



contudo, tem absoluta necessidade de as sentir suas e confortáveis no quotidiano.

A palavra consumidor não surge por acaso. Consumir é, além de um acto individual, um acto político. Cada opção tomada faz de um utilizador/consumidor também um produtor. É dentro de um quadro de referências culturais, económicas e políticas que o consumidor se equivale ao produtor. A presença dos novos *media* torna mais evidente o facto da utilização ou consumo de tecnologias dentro de casa não significar apenas trazer a esfera pública para dentro da privada, como, pelo menos aparentemente, se constata com os ditos meios tradicionais de comunicação de massa que operam segundo uma lógica de difusão de um para muitos. Embora politicamente os dois pólos – produção e consumo – não sejam, de facto, opostos, a sua articulação talvez nunca tenha sido tão ostensiva como hoje, permitindo-nos afirmar que consumir é uma forma de produzir. Da esfera privada para a esfera pública se constroem pontes, saem dados, informação, que não anulam a possibilidade de difusão unidireccional, mas acrescentam possibilidades efectivas de troca.

Apesar da dificuldade em definir rigorosamente um novo *medium*, distinguindo-o de um *medium* tradicional, podemos constatar que as inovações tecnológicas na área da informação e da comunicação vão no sentido de esbater a fronteira entre público e privado, não como diluição das duas esferas, mas mais como uma justaposição, observável em diversas situações em que o uso do computador com acesso à Internet, por exemplo, cruza o dentro com o fora e estabelece fluxos bidireccionais de informação, se assim se desejar.

"What's new about new media?" foi a pergunta que Roger Silverstone colocou como provocação e desafio a investigadores da área dos estudos sobre os novos *media*<sup>2</sup>, tendo precisamente em conta a existência de obstáculos quando se pretende alcançar uma definição que oponha novos *media* a meios de comunicação tradicionais. Consideramos que parte dessa dificuldade advém da constatação de que, frequentemente, não estamos perante uma nova função, mas sim diante de um *upgrade* com novidades inessenciais em termos funcionais. Isto é; não é fácil identificar como absolutamente novo um *medium* como se admite ser, por exemplo, o fonógrafo de Edison. O disco vinil, o CD áudio, o leitor de MP3, embora com características próprias, não são protagonistas de uma verdadeira revolução tecnológica – o registo e a emissão do som são-lhes anteriores (Lopes, 2002).

Naturalmente, poder-se-ia afirmar que a convergência de variadas funções num só aparelho é emblemática das novas tecnologias, contudo, revela-se insuficiente para definir, só por si, um novo meio. Conceitos como interactividade, velocidade, ubiquidade e mobilidade que, embora não caracterizando exclusivamente os chamados novos *media* realçam aquilo a que poderemos chamar as suas qualidades mais distintivas, permitem posicionar a sua caracterização no quadro de comportamentos novos e, acima de tudo, no alargamento do leque de opções da sua utilização. Concorrem, assim, para essa tentativa de enquadramento e definição dos mais recentes *media* que moldam o nosso quotidiano.

### **Mobilidade e Novos *Media***

O espaço doméstico sempre sofreu alterações com a entrada de objectos técnicos de naturezas diversas, provocando, conseqüentemente, mudanças nas relações entre os indivíduos unidos por laços familiares.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> V. Silverstone, R. (1999) "What's new about new media?", in *New Media & Society*, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, SAGE Publications, Vol1(1):10–82 [1461–4448(199904)1:1:10–82;007546. Em finais de 2005, durante uma conversa pessoal, Silverstone afirmou-nos não ter ainda uma resposta rigorosa à sua pergunta, por parte dos investigadores envolvidos nesta edição. Na sua opinião, a palavra novo estaria a ser utilizada com pouca precaução, resultante da natural euforia que as mudanças tecnológicas provocam.

