em desenvolvimento, em especial no que tange às validações empíricas também serão, outrossim, aqui expostos.

O advento dos microcomputadores, da ambiência de rede e da internet, das conexões com os sistemas de telefonia com ampla base de dados e informações gerou um novo tipo de denominação, o ciberespaço. Não obstante, as possibilidades de conexões informacionais com a pesquisa social tornaram-se enormes. Não só para a pesquisa acadêmica como a assim

¹ “Paper” apresentado no XXVII Encontro da ANPOCS, 21 a 25 de outubro de 2003, Caxambu – MG.

² Professor-adjunto no Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); mestre em Sociologia (IUPERJ), doutor em Comunicação (UFRJ), pesquisador do Núcleo de Estudos Estratégicos/UFJF.

chamada pesquisa social aplicada, passando pelos levantamentos em mídia e opinião pública, a composição de índices para indicadores sociais, e o “accountability” de programas governamentais, políticas públicas e políticas sociais, o fato – inconteste – é que essa nova “ferramenta” encurtou horizontes, ampliou fronteiras e, de quebra, potencializou a atuação de profissionais no “campo sociológico”.

No entanto, os problemas metodológicos que surgem nos levantamentos de pesquisa realizados na rede são relativos, podendo ser sintetizados em uma série de indagações: seriam indicados levantamentos de pesquisa de cunho eminentemente quantitativo, com questões fechadas e contendo poucas perguntas, ou do contrário, pesquisas qualitativas, com roteiros abertos e amplos? Como se dariam as confirmações empíricas, os problemas da valseabilidade e da verificabilidade? E as questões amostrais? Como os dados poderiam ser externalizáveis? Como evitar o span, ou recrutar bases através de endereços eletrônicos e portais sem recair em “vieses”?

A pesquisa “Perfil do leitor no Brasil”, realizada pelo autor como parte de sua tese de doutoramento, e cujas questões metodológicas serão esboçadas no âmbito deste “paper”, buscou responder parte destas indagações, ainda que de forma inicial. Consistiu de uma ampla base de metodologias utilizadas, aproveitando um caráter absolutamente transdisciplinar, face a contemporaneidade de problemas e “sintomas” inerentes ao tema. Constituindo-se de pesquisa quantitativa (um survey), pesquisas qualitativas realizadas por entrevistas de profundidade, além da própria pesquisa na rede, o trabalho transitou entre um nível de diagnóstico e, outro, de prognóstico. Em seguida, os resultados foram “ranqueados” por temas, hierarquicamente estabelecidos e, em nova rodada, submetidos a especialistas pela metodologia “delphy” (não confundir com a linguagem computacional), com o fito de realizar previsões de cenários futuros. As possibilidades deste tipo de pesquisa transdisciplinar para avaliações de políticas públicas e sociais (no caso, para políticas públicas para a cultura), bem como seus limites, conformam um naipe de temas substantivos para debate, em especial nas Ciências Sociais.

Afinal sua correlação com a teoria, em Ciências Sociais e áreas afins, considerando a transversalidade de paradigmas, é relevante. A título de exemplo, a teoria do efeito estético e da estética da recepção, estabelecida por Wolfgang Iser e outros, recebe, impreterivelmente, possibilidades de contribuições da ambiência da rede, não só pelo aspecto da interação com o receptor, como também para a própria prospecção de questões, o que já vem sendo utilizado nas pesquisas de audiência. De outra maneira, características exemplares da estética do “novo meio”, como imersão, agência e transformação, descritas por Janet Murray em seu “Hamlet on

the Holodeck – The Future of Narrative in Cyberspace” (Cambridge, MIT Press, 1997), são importantes, por seu turno, para descrever as possibilidades típicas da ambiência de rede, e vêm sendo aplicadas, como no caso da “polícia algorítmica”, e nos programas de verificações de ações públicas e governamentais.

Sendo assim, duas seções seguem-se a esta introdução. Uma primeira, intitulada “Sociedade da Informação e Transformações no Ciberespaço”, tecerá considerações teóricas e sociais, ao passo que, uma segunda seção, denominada “A Pesquisa Social e a Hipermídia”, penetrará em aspectos metodológicos e empíricos.

2. SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NO CIBERESPAÇO

Compondo-se de bom futurismo e má sociologia, já no início do decênio de 80 alguns escritores norte-americanos, não acadêmicos no strictu sensu, isto é, ligados aos campi, mas intelectuais treinados para “falar” a um grande público, ou a um público educado, iniciaram um movimento de saudar o advento de uma nova forma de organização social, a sociedade informacional, sob o signo das novas tecnologias da informação e comunicação³. O maior divulgado dessa metamorfose, Alvin Toffler, já o predissera em “Choque do Futuro”, consignando, de forma ampliada, o seu pogrom em “A Terceira Onda” (1980). Celebrando a “economia invisível”, a “telecomunidade” e a “desmassificação dos meios de comunicação de massa”, dentre outros temas, Toffler “vendeu a boa-nova” de novas possibilidades profissionais e intelectivas.

Dentre as diversas previsões “futuroológicas”, o fim da jornada convencional de trabalho, a substituição do emprego formal pela idéia nebulosa de “projeto”⁴, e, sobretudo, a noção do “home-work”, depois substituída para “home office” (trabalho em casa, escritório em casa), foram algumas das idéias que Toffler ajudou a difundir, em escala, ao menos nos países ocidentais. Vigorosa, a força desses argumentos na área gerencial prolongou-se por toda a década de 80. Nomes como Peter Drucker, John Naisbitt e o ex-editor da Revista “Wired”, Kevin Kelly foram influenciados. No setor estritamente acadêmico John Pierce (1984), escreveu “Information Technology and Civilization”. Proliferaram as obras sobre a sociedade Pós-Industrial, supostamente aprimorando, porém na realidade simplificando, as argumentações já legendárias da Daniel Bell. A idéia básica era a imposição das transformações tecnológicas, em

³ Uma década e meia mais tarde estas são batizadas pela corruptela de NTCIs.

⁴ Abrindo espaço para a imposição aos trabalhadores da idéia de que estes é que devem criar as suas condições de empregabilidade.

um sentido marcadamente macro-societal, às sociedades ocidentais, principalmente antevendo a robótica como “braço auxiliar” das reengenharias de empresas. Denominadas de reestruturação produtiva, substituição do mainframe ou downsizing, estas transformações acabaram por se tornar, indiretamente, mais um conjunto de procedimentos sintomais da globalização, em que pesem as imprecisões do termo, com a adoção de um léxico técnico-gerencial, inclusive para os trabalhadores, como se atesta pelas noções de “superpopulação relativa” e “supranumerários” superando a noção marxista de exército industrial de reserva.

Em certo sentido, esta etapa, fortemente ideológica, de inserção dessas “novas idéias” no mundo do trabalho, consolidou-se no decênio de 90. Empreitada bem sucedida para a elite, restou como consolo a abolição de um certo “sentimento de culpa” dos setores dominantes, relativos às grandes transformações de alcance macro-sociais que a tecnologia infligiu. Neste pormenor, o advento da internet, das tecnologias multimídia, da mídia de massa globalizada (que, paradoxalmente, possui igual capacidade de segmentação) e das transmissões digitais de dados e informações propiciou ao vocabulário “hightech” a adoção de um amplo – e simultaneamente sintético – termo: a hipermídia.

