

Ubiquidade e o campo da comunicação social

Ubiquity and the communicational field

Marcio Morrison Kaviski MARCELLINO¹

Resumo

O presente artigo compreende o conceito de ubiquidade e explora as diferentes definições em diversos campos de pesquisa. Entende-se a ubiquidade na comunicação como a capacidade de estar em qualquer lugar em todos os momentos. Almeja-se, a partir desse conceito, buscar como essa concepção é definida como uma prática e um processo dentro da ciência da comunicação. O trabalho permeia as ideias de autores como Pavlik (2014), Gomes e Maia (2008), Santaella (2013), Braga (2011), Duarte (2003) e França (2001).

Palavras-Chave: Ubiquidade. Mobilidade. Comunicação Social.

Abstract

This article comprehends the concept of ubiquity and explores the different definitions in various fields of research. It is understood ubiquity in communication as the ability to be anywhere at all time. It is hoped, from this concept, to seek how this conception is defined as a practice and a process within the science of communication. The work permeates the ideas of authors such as Pavlik (2014), Gomes and Maia (2008), Santaella (2013), Braga (2011), Duarte (2003) and France (2001).

Keywords: Ubiquity. Mobility. Social Communication.

Introdução

O avanço das tecnologias ocasionou diversas mudanças na sociedade e modificou a forma como realizamos múltiplas atividades diárias como, por exemplo, escutar música, estudar e manter relações sociais. Os *smartphones*, telefones celulares inteligentes, são importantes ferramentas dessa nova dinâmica social em que estamos

¹ Mestrando em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do Grupo de Pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (INCOM).
E-mail: marciomorrison@hotmail.com.

inseridos com o avanço das redes de internet sem fio. Com o uso de dados moveis, as funcionalidades dos aparelhos podem ser utilizadas em movimento. Essa capacidade de utilizar ferramentas no ato de mover-se é denominada por estudiosos da área de comunicação de ubiquidade, conforme aponta Pavlik (2014).

Pretende-se neste artigo, no entanto, identificar como a ubiquidade está inserida no campo de pesquisa da comunicação social. Para isso, foram necessárias reflexões acerca dos conceitos ubíquos e do campo da comunicação social.

É importante compreender os efeitos da ubiquidade no campo das ciências comunicacionais, haja vista que esse é ainda um conceito novo e que merece ser melhor explorado cientificamente.

No percurso científico, aqui descrito, optou-se por tangenciar a relação entre a conceituação do ubíquo e o campo da comunicação. Foi necessário, com isso, um processo reflexivo desdobrado em três partes. A primeira sobre a ubiquidade, a segunda sobre o campo da comunicação social e a terceira sobre as práticas e os processos comunicacionais do conceito.

Conceito de Ubiquidade – uma questão interdisciplinar

O conceito é aplicado em diversos campos de estudo de maneiras distintas. Para assimilar melhor o funcionamento dessa concepção teórica é primordial um breve relato sobre esses diversos aspectos em múltiplas áreas do conhecimento que tornam essa definição uma questão interdisciplinar.

No campo de pesquisa educacional, Santaella (2013) defende que a ubiquidade se constituiu nas transformações dos modos de consumir leitura. Para a autora, as novas tecnologias estão gerando novas formas de aprendizagem, que muitas vezes não são estáticas.

Por que os celulares fascinam cada vez mais seus usuários? Porque para eles convergem jogos, vídeos, fotos, música, textos e, ao mesmo tempo, manter uma comunicação ubíqua com seus contatos via msm, mms e chamadas. Não são mais simplesmente dispositivos que permitem a comunicação oral, mas sim um sistema comunicação multimodal, multimídia e portátil, um sistema de comunicação ubíqua para leitores ubíquos, leitores para os quais não há tempo nem espaço para a reflexão, este tipo de habilidade mental que precisa da solidão paciente para se tecer e que, por isso mesmo, é característica primordial do leitor contemplativo (SANTAELLA, 2013, p.22)

O impacto das novas tecnologias alcança assim, a esfera da pesquisa na educação, a influência dos meios transforma o processo de pesquisa pelo qual estavam acostumados os sujeitos da área educacional. Surge então o que a autora chama de leitor ubíquo, ou seja, o leitor movente, que tem a capacidade de ler e transitar por diferentes situações e que, ao mesmo tempo, se encontra nos mundos on-line e off-line.