<sup>3</sup> Spigel, L.(1992) *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago, ILL:University of Chicago Press. A investigação apresentada nesta obra sobre a entrada da televisão nos lares norte-americanos demonstra como o

O mundo entrou em força no lar com os *mass media*, especialmente com a rádio e com a televisão, mas também, e anteriormente a estes meios, através do jornal, por exemplo. Os aparelhos de rádio e de televisão começaram por domesticar os lares como objectos fixados normalmente numa sala de estar, em torno dos quais os membros de uma família se reuniam para assistir a programas emitidos segundo uma grelha construída à margem de qualquer vontade expressa do telespectador. Hoje, já na transição para outra forma de ver televisão – ver televisão não apenas *na* televisão, mas também noutros suportes – os hábitos de consumo mais populares, construídos com base na mobilidade de mais do que um aparelho por casa, revelam-se próximos dos que se ligam a meios como o livro ou o jornal, cujo consumo é essencialmente individual. Queremos com isto dizer que a ideia de domesticidade entendida como agregação de indivíduos, no contexto do exemplo dado sobre a entrada da rádio e da televisão no lar, é perturbada pelo conceito de mobilidade ou, mais exactamente, pela ‘portabilidade’ dos meios tradicionais. Cada vez mais, não é a família que acede ao mundo, é o indivíduo pertencente a uma família que o faz e que dele recebe a informação veiculada por diferentes *media*.

Os factores tecnológico e económico têm favorecido um consumo mais individualizado dos meios de comunicação, dentro e fora de casa. Assiste-se a uma pulverização de modos de consumo que não passam exclusivamente pela reunião da família à volta de um meio. Num mesmo lar podem existir mais do que um aparelho de televisão, para voltarmos ao meio mais popular, assistindo cada membro da família ao programa do seu interesse. Não é até invulgar o mesmo programa estar a ser visto, simultaneamente, na mesma casa por diferentes indivíduos, de forma isolada. Este dado sublinha o desejo de um consumo solitário, individual, manifestamente arredado dos primórdios das práticas de consumo dos *mass media*.

Ainda que os conceitos de lar e família continuem a ser operacionais, conjuntamente, para as pesquisas sobre a recepção, parece-nos particularmente interessante analisar a domesticação a nível individual, relacionando o conceito com uma prática que se liga fundamentalmente ao desejo de cada utilizador tirar partido das possibilidades técnicas dos aparelhos para se ligar a outros – aparelhos e indivíduos – num espaço privado ou público. A noção de lar está representada diariamente em rituais com outros indivíduos mas também com tecnologias que permitem essas interações.

Em última análise, *lar* poderá ser uma ideia de pertença de um corpo a um espaço híbrido, capaz de estabelecer ligações para dentro e para fora de si mesmo. No séc. XX o espaço público ocupava o privado; agora, na era do telemóvel é a vez das conversas privadas ocuparem os espaços públicos, criando novos tipos de cultura pública. Estas mudanças são tão significativas que a fronteira entre público e privado é, frequentemente, pouco clara. A noção de lar é uma projecção do *eu* e é algo que pode ser transportado connosco; implica nunca estar desconectado. Levar o lar connosco, ou a sensação de conforto associada a esse espaço, é possível devido a essa mobilidade que os novos *media* permitem, de forma especialmente eficaz.

A ideia de domesticação estende-se, assim, para além do tradicional espaço doméstico ou privado. Utilizar um iPod num espaço público, como a rua, por exemplo, é entrar numa bolha ou cápsula que nos isola da vida da cidade sem que se perca o contacto com o mundo<sup>4</sup>. Naturalmente, teremos que perguntar: que mundo é esse? Não será o mundo físico da cidade, pois sobre esse é feito, pelo menos, um *standby* enquanto decorre a utilização do iPod. O mundo ao qual o utilizador está ligado é virtual e as músicas que consome – considerando a função essencial do iPod –

---

poder de cada membro de uma família é evidenciado na relação que estabelece com a televisão e, simultaneamente, posto em causa pelos outros utilizadores. As diferenças de género (masculino/feminino) constituem um dos pontos mais interessantes da investigação.

<sup>4</sup> A este propósito ver Bull, M. (2004) “To Each Their Own Bubble: Mobile Spaces of Sound in the City” in Couldry, N. and McCarthy, A. (eds) *MediaSpace*, London: Routledge. Michael Bull desenvolveu investigação sobre a utilização do Walkman e, mais recentemente, sobre o iPod.

pertencem a uma comunidade igualmente virtual e anónima, com a qual se partilham ficheiros (momento de produção), sem que a identidade dos seus membros seja necessariamente revelada. Consume-se informação, sem se esperar ou desejar algo mais. Cada utilizador está protegido do contacto com o *outro* que vá para além desta relação simbiótica limitada à troca de ficheiros.