Sinergias transformadoras geram avanços, mas também uma certa desorganização social. Os aspectos mais singularmente micro-sociais dessas transformações ficaram represados ou denegados pelos “gurus gerenciais”, mesmo que a expressão “social”, mais no sentido retórico que real, aparecesse em suas proposições. Daí que boa futurologia e má sociologia.

Os teóricos dos campos clássicos das ciências sociais, tradicionalmente sociologia, antropologia e ciência política, recebendo também a contribuição de teóricos de outros campos das ciências humanas, não estiveram obnubilados a estas metamorfoses, como confirmam as contribuições de Robert Castel, Jean Lojkine, Bruno Latour e Pierre Lévy, dentre outros. Pelo contrário, as ciências sociais produziram uma resposta vivaz e analítica, sem deixar de advertir para os riscos, ou de celebrar as esperanças, mas, sobretudo, por investigar o alcance micro-societal das mudanças da assim chamada sociedade da informação. Essas, por certo, alcançam, também, as subjetividades e um plano cognitivo-social dos indivíduos.

As ciências sociais estiveram atentas. Manuel Castells, ainda no decênio de 80, em Berkeley/Califórnia, iniciou uma pesquisa de longa dimensão e alcance temporal, que perdurou por quinze anos, resultando em uma trilogia publicada já quase ao final do milênio, cujo primeiro volume, intitulado “A Sociedade em Rede” dedicou impressionante gama de informações ao tema. Na análise de Castells, mesmo os temas de uma sociologia do trabalho foram objeto de

suas preocupações. Castells sublinha o crescimento de um “proletariado de escritório”, acentuando a expansão do setor de serviços, das terceirizações, da própria prestação de serviços (com ou sem contrato), do “mundo das consultorias” e de novas relações de trabalho. Manuel Castells aponta, também, o decréscimo das atividades que incrementam o background cultural e educacional das pessoas: se a televisão passava a representar 4,5 de horas de assistência ao dia, e o rádio 2 horas, demarca Castells, a leitura de jornais, revistas e livros, representariam, respectivamente, 35 minutos, 25 minutos, e 18 minutos diários. Deste modo, o decréscimo cultural, seria fruto não só de um esvaziamento do universo simbólico e de um imaginário composto de pautas intelectivas abstrato-formais⁵, como também, e principalmente, resultante das flexibilizações produtivas no mundo do trabalho⁶.

Jürgen Habermas já previra o alcance social, em menor ou maior perspectiva, do advento da tecnologia, em “Técnica e Ciência como Ideologia”, coletânea de ensaios cujos temas seriam, em certo sentido, preparatórios para a tour de force de “Teoria da Ação Comunicativa”, esta última publicada no início dos anos 80. Habermas advertira que: “A despolitização da massa da população e o desmoronamento de uma opinião pública política são componentes de um sistema de denominação que tende a eliminar da discussão pública as questões práticas”. (Habermas, 1987, p.122).

Assim sendo, quanto mais invisível e não-participante for a tecnologia, como agente, melhor seria a eficácia simbólica da dominação. Como é do conhecimento dos leitores da obra habermasiana, a dialética estabelecida entre trabalho e interação, estudada pelo autor em obras publicadas nos anos 70, é exponencializada em uma outra dicotomia, entre sistema e mundo-vivido, preconizada na “Teoria da Ação Comunicativa” (1981). Na concepção habermasiana o plano do sistema incorporaria o trabalho mas, como esfera essencialmente macro-societal, não seria somente composto por este, ao passo que, inversamente, em um sentido mais micro-societal, o mundo-vivido seria mais abrangente que a interação, por incluir não somente a relação entre agentes sociais, como também os aspectos inerentes a linguagem e ao impacto da recepção junto a estes, que também incidiria na subjetividade humana. Com formulação próxima este tema aparece, outrossim, nas teorias da recepção e do efeito estético de Wolfgang Iser, autor que também alude à importância do tema da recepção.

⁵ A defesa desta argumentação encontra-se em minha tese de doutoramento, defendida na UFRJ, corroborada por uma pesquisa empírica, que será tematizada nos aspectos metodológicos, na próxima seção (referências completas na bibliografia ao final).

⁶ Manuel Castells enceta impressionante seqüência de informações da página 353 a 393 de sua obra “A Sociedade em Rede”, o volume 1 da trilogia, no qual, o capítulo V é de vital importância.

Debatendo a tecnicização do mundo da vida (Habermas, 1988: 253) o teórico alemão aponta para uma nova forma de interação, ao sublinhar que a razão instrumental, mas também a razão dialógica, podem ser utilizadas para mediação tecnológica entre máquinas. Estas, não necessariamente teriam in loco um agente a operá-las e a tecnologia computacional⁷ seria a fiadora da interação. Portanto, o diálogo, e até possíveis consensos fundados, seriam produtos não só da interação de agentes entre si ou de agentes com máquinas, mas entre-máquinas, “lidas” como sinônimos de tecnologia.

A utopia de Habermas de uma razão dialógica como promotora de consenso fundado na sociedade desmistifica, em certo sentido, a inexorabilidade da colonização e da burocratização, com o sistema subjugando o plano das interações vivenciadas. De quebra desloca o olhar para as intervenções possíveis da interação no mundo do trabalho e, amplificadamente, do mundo-da-vida no sistema. Na visão de Habermas haveria espaço para uma redenção libertadora, com a razão emancipatória podendo “reagir” aos excessos de uma razão instrumental. Ora, nessas esperanças residiram – e residem – os desejos da comunidade virtual, ou seja, de internautas, micreiros, programadores, webmasters, agentes na rede enfim.

É claro que existem argumentações em contrário, propugnando pela idéia de que o tempo da internet anárquica e libertária foram apenas “vícios de origem”, movidos pela energia do impulso fundante e original, com a inevitabilidade do mercado colonizando e dominado a internet e o agenciamento coletivo na rede (Agré, 1999: 25), malgrada a atual crise das recém criadas empresas “ponto-com”, e suas derivadas, como o “e-business” e o “e-commerce”. E, mesmo assim, ainda parecem um tanto distantes os tempos em que as benesses dessa nova sociedade possam, in totum, serem externalizáveis de forma global, o que não impede as conquistas do agenciamento, individual ou coletivo, na rede e suas derivações.

Em consonância com o exposto até aqui, poder-se-ia afirmar, sem o receio do erro, que é – e que será, talvez – no ponto micro-social das antinomias sociológicas, mas também no plano da individualidade e da construção da subjetividade humana que ocorrerão inovações e mudanças.

Mudanças e inovações, metamorfoses e transformações, características que incidem sobre a rede em si, sobre a hipermídia em um sentido mais cultural e de entretenimento e, afinal, sobre a estética do novo meio, o ciberespaço, o “local” para o reenquadramento de representações, de operacionalização das “condensações” típicas da passagem do analógico para o digital e de “cortes semióticos” como links, hipertexto e metalinguagem.

