

VIDA NA ALDEIA VIRTUAL: PERSPECTIVA DA SOCIOSSEMIÓTICA

Mauro Maia Laruccia

UBC/PUC-SP

Rosália Maria Netto Prados

UBC/UNISUZ

RESUMO: Este artigo trata de uma discussão sobre as relações entre os sujeitos no contexto contemporâneo das tecnologias, ou mais especificamente na *aldeia virtual*. Apresenta uma perspectiva sociosemiótica para a análise de textos que se configuram nessas relações. Segundo a Sociossemiótica, para o estudo dos discursos, objetivou-se uma reflexão sobre processos discursivos que caracterizam as relações intersubjetivas nesse contexto.

PALAVRAS-CHAVE: Aldeia Virtual; Contemporaneidade; Discursos; Tecnologias; Sociossemiótica.

ABSTRACT: This article is a discussion of the relations between the subjects in the context of contemporary technologies, or more specifically, in the virtual village. Socio-semiotics offers a perspective for the analysis of texts that constitute these relations. According to the Socio-semiotics to the study of speeches aimed to reflect on the discursive processes that characterize interpersonal relationships in this context.

KEY WORDS: Virtual Village; Contemporaneity; Discourses; Technologies, Socio-semiotics.

Introdução

O sujeito se veste, vai até o shopping Center, compra um DVD e um livro, paga uma conta no banco, conversa com amigos, envia um cartão de aniversário... e depois encerra a conexão. Acaba de passar uma hora em uma aldeia virtual e nem precisou sair de casa ou do escritório.

Este cenário é completamente possível atualmente. Para muitas pessoas, alguns aspectos desses passeios já podem ser realizados. A aldeia virtual, uma versão eletrônica do conceito da “aldeia global”, termo de Marshall McLuhan (re)significado no contexto contemporâneo, em que vivemos acontecimentos simultâneos em que o tempo e o espaço desapareceram. Esses meios em sistemas tecnológicos envolvem-nos a todos e nos colocam novamente em contacto com as emoções tribais de que a imprensa nos tinha divorciado. Contemporaneamente, Castells complementa

Os sistemas tecnológicos são socialmente produzidos. A produção social é estruturada culturalmente. A Internet não é exceção. A cultura dos produtores da Internet moldou o meio. [...] fazendo da Internet um meio de interação social seletiva e de interação simbólica (CASTELLS, 2003, p. 34-35).

Howard Rheingold descreve a experiência de interagir com uma aldeia virtual de uma maneira que parece atraente. A aldeia virtual cresceu exponencialmente desde 1985 desde então apercebeu-se de que estava participando da autoconstrução de uma nova cultura. Rheingold observou que os laços sociais das comunidades se estreitavam e modificavam à medida que aos participantes se juntavam tantos outros e estabeleciam normas, posteriormente desafiadas, alteradas, restabelecidas e novamente desafiadas, tudo numa espécie de evolução social acelerada (RHEINGOLD, 2000).

Mesmo que uma pessoa esteja fisicamente isolada em uma sala vazia, seu domínio mental pode estar “vinculado a uma cadeia mundial de indivíduos com interesses semelhantes”. Essas interações são classificadas como “virtuais” porque os membros da aldeia atuam em uma proximidade que não é mensurável em termos de espaço físico, ela é basicamente uma proximidade eletrônica proporcionada por dispositivos de comunicação que funcionam à velocidade da luz, como o telefone e o computador com recursos ampliados pelo *modem*.

O objetivo deste trabalho é discutir a atuação do homem no ciberespaço, aqui chamado de aldeia virtual. Com relação à metodologia da pesquisa, dividiremos em três categorias de tipologia de pesquisa, quanto aos objetivos, quanto aos procedimentos e quanto à abordagem do problema.

Para se discutir este assunto, quanto aos aspectos sociológicos da vida nas redes sociais, este trabalho consiste em uma pesquisa descritiva. Foram feitas reflexões sobre o discurso à luz da Socios-semiótica.

Em relação à abordagem do problema, é um estudo do tipo qualitativo, em que se trabalha com a descrição de valores, crenças, hábitos, atitudes, representações, opiniões e adequa-se a aprofundar a complexidade de fatos e processos particulares e específicos a indivíduos e a grupos (RAUPP & BEUREN, 2006).