O estudo da utilização do Walkman e agora do iPod, desenvolvido de forma exemplar por Michael Bull, insere-se no quadro das tecnologias móveis por excelência e é paradigmático das novas formas de protecção do indivíduo num espaço urbano, repleto de outros indivíduos, com os quais não tem intenção de interagir. A domesticação de um espaço público como a cidade efectiva-se nesta assunção de que o espaço privado do cidadão ocupa o espaço público anónimo da multidão, como se se tratasse de transportar uma carapaça protectora de invasões indesejadas. Em forma de aparente paradoxo, podemos até considerar que o som escutado é uma espécie de silêncio que separa o utilizador do ruído da cidade. Como um manto que o torna invisível, a música acompanha-o só a si e eleva-o de um espaço físico que forçosamente tem que percorrer mas com o qual não se quer relacionar.

O que há então de novo nesta fruição individualizada? Comparativamente à leitura de um livro num espaço público, talvez nada de substancial, no entanto não podemos ignorar que o livro obriga à fixação do leitor num espaço e o iPod (mas também o Walkman ou outro aparelho análogo) permite a mobilidade durante a sua utilização.

#### *O outro*

As tecnologias móveis são frequentemente utilizadas para a permanente recepção de informação e, neste sentido, instala-se um perpétuo contacto, muitas vezes tirânico, obsessivo e gerador de ansiedade, que em nada se compara à evasão possibilitada pela leitura de um livro, ainda que realizada num espaço público. Nessa circunstância, poderemos perguntar de quem se protege o utilizador na sua caminhada? Que *outro* é esse? Já não está apenas em causa o *outro* com quem se cruza na rua, mas também o *outro* sem presença física, plural, produtor de uma torrente de informação que inunda as nossas vidas (Gitlin, 2003), que chega pelo som, pela palavra e pela imagem.

Apesar das funções básicas de um iPod e de um telemóvel poderem coexistir num só aparelho, o uso ainda generalizado do telemóvel no quotidiano, dissociado do primeiro, leva-nos a tomá-lo como outro exemplo das tecnologias móveis, talvez mesmo o mais relevante e popular no quotidiano.

Se a principal característica do iPod se prende com a criação de uma bolha protectora que envolve o utilizador e o subtrai do seu contexto espacial, o telemóvel permite a invasão do espaço público pelo espaço privado. Ele é claramente o objecto que traduz a ideia de se levar a casa para a rua. Tal como o iPod, dá frequentemente origem a comportamentos privados em espaços públicos, no sentido em que muitas vezes o utilizador não presta atenção a quem está fisicamente perto de si, enquanto fala com quem está distante e, conseqüentemente, como que deixa de pertencer ao conjunto de pessoas, momentaneamente no mesmo lugar ou situação. Mesmo desconhecendo-se quem está perto fisicamente, quebra-se o entendimento tácito de que o comportamento deverá ser consentâneo com a natureza desse espaço público. Curiosamente, em várias entrevistas para estudos sobre a utilização do telemóvel surgem afirmações idênticas às dos utilizadores do iPod: estar a falar ao telemóvel é como fazer a suspensão do espaço público para entrar no espaço privado. Se quem está fisicamente perto não é conhecido, então é como se não existisse de facto, logo a conversa não é invasiva. Essa imposição de conversas privadas é precisamente uma das formas de perturbar o espaço físico da esfera pública (Morley, 2007:221). Não é por acaso que se abriam debates sobre a etiqueta no campo da comunicação, nos quais o telemóvel continua a ser alvo de especial atenção.

“Talvez se possa dizer que o telemóvel é, entre outras coisas, um aparelho para lidar com as nossas ansiedades sobre os problemas de distância criados pelos nossos novos estilos de vida e com a ‘desconectividade’ que essa distância geográfica simboliza para nós” (Morley, 2007: 223). Apesar da sua natureza móvel, é particularmente interessante verificar que na prática quotidiana da sua utilização uma das perguntas mais frequentes no início de uma conversa, especialmente entre duas pessoas que se conhecem bem, é “onde estás?”. Embora, aparentemente, seja irrelevante a localização espacial dos interlocutores, ela afigura-se como fundamental para diminuir o desconforto provocado pelo nomadismo do *outro*.