⁷ Hoje a expressão “digital” seria mais adequada.

Infinitas as possibilidades, a rede é, ao mesmo tempo, o ambiente de igualdade e de exclusão, da atuação política comunitária ou de consumismo compulsivo. Se por um lado representa ultrapassagem de fronteiras, utopia, liberdade, por outro representa desastre, controle, “invasividade”. A rede, o ciberespaço, ou ambos configuram assim nova antropologia, em tempos de desreferencialização, desterritorialização, substituição de “mapas” por “trajetos”, de “fronteiras” por “margens”. Tempos do pós-humano, do cyborg. Tempos em que o excesso passa a ser limitador da liberdade, como, por exemplo, o excesso de informações. Tempos em que o imperativo da liberdade talvez seja a operação de seleção, isto é, a emancipação como tentativa de filtragem dos excessos⁸. Há informações demais e incapacidade dos atores sociais de processá-las a contento.

Novas tecnologias virtuais emergem, alterando os processos de subjetivação. Os seres humanos, quando desempenham o “papel social” de agentes na rede são submetidos a toda uma nova ambiência, sócio-cognitiva por certo, política em algumas circunstâncias, todavia introdutoras de novos campos de ação. Os primeiros a serem mencionados residem, sem sombra de dúvidas, nas características inerentes à instantaneidade e à simulação.

A temática da instantaneidade, isto é, a da informação realizada na rede em tempo virtual, porém em velocidade praticamente igual a do tempo real, permite, por conseguinte, imaginar que pesquisas via internet, na rede e no que usualmente se convencionou denominar de hipermídia, à medida que estas conexões se articulem, em termos de escala, apurem mais as pesquisas ou enquetes realizadas por telefone ou por serviços do tipo “call-centers” (Gleick, 2000: 80). As conexões que as necessidades do tempo real efetuam com as multitarefas tornam-se instantâneas justamente devido às gestões de compartilhamento de tempo.

Este tipo singular de potencialidade transforma em indústria da mídia esta nova forma midiática sem, no entanto, deixar de incorporar – mas incorporar metamorfoseando – as antigas modalidades da indústria cultural e da comunicação apoiadas, como se sabe, nas relações entre a cultura de massa, a comunicação massiva e a estrutura da estratificação social, em um sentido localizadamente geográfico. Geografia esta que cindiu-se deslocando a localidade na indústria da mídia para a esfera do ciberespaço e, por assim dizer, consolidando-a (Dizard Jr., 2000: 79-80).

Conquanto que a instantaneidade permita às pesquisas empíricas, quantitativas ou qualitativas, uma transformação nos recursos de apuração e divulgação dos dados e informações, em um sentido inverso é possível imaginar que, não obstante, a prestação de

⁸ A informação é a matéria-prima da rede e do ciberespaço; a contemporaneidade caracteriza-se pela fusão, como nunca na história recente, das tecnologias da informação e da comunicação com as tecnologias da mente e do cérebro.

contas, o accountability, ocorra em um patamar sem precedentes de transparência e divulgação. Para a gestão governamental torna-se fundamental para a difusão de políticas públicas e sociais. À instantaneidade, contudo, justapõe-se a possibilidade de simulação, no sentido preciso de antecipar situações, testá-las ou apresentá-las em um nível mais demonstrativo que retórico. Associadas, as duas características, instantaneidade e simulação, presentes tanto na rede quanto na hipermídia, permitem, no que tange à gestão do conhecimento, a realização daquilo que Pierre Lévy denominou de “multiplicidade organizada das competências disponíveis em uma comunidade” (Lévy, 1999: 177). A importância da rede e da hipermídia aparece em inúmeras obras, qualquer que seja o estatuto teórico-metodológico da posição assumida ou, mesmo, posições éticas e epistemológicas aprioristicamente adotadas. A rede, a internet, constituirão uma nova tecnologia que pode desdobrar-se em outras, múltiplas, tornando-se, de fato, uma técnica, no sentido semântico de arte, consubstanciando na expressão grega *tékhné*.

Este crescimento exponencial das novas tecnologias, aliadas à sua sofisticação, empurram, de outra forma, a posição hedonista e celebradora de uma *new age* eletrônica ou midiática, professada por Nicholas Negroponte, John Naisbitt ou Domenico de Masi, em uma posição um tanto ingênua ou romântica, um certa “psicologização fetichista” do meio (Button et alii, 1998: 81). Dito de outra forma, um otimismo in limine, que incide no plano das representações culturais e simbólicas da vida cotidiana⁹.

E é neste pormenor, ou seja, a culturalização da rede, da internet e da hipermídia que se estabelecem novos nexos, como as comunidades virtuais, ainda que não se possa desprezar o papel nocivo ou negativo, uma face sombria para não dizer perversa destas tecnologias, que é a efetuação da operação de controle, como Gilles Deleuze já sublinhara no seu “post-scriptum sobre as sociedades de controle” (Deleuze, 1998: 219). A internet seria, de fato, o local, o ambiente de uma contemporânea esfera pública. As comunidades virtuais podem celebrar migrações em massa dentro das próprias fronteiras eletrônicas, na cultura da rede ou a cultura do internauta. Neste caso os agenciadores coletivos, por excelência, são as comunidades virtuais.

Estas conformam grupos ativos na rede, de discussão, pesquisa, política ou manifestação identitária, que “agem” em chats, sites, hiperlinks, homepages e em portais. Quando assumem radicalidade, no bom sentido marxista de ir à raiz dos fenômenos, e profundidade, transmutam-se em ativismo hacker (ou hakerismo ou hackitivismo), que,

⁹ Mesmo otimistas, autores como Howard Rheingold e Kevin Kelly aprofundam os debates, demonstrando aspectos “lunares” do mundo eletrônico.

naturalmente, pressupõe o envolvimento e o sentido de “pertencimento” a grupos específicos que orientam-se por hierarquia meritocrática.

Pode, outrossim, ocorrer a aceitação adaptativa e natural das novas tecnologias da informação e comunicação (NTICs) na sociedade da informação, “forçando” as comunidades virtuais a tornarem-se associativas na esfera pública, bem como na esfera privada, na sociedade e no mercado. O velho e um tanto “surrado” tema da aldeia global, preconizado por Marshall McLuhan, retorna, deste modo, com outras tonalidades. Derrick de Kherkhove em “A Pele da Cultura” aposta em uma alteração na esfera pública a partir de uma mudança na identidade, na própria concepção de mente e na linguagem (Kherkhove, 1997: 245). Por conseguinte, as formas diferentes de agenciamento coletivo na rede se farão – e fazem – presentes pelo monitoramento reflexivo das interações e conexões midiáticas. Trata-se de uma reflexividade ainda mais avançada tecnologicamente e sofisticada no plano das relações entre os agentes sociais, do que no sentido modernizante diagnosticado por Ulrich Beck e Anthony Giddens, no sentido de uma sociologia do conhecimento, em que a interatividade é peça conexas à reflexividade, tal como defende David Bloor, no seu já clássico “Knowledge and Social Imagery” (Bloor, 1976).