O percurso metodológico, portanto, caracteriza-se pela abordagem sociossemiótica do discurso. Para se desenvolver esta discussão, é necessária uma apresentação de discurso, segundo Fontanille:

quando se escolhe como ponto de partida o discurso, dá-se conta rapidamente de que formas cristalizadas ou convencionais que nele encontramos estão longe de serem unicamente signos, pois uma das propriedades mais interessantes do discurso é a sua capacidade em esquematizar globalmente nossas representações e nossas experiências. Do mesmo modo, o estudo dos esquemas do discurso toma rapidamente o lugar do estudo dos signos propriamente ditos. (FONTANILLE, 2008, p. 83).

Neste trabalho, é necessária a compreensão sobre o discurso. E este é considerado como resultado de uma expressão humana que produz representações e experiências. Mas ainda é necessário delimitar elementos que são característicos da análise de discurso, na qual se baseiam as ideias de Fontanille. Trata de uma tendência teórica de análise do discurso por meio da desconstrução de suas estruturas, pois a existência das "coisas" somente faz sentido por meio da produção

de um discurso que lhes atribui significados, ou seja, o discurso produz sentido.

A Sociossemiótica, além de tratar da captura do sentido enquanto dimensão provada do ser no mundo, ou seja, o sentido em situação ou em ato, construído no momento da interação, examina, no seio da vida social, o funcionamento dos processos semióticos. Esses processos são sistemas de significação, manifestados por meio das linguagens, com seus respectivos discursos. São, pois, objetos de análise sociossemiótica, os discursos que circulam na sociedade, ou seja, é a sociedade, com seus sujeitos coletivos, que confere o valor de comunicação ao discurso.

Aspectos Sociossemióticos da Aldeia Virtual

A Sociossemiótica estuda os discursos sociais não-literários, tais como, os discursos científico, tecnológico, político, jurídico, jornalístico, publicitário, pedagógico, burocrático, religioso, dentre outros. Esses *universos de discurso* são ditos sociais, porque, embora tenham, como é evidente, emissor e receptor individuais, caracterizam-se por possuírem enunciatário e enunciatário *coletivos*.

Grupos ou segmentos sociais, como são caracterizadas as redes sociais na contemporaneidade, ou comunidades virtuais, constituem o campo de pesquisa da Sociossemiótica. É importante considerar as palavras de Landowski, sobre a análise de textos, ou enunciados, do campo da Sociologia, e que podem ser analisados, segundo as relações que mantêm com a linguagem:

Se, hoje, para um número expressivo de pesquisadores, a ciência política, considerada parte integrante da Sociologia, tornou-se prioritariamente uma abordagem dos comportamentos e das atitudes, a análise das representações que comandam essas atitudes passa, por sua vez, pela decifração e pela interpretação de certos tipos de textos (LANDOWSKI, 1992, p. 9).

Landowski (1992, p.10), ao se referir à ciência política, esclarece que o *texto* é um material familiar aos pesquisadores das Ciências Sociais, mas o *discurso* pode ser analisado como objeto do conhecimento que se encontra numa problemática das relações e estratégias de poder. Nas redes sociais caracteriza-se a interdiscursividade, relações de linguagem.

O discurso possibilita novas perspectivas de análise, não só no estudo da temática das ideias e ideologias, ou do vocabulário e de figuras, mas, segundo Landowski, trata da questão do “funcionamento global e da eficácia social da atividade discursiva enquanto tal”. Os diferentes tipos de textos são produtos de universos discursivos construídos pelos sujeitos nas suas práticas sociais.

Um discurso, segundo Pais (1997, p. 222), é decorrente dos discursos que o precederam e a produção de um discurso específico só ocorre quando são utilizados os signos e as leis combinatórias que pertencem aos demais membros de determinado grupo, já que a experiência individual, em sua alta especificidade, é única e intraduzível e só será inteligível aos outros apenas quando traduzida em termos do “consenso” desse grupo. E é o que caracteriza a linguagem das diferentes redes sociais.