Domesticar o telemóvel tem-se traduzido em colocá-lo ao serviço de um perpétuo contacto que muitas vezes é sinónimo de perpétua vigilância. Estar sempre contactável é algo que produz sentimentos ambivalentes. Por um lado, significa estarmos ao alcance uns dos outros, sendo a distância um obstáculo transponível quase em plenitude; por outro, funciona como prótese sem a qual a vida em sociedade seria quase impossível. Como um *pacemaker*, o telemóvel é vital, embora não natural, no sentido em que faz parte de cada indivíduo por escolha própria, não sendo parte constitutiva do seu corpo biológico. Essa ‘escolha obrigatória’ coloca o desafio de neutralizar as ameaças que através de um contacto permanente e de um eventual excesso de informação põem em causa o valor da comunicação. Esse desafio é o do agir político, da responsabilidade e da intervenção consciente de cada gesto do utilizador (Silverstone, 2007).

Pensamos que isso não significa apenas que devermos considerar o *outro* como nós próprios, mas também que necessitamos frequentemente de nos protegermos do *outro* como de nós próprios; das ideias que não queremos, dos sentimentos que não desejamos. Eliminando a possibilidade do indivíduo se excluir da rede tecnológica que organiza as sociedades modernas, as suas relações pessoais, em grande parte mediadas por diferentes objectos técnicos, terão que ser construídas com base num equilíbrio difícil entre a domesticação por eles exercida e a domesticação proveniente da vontade humana que, em muitos casos, se revelará contrária à primeira. Assim, ligar e desligar deverão ser acções que exigem mais do que a manipulação desses objectos, deverão ser reflexo de escolhas conscientes, provas de domínio sobre a intrusão do *outro*.

Diz Richard Sennett sobre a vida nas cidades: “Corpos individuais movendo-se pelo espaço urbano gradualmente se tornaram separados do espaço onde se moviam, e das pessoas nele contidas. À medida que o espaço se desvalorizou devido ao movimento, os indivíduos gradualmente perderam o sentimento de partilha de um destino com outros...os indivíduos criam algo como guetos na sua própria experiência corporal” (Sennett, 1994: 324). Se a privatização do espaço público é em grande medida construída pelos usos personalizados de tecnologias móveis que oferecem a ilusão de invisibilidade aos utilizadores perante os demais, não poderemos ignorar os motivos que sustentam tal adesão. A vontade deliberada de não interagir – que pode passar, por exemplo, pelo uso de auscultadores num local público, mesmo não estando ligados – não tem que significar, necessariamente, uma recusa permanente em comunicar activamente ou uma inabilidade para chegar ao *outro*. A interactividade não é sempre um valor positivo e desejado, apesar de ser esse o discurso preponderante no convite à utilização dos novos *media*. E neles próprios, nas suas características técnicas, podem encontrar-se possibilidades de resposta à vontade de cada utilizador se eclipsar na multidão e a ela voltar, quando desejar.

### Referências bibliográficas

- Bull, M. (2004) “To Each Their Own Bubble: Mobile Spaces of Sound in the City” in Couldry, N. and McCarthy, A. (eds) *MediaSpace*, London: Routledge.
- Giddens, A. (1994) *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras: Celta.

- Gitlin, T. (2002) *Media Unlimited: how the torrent of images and sounds overwhelms our lives*, NY: Henry Holt and Company.
- Lopes, A. (2002) *CD Áudio – Efeitos de Singularidade*, Coimbra: Edições Minerva Coimbra.
- Morley, D. (2007) *Media, Modernity and Technology – The geography of the new*, London: Routledge.
- Sennett, R. (1994) *Flesh and Stone: The Body and the City in Western Civilization*, NY: Norton.
- Silverstone, R., & Hirsch, E. (eds) (1992) *Consuming Technologies – Media and Information in Domestic Spaces*, London, Routledge.
- Silverstone, R. (1999) “What’s new about new media?” in *New Media & Society*, London: SAGE Vol1(1):10–82.
- Silverstone, R. (2007) *Media and Morality – On the Rise of Mediapolis*, UK: Polity Press.
- Spigel, L.(1992) *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago, ILL:University of Chicago Press.