Via de regra a transparência e a instantaneidade são naturalmente apropriadas pelos novos grupos identitários high-tech, contendo, inclusive, novas formas de subjetivação, que são reutilizadas e reinterpretadas no mundo real, com todas as suas interfaces, tais como pluralismo, esfera pública, trocas simbólicas, democracia no acesso às informações e engajamento cívico.

Perfilando com Pierre Lévy e Derrick de Kherkhove, Kevin Kelly, o editor executivo da revista “Wired”, especializada na World Wide Web e em tecnologia da informação, em “Out of Control – The Rise of Neo-biological Civilization, Machines, Social Systems and the Economic World” (Addison, Wesley Publishing Company, 1997), aponta diversas inovações tecnológicas, estabelecendo um instigante nexos causal entre biologia, neo ou pós-darwinismo, mente e computadores; Kelly trabalha nesta obra temas que convencionalmente poderiam ser classificados como “hot issues”: complexidade e co-evolução na rede (uma unidade organizacional desorganizada ou uma desordem organizada); sistemas fechados *versus* universo aberto; biosfera; indústria ecológica; redes (networks) econômicas; E-money; e-business e e-commerce; máquinas capazes de prever¹⁰ e a evolução da inteligência artificial. Visto que formam um conjunto complexo e denso de temas, dois pontos, aqui, merecem

¹⁰[10] O que os mecanismos de busca condicionados pela interação do usuário, em parte, já o fazem.

menção: o futuro do controle e a relação interfacial, cada vez mais, deste, com a idéia de “máquinas com atitude”, capazes não só de interpretar nossos desejos, como agir e decidir por nós.

Com mais acuidade Rheingold é um dos primeiros a estabelecer a ligação entre as comunidades virtuais e a interação, antes no sentido conceitual que é base da importante corrente da sociologia, do que na expressão recentemente incorporada ao léxico das novas tecnologias da informação e comunicação, denominada de neo-interacionismo. Fundamentalmente, Rheingold defende a liberdade da informação para posterior publicação em um “ciberespaço cultural” definido por revistas e editoras virtuais “sites”, portais e diversos outros tipos de endereços eletrônicos. Para o autor isso é uma forma de engajamento cívico podendo, inclusive, gerar organizações não-governamentais. O ativismo na rede, em uma formatação mais sofisticada e com ampla rede de contatos, transnacionais e globalizados seria, desta maneira, uma outra forma de força política.

De uma certa forma, o próprio agente social destas transformações é o agenciamento coletivo que as novas tecnologias promovem. O horizonte, aqui, talvez não seja mais utópico ou trágico, carregado de modernidade, porém plástico, rápido e possivelmente um pouco nihilista. A sensação é de forte interferência tecnológica, em outras áreas como biomédicas, a administração do risco na área de saúde, além do mercado de capitais, transportes, genética, dentre outras. Ainda há o atrativo das experiências imaginárias que a internet propicia, primeiro como escapismo das interações reais e, em segundo lugar, com a imersão em uma “cultura científicizada”, que emerge antes mesmo de questões que só se imponham de forma realmente científica.

A cartografia da rede também se estabelece como mapa em função do deslocamento do usuário. Isto porque a “interpretação” e os “mecanismos de busca” estarão condicionados a certas informações prévias, o que implica em: discriminação do “excesso” de informações; desenvolvimento nas perspectivas de acesso; expansão do hipertexto e dos hiperlinks; controle e agenciamento do próprio “deslocamento”, e, por fim, modificações neste por força de metamorfoses na memória e na atenção do usuário.

A constituição desses mecanismos indicializa ou indexicaliza o agente/usuário, transformando-o, simplificando o argumento, em um “procedimento operacional” e organizacional, mensurável quantitativamente, detectável (em termos algorítmicos), posto que interpretável qualitativamente. Portanto, os “desejos” dos usuários e dos próprios agentes – naturalizados e construídos no próprio meio – são “alcançáveis”. Nessa ambiência a noção de

mapa é descentrada e deslocada para aquilo que Deleuze e Gattari, analogicamente, denominaram de rizoma. O controle, dito de outra forma, pode se tornar um meta-controle, visto que já não importa tanto se ele está centrado ou descentrado, se as operações efetuadas por algoritmos irão “encontrá-lo”. Sejam agentes livres na rede, usuários ou consumidores hipermediáticos, serão alvos de indexicalizações¹¹. Em seu “The Second Media Age” (1999), Mark Poster denominou estas transformações de “virtualidades pós-modernas”, com agenciamentos discursivos através de bancos de dados, gerando uma “tecnocultura”.

No seu fundamental “Interface Culture” (1997), Steven Johnson amplia a idéia de tecnocultura, denominando-a cultura de simulação, abrangendo a instantaneidade, a transparência, a velocidade e a multiplicidade. Entretanto, Johnson adverte para a desordem e déficit na atenção, isto é, o alto poder de dissociação da estética do novo meio, que é essencialmente não-linear.

Contudo, a rede não seria apenas a hospedeira mas a possibilidade de entrada em cena de um formato tridimensional de “deslocamento” ou “movimentação” que, fatalmente, obriga o usuário a sair de uma lógica bidimensional, para entrar em uma outra, holográfica, ou holodimensional. Johnson denominou-a de “infinito imaginado” (Johnson, 1997, p. 206), enquanto James O’Donnell (1998) saúda estas possibilidades para a educação virtual, propugnando pela noção de que “the powers of the world wide is a tiny fraction of what network information will bring” (O’Donnell, 1998, p. 158). O início destas transformações na sociedade da informação atingiram, decerto, a concepção de esfera pública, como já se vaticinou no âmbito desse artigo.

O agente na rede, o usuário, no entanto, é atingido frontalmente por modificações no plano da memória e da atenção. São metamorfoses que atingem a subjetividade sendo, por assim dizer, micro-sociais.

Jonathan Crary (1999) vê a atenção como força essencialmente “de fora para dentro” (como operação mental), potencializando a memória (algo que se “acessa”, portanto de “dentro para fora”)¹². Para Crary, o tempo e o espaço, podem se modificar nos fluxos da memória e na economia da atenção com dois movimentos básicos: pela fixação, como forma percepto-cognitiva de força, inclusive como armazenagem, assim como pela disrupção, na medida em que o usuário também tem sua atenção deslocada para um movimento centrífugo quando na rede. Em suma, a memória e a atenção servem para controlar e para dispersar, sendo a última também uma forma de “vigia” ao internauta (Crary, 1999: 33-34). Uma vez deslocada, o sentido

¹¹[11] Descrever estas possibilidades como positivas ou negativas é, deste modo, um reducionismo simplista.

¹² De tal maneira que se o indivíduo não socializar a memória, Halbwachs ensina, não se acede a ela.

da memória e da atenção prepara o indivíduo para transformações. Ou seja, primeiramente prepara-se a cognição em um “vetor” perceptual para que, depois, inexoravelmente, torne-se social.