Os sistemas e discursos são historicamente determinados e geograficamente delimitados, pois “a visão de mundo” de uma comunidade sociocultural e linguística, bem como sua ideologia e sistema de valores, acha-se sempre em processo de (re)formulação e um constante processo de “vir a ser” que paradoxalmente transmite a seus membros o sentido de estabilidade e continuidade, ou melhor, os processos culturais são apreendidos no convívio social, uma vez que, as *semióticas-objeto* (*linguagem verbal, música, gestualidade, artes, etc*) são particulares em cada sociedade.

Os sistemas semióticos que integram o complexo linguístico-sócio-cultural de determinada comunidade só funcionam caso se conservem para assegurar a intercompreensão dos sujeitos e, ao mesmo tempo, se modifiquem para responder às novas necessidades de comunicação.

Considerações Finais

Muitos já descobriram como acessar a Internet, o que fazer nela e onde estão as fontes de informações e agora descobrem como interagir corretamente com outras pessoas nessa aldeia global. Em outras palavras, certos temas relacionados à etiqueta e ao comportamento apropriado na rede tendem a surgir quando os detalhes técnicos já foram ultrapassados.

Algumas pessoas descobrem esse fato acidentalmente como, por exemplo, depois de postar em um fórum uma mensagem em um determinado assunto fazendo uma pergunta que todos do fórum já fizeram. Vários membros podem enviar respostas irritadas, usando linguagem pouco recomendável. Segundo Daniela Pereira

Ter “boas maneiras” e comportamentos “refinados” significaria se aproximar de um modo de vida considerado “fino”, de “bom gosto” e, dessa forma, ter acesso a um bem simbólico como a etiqueta ajudaria a obter mais “sucesso na vida”, “conseguir uma inserção pessoal e profissional melhor”, “ter mais segurança nos comportamentos públicos” ou mesmo “proporcionar momentos agradáveis a amigos e familiares” (PEREIRA, 2006, p.132).

Evidentemente muitas pessoas aprendem com dificuldade. Um problema crescente na Internet é o “lixo postal” (*junkmail*), que pode tomar a forma de mensagens enviadas diretamente para as pessoas incluídas na lista de endereços de alguém ou postadas genericamente para todos da lista.

As pessoas tendem a agir de forma mais ousada, sentindo-se mais livres para se comunicar dentro da aldeia virtual, provavelmente porque os elementos visuais e auditivos são abstraídos, o que reduz as pressões psicológicas, pois “[o] mundo social da Internet é tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade” (CASTELLS, 2003, p. 48).

Celebridades e pessoas de vida pública, por exemplo, podem evitar aborrecimentos, como situações em que estão postas contra a parede ou quando têm de cumprir prazos; o pior que pode acontecer é uma pilha de mensagens de e-mail, que pode ser filtrada ou descartada de acordo com a vontade do usuário. Redigir respostas aos fãs ou apagar mensagens indesejáveis são coisas que podem ser feitas a qualquer momento, de acordo com as preferências do usuário e sob seu total controle (ROGGERO & LARUCCIA, 2009).

À medida que a Internet e outras vias que conduzem à movimentada aldeia virtual acelerem a transferência e a manipulação de informações, testes, verificações e confirmações serão fundamentais para o bom jornalismo e a comunicação confiável.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo. A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- FONTANILLE, Jacques. *Semiótica do Discurso*. Trad. PORTELA, Jean Cristtos. São Paulo: Contexto, 2008.
- LANDOWSKY, Eric. *A Sociedade Refletida*. São Paulo: EDUC editora da PUC, 1992.
- MACLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutemberg*. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1977.
- PAIS, C. T. Conceptualização, Denominação, Designação: relações. *Revista Brasileira de Lingüística*. Vol. 9. São Paulo: Plêiade, 1997.
- PEREIRA, Daniela S. *Em busca do refinamento: um estudo antropológico da prática da etiqueta*. São Paulo: Annablume, 2006.

RAUPP, F. M., & BEUREN, I. M. Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais. In: BEUREN, I. M. *Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática* (Capítulo 3). São Paulo: Atlas, 2006.

RHEINGOLD, Howard. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge: MIT Press, 2000.

ROGGERO, R., LARUCCIA, M.. A celebridade como mercadoria da indústria cultural – o caso ronaldo fenômeno. *InterSciencePlace*, ago. 2009. Disponível em:

<<http://www.interscienceplace.org/interscienceplace/article/view/51>>.

Acesso em: 22 out. 2010.