Deste modo a atenção seria uma força interior mais destinada à inevitável exterioridade, ao passo que a memória seria o inevitável suporte para armazenamento, com intencionalidade ou não do agente, já que a supressão de um movimento não o elimina, mas o congela (Crary, 1999: 40). Adicionando complexidade ao tema, para Crary a atenção e a memória também atuam como fiadoras da ordem, garantidoras de “impressionismo” perceptual, além de aceleração, prazer, entrelaçamento e intersubjetividade. Se, seguindo a “trilha” do teórico, a multiplicidade é um dos sintomas de contemporaneidade, a hipermídia, um dos traços mais marcantes da sociedade da informação, pespega aos temas da memória e da atenção, outras características, tais como hábito, adição, controle, persuasão e isolamento. A mutação que tudo isso pode gerar nos regimes da subjetividade, no que tange à atenção, podem conduzir à desatenção e à distração.

As narrativas construídas pelos agentes coletivos no ciberespaço, podem, sem o receio de erro, trazer as novas bases estéticas do novo meio, onde, indubitavelmente operariam, justaposta à transformação, à imersão e a agência, como sublinha Janet Murray (Murray, 1997: 94). A primeira, a imersão, propiciaria ao agente também atuar como receptor que estabelece novas interações, que geram afetação e impacto¹³, mas também, preconiza Murray, autonomia, animação e entretenimento. A agência conduz a campos multiposicionais, interações múltiplas no ciberespaço. Dialeticamente o usuário ora é empurrado à posição de agente, ora à de receptor, muitas vezes de ambas, propiciando cibertextualidade, isto é, a capacidade de “trespassar” textos e narrativas na (da) rede.

O norueguês Espen Aarseth (1997) denominava estas possibilidades de campo ergódico, por significar, simultaneamente, “ergon” e “hodos”, que, do grego, se defluiu para “trabalho” e “lugar”. Na ficção Aarseth aponta para as infinitas possibilidades dessas operações no “cibertexto”: novas textualidades, trabalho coletivo, finais escritos em comum, ou alterados com todas as construções “divulgadas”, manuseabilidade, permanência, “multilinearidade, multisequencialidade, extensão temporal, deslocamentos no espaço” (Aarseth, 1997:33), dentre outras. Sendo autor, leitor ou pesquisador, o fato é que o usuário será um produtor associado ou co-autor nessa singular forma de agenciamento na rede.

¹³ Tal como definido por Wolfgang Iser em sua teoria do efeito estético.

Aarseth vê nesta formatação cibertextual uma nova perspectiva de poder, com potencial de intervenção social e inventividade, porquanto, nova forma de recepção. Claro que o agente, se possui campos multiposicionais e poliárquicos de intervenção sócio-cultural, assim como é indicializado ou controlado por algoritmos ou grafos, consegue, por conseguinte, ampliar ciberespacialmente o seu campo de atuação, pela operação análoga à descrita pela zoologia como exaptação, com o fito de ampliar horizontes ou fronteiras. Por co-evolução o ambiente na rede tem um fluxo natural e exponencial de crescimento. Os links seriam apenas condutores (neurônios) das narrativas cibertextuais e hipermediáticas. Pode-se falar, deste modo, em uma “metalinguagem ergódica”, que altera o plano das representações, embora adicione novas perspectivas ao campo de intervenção e atuação do usuário/agente.

Por outro lado, as possibilidades ilimitadas dessa expansão, seja por atuação ou por exaptação, exige – quase impõe – a administração, a gestão do risco nessa esfera cibermidiática, ainda que as necessidades de controle, previsibilidade, prospecções e prognósticos de cenários futuros persistam como inovação. É preciso não ser ingênuo, nostálgico ou romântico: também “estão em jogo” formar a opinião pública, garantir representatividade e legitimidade para diversos grupos sociais, aumentar a mídia de massa (que pode prescindir da última através da segmentação) e, afinal, amplificar o discurso sobre – e para – o homem comum, através da característica central para sobrevivência tecnomidiática: a visibilidade¹⁴. Sem esta, restam intenções.

Ser for possível a aceitação de que o texto literário ou científico assemelha-se, analogicamente, ao hipertexto gestado no ciberespaço, então as premissas estabelecidas por Wolfgang Iser na teoria do efeito estético podem ser transpostas para esta ambiência. Simplificando um pouco o argumento, e perfilando com Iser, qualquer narrativa no ciberespaço é uma “premissa de comunicação”, estabelecida entre leitor(es), autor(es), texto(s) e interação, sendo, por conseguinte, mensagens impregnadas de intenção, valor, hermenêutica e impactos diferenciados. Se, como Iser, os textos apresentem-se como função e processo, “prefigurando” a recepção (Iser, 1996: 19), então talvez o mesmo possa ser derivado para a narrativa hipertextual e tecnomidiática, “culturalizada” e/ou “cientificizada” no ciberespaço.

Qualquer tipo de pesquisa utilizando, pois, a ambiência de rede deverá levar em consideração a experiência de efeito estético, no que diz respeito à recepção, ao impacto e a “afetação”. E essa premissa é válida para a pesquisa acadêmica mais erudita, para a pesquisa social aplicada, para o internauta que navega “sem compromisso”, por diversão e

¹⁴ Tema crucial para o habermasiano inglês John Thompson; exposto no seu “A Mídia e a Modernidade” (Petrópolis, Vozes, 1998), em especial no capítulo IV.

entretenimento, mas também para as empresas cujas reorientações organizacionais incluem o “e-commerce” e o “e-business”, como forma avançada de “capturar” nichos de consumidores por indicialidade ou algoritmo, tentando monitorar, deste modo, seu comportamento.

O impacto textual, ou hipertextual, também é sócio-cognitivo. Como tal atua no plano da retenção¹⁵ do agente, seja ele leitor, autor, internauta ou consumidor virtual. As alterações possíveis desse processo no plano das representações são – e serão – inúmeras: cognitivas, inconscientes, sociais, políticas, fabulativas, simbólicas, dentre diversas modalidades representacionais. Em consonância com o exposto, as representações que possam ser suscitadas precisam ser pesquisadas, o que, pode-se objetar, reforça indiretamente as pesquisas “vis-à-vis”, sem, no entanto, eliminar as pesquisas pela internet, como possibilidades de criatividade e inovação. A retenção das representações também opera no plano da memória e da atenção, de tal modo que, suas alterações, também devem ser alcançadas na hipótese de pesquisas na rede – neste caso, pesquisas qualitativas.

Estas palavras encerram este tópico que será, todavia, ilustrado em suas especificações conceituais com o quadro a seguir. Na seqüência após este, a próxima parte, intitulada “A Pesquisa Social e a Hiperfídia”, sucedida pelas considerações finais.

QUADRO Nº 1

A PESQUISA NA REDE, A HIPERMÍDIA E A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (NTICs) CARACTERÍSTICAS ↓	SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO / EFEITOS NA PESQUISA SOCIAL ↓
1. VELOCIDADE	Característica do meio, alterando a noção de tempo e espaço.
2. DESCENTRALIZAÇÃO / DESREFERENCIALIZAÇÃO / DESLOCAMENTO	Através da noção de ponto-de-fuga, de deslocamento dos pontos-centrais, a rede permite desreferencialização e descentralização.
NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (NTICs) CARACTERÍSTICAS ↓	SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO / EFEITOS NA PESQUISA SOCIAL ↓
3. CIBERESPAÇO / REDE	A rede propicia um novo espaço, o ciberespaço, local de um ambiente para criatividade e inovação.
4. METAMORFOSES NA SUJETIVIDADE	Ciberespaço e sociedade da informação promovem alterações no regime das subjetividades e das percepções sócio-cognitivas.
5. TEMPO E ESPAÇO / COMPARTILHAMENTO DE TEMPO	Tempo e espaço passam a ser compartilhados gerando expansão do agenciamento coletivo, em aceleração constante.
6. INDEXICALIDADE	Usuário/agente passa a ser indicializado, resultando

¹⁵ Portanto, auto-referido à memória e à atenção e dissociado da “distração”.

	em possibilidades para a pesquisa e o consumo.
7. AGÊNCIA/ IMERSÃO / RECEPÇÃO	Imersão espaço-temporal; agenciamentos coletivos e comunicação; alteração e importância da recepção.
8. COOPERAÇÃO / COMPETIÇÃO	Meio propicia alternatividade entre cooperar e competir: aspecto fundamental para o marketing.
9. MECANISMOS DE BUSCA/ FILTRAGEM COLABORATIVA	Mecanismos que tornam o usuário/agente em um co-produtor ou produtor associado na rede.
10. HIPERMÍDIA / PRODUÇÃO	Expansão da rede e da internet exponencializam a hipermídia; produção amplia-se horizontal e verticalmente.

QUADRO Nº 1 continuação

NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (NTICs) CARACTERÍSTICAS ↓	SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO / EFEITOS NA PESQUISA SOCIAL ↓
11. GRAFOS / ALGORITMOS / LINKS	Formas de expansão e sofisticação de mecanismos que demarcam o agente ou sites ou portais.
12. REPRESENTAÇÃO / SIMULAÇÃO	Simulação no ciberespaço é um poderoso mecanismo de pesquisa; pauta de representações do agente modifica-se.
13. METALINGUAGEM / HIPERTEXTO / CIBERTEXTO/ TEXTUALIDADES VIRTUAIS	Uma nova narrativa constrói-se na estética desse novo meio; surge a literatura ergódica, com trabalhos coletivos sendo potencializados e otimizados.
14. INSTANTANEIDADE / MOVIMENTO	Tempo real e virtual tornam-se instantâneos (movimento se acelera); produção de resultados também é instantânea.
15. MEMÓRIA / ATENÇÃO	Memória torna-se mecanismo de otimizar a atenção ou dissipá-la.
16. CONTROLE / RISCO	Sociedade da informação precisa oscilar entre o controle e a administração do risco.

3. A PESQUISA SOCIAL E A HIPERMÍDIA

Esta parte desse artigo tem por objetivo justapor aos aspectos teóricos e técnicos desenvolvidos anteriormente os pontos inerentes as possíveis relações entre a pesquisa social e a hipermídia. Cabe ressaltar, primeiramente, que as alterações que a ambiência de rede e o ciberespaço suscitaram, inclusive na pesquisa social, produzem modificações que, ao cabo,

terminam por ser, também, hipermediáticos. Daí o título dessa parte. Por outro lado, esta seção, não obstante, expõe os aspectos metodológicos que fizeram parte da pesquisa “Perfil do Leitor no Brasil” e que, deste modo, lançam novos fundamentos para debate acerca da pesquisa na rede¹⁶. Ressalte-se, ainda, que os resultados da pesquisa não serão explicitados no âmbito deste, mas, sim, os aspectos metodológicos.

A pesquisa “Perfil do Leitor no Brasil”, modelo de pesquisa social aplicada, cujo um dos objetivos era o de explorar as implicações simbólicas no universo do leitor causada pela rede e a hipermídia, utilizou, propositalmente, um mix de metodologias para investigação: pesquisa quantitativa, pesquisa qualitativa, pesquisa na rede e delphy method. Esta última teve por objetivo a previsão de cenários futuros, ranqueados a partir de entrevistas de profundidade, com fins de prognósticos, também sendo descrito a seguir.

A pesquisa quantitativa envolveu a modalidade survey, aplicado na cidade de Juiz de Fora juntamente com a pesquisa qualitativa, esta última sendo trabalhada a partir de roteiros de entrevistas de profundidade. No Rio de Janeiro (capital) foi aplicada apenas a pesquisa qualitativa, por falta de recursos.

Para a pesquisa quantitativa foi elaborado um questionário prévio, contendo em sua maioria questões fechadas, com pré-teste e trabalho de campo de dez pesquisadores perfazendo a 605 questionários, com margem de erro calculada em 3% e intervalo de confiança de 97,5%. Foram entrevistadas pessoas acima de 16 anos, conforme expressa recomendação da UNESCO e proporcionalmente a população, através de dados oficiais do IBGE.

Já a pesquisa qualitativa, na realidade duas modalidades de campo, uma vez que teve lugar nas cidades do Rio de Janeiro e de Juiz de Fora, sendo que, na última, utilizou-se o recurso metodológico de decupagem, para aplicação da pesquisa qualitativa com 50 entrevistados, pela técnica de entrevista de profundidade. A margem de erro, nesse caso, subiu para 6%. O mesmo recurso foi utilizado no Rio de Janeiro, com a diferença que, naquele caso, construiu-se uma amostra para fins de realização da já citada decupagem dos dados, que embasou a qualitativa. Ainda que elaborada não houve no Rio de Janeiro pesquisa quantitativa. Ao contrário da pesquisa quantitativa, a pesquisa qualitativa tem finalidade maior de prognóstico do que de diagnóstico.

Se a pesquisa quantitativa, com questões predominantemente fechadas teve o fito de diagnosticar, as entrevistas de profundidade que embasaram a pesquisa qualitativa tiveram por

¹⁶ A pesquisa “Perfil de Leitor no Brasil” foi realizada durante os meses de março a junho de 2001, como parte integrante da tese de doutoramento “Comunicação e Recepção – O Impacto da Hipermídia no Universo Simbólico do Leitor”, defendida na ECO/UFRJ, em maio de 2002, encontrando-se, atualmente, no prelo.

escopo prognosticar. Sem prejuízo ao debate, pode-se argumentar que, por si só, ambas as modalidades seriam suficientes para análise e interpretação acerca da temática do leitor brasileiro. No entanto, justamente visando a inovação e a criatividade, a investigação foi completamente por dois outros modelos de apuração de dados e informações, a pesquisa via internet e o delphy method.

A pesquisa na rede obedeceu a um singular e inovador processo de captação de possíveis entrevistados para um banco de dados. Durante os meses de fevereiro a março de 2001 foram levantados 450 endereços eletrônicos, a partir das seções de cartas de jornais e revistas de circulação nacional¹⁷. Em seguida, por sorteio aleatório, diminuiu-se a lista para 250 endereços, cobrindo inúmeros estados da União, que, sem nenhum cálculo possível quanto a margem de erro, apenas obedecendo a proporção dos sexos masculino e feminino, foram enviados de abril a maio de 2001, durante oito semanas, na média de 30 por semana, de três endereços eletrônicos de três provedoras diferentes – uma de abrangência nacional e duas de atuação mais local -, com o objetivo de evitar o span, combatido pelas provedoras. 21 questionários (8,3% do total) retornaram, ultrapassando o retorno das margens comerciais de mala direta.

Já o “Delphy Method”, que não deve ser confundido com a linguagem para computadores intitulada delphi, foi elaborado pela inteligência militar norte-americana para as guerras da Coréia e do Vietnã, além de ter sido utilizado por suas agências de inteligência. A partir dos anos 80 passou a ser utilizado para previsões meteorológicas e análises de cenários de mercados futuros, além da espionagem industrial e a própria cópia industrial (“benchmarking”). No decênio de 90 passou a ser utilizado para efetuar previsões ecológicas (como, por exemplo, pela Revista “Futurist”), ficção científica, e educação física, esta última, sobretudo no trabalho com grupos em esportes coletivos e no trabalho de preparação individual de atletas de alto nível. Na transição do decênio de 90 do século XX para o século XXI começou a ser, pouco a pouco, utilizado em ciências humanas e sociais, e em ciências sociais aplicadas e comunicacionais. No âmbito acadêmico da produção de teses e dissertações consiste em uma total novidade.

Basicamente, e em linhas gerais, o método delphy consiste no seguinte: um primeiro levantamento é efetuado, seja este uma pesquisa quantitativa, qualitativa, uma análise de conjuntura, mercadológica, ou diagnóstico-setorial de cenários, políticas públicas e/ou sociais. Os resultados são apurados e, em seguida, alguns cenários de transformação, visando o futuro,

¹⁷ Os endereços foram levantados das revistas Você S.A., Exame, Época, Veja, Isto É, e dos jornais O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e o Estado de Minas, de forma aleatória, mas sistemática.

são submetidos a uma elite que, preferencialmente, não foi “objeto” dos levantamentos anteriores. Estes são convidados a opinar livremente e a fazer – ou arriscar – previsões, explicando, o mais detalhadamente possível, e até ranqueando-os, em ordem de importância, “como” e “porque” algo pode ocorrer ou acontecer. Os novos resultados, porém, não são tornados públicos a estes entrevistados, exceto quando se requer sua convocação para “novas participações”.

O Delphy Method foi aplicado no âmbito desta com dez pessoas, convocadas a opinar sobre os resultados, mas sem novas participações. Os cenários obtidos nas “previsões”, como se verá adiante, confirmaram várias premissas descritas e analisadas teoricamente nos dois capítulos antecedentes.

O que estas modalidades de pesquisa podem proporcionar em termos de investigação para o pesquisador pode ser, sumariamente, sublinhado pelo quadro abaixo.

QUADRO Nº 2

MODALIDADES DE PESQUISA / MÉTODOS

MODALIDADE ↓	ALCANCE ↓	PRECISÃO ↓
Pesquisa quantitativa	Melhor para diagnóstico	Alto
Pesquisa qualitativa	Melhor para prognóstico	Alto
Pesquisa pela internet	Diagnóstico e prognóstico	Médio
Método Delphy	Análise e previsão de cenários futuros	Médio para alto

Como se pode depreender pelo quadro, todas as modalidades descritas de métodos e técnicas de pesquisa apresentam bom nível de precisão, bem como diferentes alcances para diagnóstico, prognóstico ou previsão de cenários futuros. Na medida em que os dados de um survey ou de entrevistas de profundidade de natureza qualitativa possam ser externalizados na rede, fazendo parte de composição de variáveis ou sub-variáveis que componham uma pesquisa ou, ainda assim, sendo ranqueados por hierarquias de importância e submetidos a especialistas visando a, sobretudo, produção de análises e previsões de cenários futuros, então as possibilidades de comparação entre estes dados e informações, aferidos por pesquisas cujos objetivos seriam simétricos são, por excelência, comparáveis.

As comparações podem ser efetuadas em diversos níveis, variando desde a análise fatorial até a quantificação do conteúdo predicativo e discursivo das narrativas apresentadas em pesquisa qualitativa. Os parâmetros de comparação podem ser os mesmos para as pesquisas pela internet e nos “rankings” de análise delphy. Não obstante, com a massa de dados e informações podendo ser submetidos não só a testes estatísticos e paramétricos, como também, para alavancar comparações de conteúdo de alcance, como já dito, qualitativo e, fundamentalmente, analítico e interpretativo.

De outro modo, um problema subsiste, de certa maneira por muito tempo, nas pesquisas a serem realizadas pela internet, ou ranqueadas e rerepresentadas a analistas privilegiados, pela rede ou até mesmo por correspondência: o fato do entrevistado não estar face a face com o entrevistador e, nesse sentido, não poder ser “controlado” na sinceridade, adequação, fidedignidade e até mesmo no tocante à individualidade das respostas. Com relação a esta última não se “sabe”, nem mesmo, se a resposta está sendo “produzida” pelo alvo da pesquisa, ou por terceiros, ou mesmo coletivamente.

Um outro fato diz respeito ao tamanho dos questionários enviados pela rede. Se por um lado as respostas fechadas facilitam o envio rápido dos mesmos, cumprindo-se a promessa de instantaneidade da rede, por outro lado as mesmas têm que ser detalhadas aos entrevistados, para não serem confundidas com correspondências comerciais. Ainda assim, e de outra maneira, as respostas abertas contêm, por seu turno, o problema de serem longas e desanimarem o entrevistado; por outro lado, as mesmas propiciam diversas possibilidades analíticas no plano da linguagem, no momento da interpretação do conteúdo das respostas, se estas forem enviadas pela rede.

A composição de cadastros municipais, estaduais e até mesmo nacionais de entrevistados seria, também, uma interessante alternativa, apresentando como obstáculo o fato das pessoas alterarem muito o seu e-mail e até mesmo a provedora – se houvesse maior regularidade, estes facilitariam a composição de bases de dados e informações e, de resto, propiciariam inúmeras séries históricas sobre os mais diferentes temas e assuntos.

Todos os custos poderiam ser diminuídos, sendo que de certa forma já o estão sendo. A conexão de bancos de dados e informações com os sistemas de telefonia também apresentam-se como nova “ferramenta” de pesquisa, ainda que o seu custo mantenha-se elevado. O elemento da visualidade, na tela do computador, é outro fator cada vez mais explorado, sobretudo no tocante aos seus aspectos sócio-cognitivos. As pesquisas de audiência, em

especial para televisão, vem acrescentando os recursos visuais como alternativa de avaliação, nesse caso por pesquisas qualitativas e/ou focus-groups.

O tema da recepção, do impacto e do efeito estético é, deste modo, um pormenor cada vez mais importante de ser avaliado. Como as pessoas reagem aos conteúdos a serem investigados? Que tipo de questionamento há por detrás de certos padrões de respostas? Estas são algumas perguntas. As surpresas em uma pesquisa qualitativa, mesmo que na ambiência de rede, são enormes: invariavelmente remetem o entrevistado a uma auto-reflexão sobre sua própria vida. Lógico que, nesse diapasão, as pautas intelectivas estabelecidas cultural e sócio-cognitivamente pelos agentes alterar-se-ão. O universo simbólico da imensa maioria das pessoas pode até estar, no plano abstrato-formal, precarizado^{18[18]}, todavia, aqueles que tem acesso à rede e às pautas supostamente inclusivas da sociedade da informação recebem um horizonte de possibilidades, o que pode, por outro lado, aumentar esse fosso cultural, um fosso tecnomidiático e informacional.

Finalmente, do ponto-de-vista das políticas públicas, das políticas sociais e governamentais, o avanço da sociedade da informação e da pesquisa utilizando a rede, quaisquer que sejam as variantes metodológicas, permitem que, em crescimento sem precedentes na história da humanidade, bancos de informações e de dados de estruturação estatística e/ou qualitativa, oficiais ou constituído por organizações não-governamentais, realizem pesquisas significativas, no que tange ao caráter heurístico para a população e, decerto, para inclusão social.

Uma palavra sobre a inovação tecnológica para encerrar esta parte e o bojo do artigo. As novas tecnologias de informação e comunicação apresentam metamorfoses e transformações em escala exponencial nos meios de mídia e informação. Não obstante, estas acumulam-se, gerando novas inovações tecnológicas resultantes da experimentação constante, do compartilhamento do tempo, dos mecanismos de busca, da instantaneidade, da aceleração do tempo e do espaço. A médio e a longo prazo constituir-se-ão, cada vez mais, ferramentas para a pesquisa acadêmica, bem como a pesquisa social aplicada.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve um duplo objetivo. De um lado, estabelecer uma síntese de alguns pontos de mutação em curso na sociedade da informação, do ponto-de-vista mais micro-

^{18[18]} Uma das conclusões da tese de doutoramento do autor.

societal, uma vez que muitos dos pontos macro-sociais já foram exaustivamente trabalhados, como no referido livro de Manuell Castells.

De outro modo, demonstrar que tais modificações incrementam ainda mais, embora esse processo esteja apenas no início, as pesquisas acadêmicas e sociais. Algumas dessas questões lançam indagações e problematizações que merecem debate e discussão. Outras já estão consignadas no universo das NTCIs e da hipermídia.

Conta-se, com este, ter dado mais um empuxo às reflexões de temática candente, sempre mais importante e, ao que tudo indica, cada vez mais vital.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARSETH, ESPEN. (1997), *Cybertext – Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore, The Johns Hopkins University Press.

AGRE, Philip. (1999), *Life After Cyberspace*. Los Angeles, University of California Press.

BABBIE, Earl. (1999), *Métodos de Pesquisa de Survey*. Belo Horizonte, Ed. Da UFMG.

BARKOW, Jerome; COSMIDES, Leda; TOOBY, John (1992), *The Adapted Mind – Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*. New York, Oxford University Press.

BLOOR, David. (1976), *Knowledge and Social Imagery*. Boston/London, Routledge and Kegan Paul.

BUTTON, Graham et alii. (1992), *Computadores, Mente e Conduta*. São Paulo, Ed. da UNESP.

CASTELLS, Manuel. (1999), *Economia, Sociedade, Informação – vol.1 – A Sociedade em Rede*. São Paulo, Paz e Terra.

CHAMPAGNE, Patrick. (1998), *Formar a Opinião – O Novo Jogo Político*. Petrópolis, Vozes.

CRARY, Jonathan. (1999), *Suspensions of Perception – Attention, Spectacle, and Modern Culture*. Cambridge/Massachusetts, London/England, The M.I.T. Press.

DELEUZE, Gilles. (1998), “Pos-Scriptum sobre as Sociedades de Controle”, In: *Conversações*. Rio de Janeiro. Ed.34.

DIZARD, Jr., Wilson. (2000), *A Nova Mídia*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

EISENBERG, José; CEPIK, Marco. (2002), *Internet e Política*. Belo Horizonte, Ed. da UFMG.

GLEICK, James. (2000), *Acelerado – A Velocidade da Vida Moderna e o Desafio de lidar com o Tempo*. Rio de Janeiro, Campus.

HABERMAS, Jürgen . (1987), *Técnica e Ciência como Ideologia*. Lisboa, Edições 70.

_____ . (1988), *Teoria de la Acción Comunicativa – vols, I e II*. Madrid, Taurus.

HAUSER, Marc. (1998), *The Evolution of Communication*. Cambridge/Massachusetts, The M.I.T. Press.

ISER, Wolfgang. (1996), *O Ato da Leitura – vol.1 – Uma Teoria do Efeito Estético*. Rio de Janeiro, Ed.34.

JOHNSON, Steven. (1997), *Interface Culture – How New Technology transforms the Way We Create and Communicate*. New York/San Francisco, Harper Edge.

KELLY, Kevin. (1997), *Out of Control – The New Biology of Machines, Social Systems and the Economic World*. Reading/Massachusetts, Addison Wesley Publishers.

KHERKHOVE, Derrick de. (1997), *A Pele da Cultura*. Lisboa, Relógio d'Água.

KNORR-CETINA, Karin. (1981), *The Manufacture of Knowledge – An Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science*. Oxford, Pergamon Press.

LATOUR, Bruno e WOOLGAR, Steve. (1981), *Laboratory Life – The Social Construction of Scientific Facts*. London, Sage Publications.

LÉVY, Pierre. (1999), *Cibercultura*. Rio de Janeiro, Ed. 34.

LIMA, Venício. (2002), *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo.

MCDANIEL, Carl. (2002), *Pesquisa de Marketing*. São Paulo, Pioneira / Thomson.

MURRAY, Janet H. (1997), *Hamlet on the Holodeck – The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge, Massachusetts, The M.I.T. Press.

O'DONNELL, James J. (1998), *Avatars of the Word – From Papyrus to Cyberspace*. Cambridge/London, Massachusetts/England, Harvard University Press.

PIERCE, John. (1984), *Information Technology and Civilization*. New York, Freeman and Company.

PINKER, Steve. (1999), *Como a Mente Funciona*. São Paulo, Companhia das Letras.

PORTER, David. (1996), Internet Culture. New York/London, Routledge.

POSTER, Mark. (1995), The Second Media Age. Cambridge, Polity Press.

RHEINGOLD, Howard. (1993), The Virtual Community – Homesteading on the Eletronic Frontier. New York, Harper Collins.

SALGADO, Gilberto B. (2002), Comunicação e Recepção – O Impacto da Hipermissão no Universo Simbólico do Leitor. Rio de Janeiro, UFRJ, tese de doutoramento.

TOFFLER, Alvin. (1980), A Terceira Onda. Rio de Janeiro, Record.

THOMPSON. (1998), A Mídia e a Modernidade – Uma Teoria Social da Mídia. Petrópolis, Vozes.

VAZ, Paulo. (1999), “Agentes na Rede”, In: Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia, nº7, Rio de Janeiro, NEPCOM/UFRJ.