No campo da arquitetura, a ubiquidade surge da necessidade do crescimento e da renovação dos espaços urbanos influenciados pelas tecnologias digitais. Segundo Leite (2008), esse fenômeno se constrói para além dos aparelhos eletrônicos, ele está presente nos ambientes estabelecendo relações entre os espaços físicos e sujeitos.

A autora aponta que surge dessa relação o conceito de informação ambiente o qual, “define uma nova paisagem urbana, desenhada pelas novas estruturas espaciais informativas como painéis digitais, fachadas eletrônicas, estações de conexões e terminais de serviços digitais” (LEITE, 2008, p.106).

Em outras palavras, as infraestruturas se modificaram e estão em sincronia com os espaços virtuais e sociais, valorizando a interação e as informações dos espaços públicos e os cidadãos.

A computação é outra área do conhecimento que estuda os efeitos da ubiquidade e conceitua seus efeitos no campo de pesquisa. Corso, Freitas e Behr(2013) afirmam que o contexto gerado entre a relação potencial do computador e o momento ao qual ele se encontra na comunicação ubíqua é a grande responsabilidade dos estudos na área.

Weiner (1965) aponta, no âmbito da computação, que os objetos se tornariam parte integrada e onipresente do cotidiano com o avanço das questões relativas à ubiquidade. Isso pode ser refletido, por exemplo, nas funcionalidades disponibilizadas nos aplicativos dos *smartphones*, tal qual o calendário, alarme, redes sociais, entre outras possibilidades de auxílios na relação homem-máquina.

Na comunicação, e no decorrer deste trabalho, entenderemos o conceito ubíquo pela capacidade de estar e ser encontrado em todo o lugar. Pavlik (2014) aponta que “no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” (PAVLIK, 2014, p.160).

A ubiquidade no processo comunicacional só é possível por meio de aparelhos eletrônicos de comunicação móveis, como *smartphones* e *tablets*, por exemplo. Essa afirmativa é reforçada por Silveira (2017, p. 412), “no contexto da comunicação contemporânea, digitalizada e ubíqua, a narrativa ganha características diferentes que estão diretamente ligadas aos dispositivos nos quais é criada e apresentada”.

Os dispositivos móveis estão, cada vez mais, tornando-se parte essencial nas relações intrínsecas dos seres humanos. O que fazemos, como agimos, o que pensamos e sentimos se torna ainda mais expandido graças ao universo virtual causado pela ubiquidade. Ou seja, os aparelhos móveis nos permitem relações e sentidos em movimento, extensões do que somos.

Barreiras de tempo e espaço estão, com isso, cada vez mais distantes das que conhecíamos antes do advento da internet. A conexão por meio dos *smartphones* permite que os sujeitos possam se comunicar uns com os outros instantaneamente além de transmitir o que quiserem ao vivo.

Essa conectividade em tempo real propicia uma enorme gama de possibilidades na construção comunicacional como prática e processo, o que veremos mais detalhadamente em outro tópico deste trabalho.

O campo da comunicação social

As ciências sociais surgem da emergência em colocar o homem como agente, objeto do centro das ciências. O campo de pesquisa da comunicacional ainda se encontra em construção. Apenas em 2016, por exemplo, o portal da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) reconheceu a área como “independente” enquanto ciência.

Parte da dificuldade da construção dos conceitos e ideias do campo está no processo ao qual esses preceitos são constituídos. Nas ciências sociais aplicadas, como o jornalismo, as práticas aparecem antes das teorias. Como afirma Duarte (2003), “torna-se objeto da comunicação o que emerge, o terceiro plano que não havia antes do encontro de todas as partes dialogantes. Torna-se objeto de comunicação o estar em relação, ou melhor, a troca” (DUARTE, 2003, p.51).

O autor afirma que os meios de comunicação não são necessariamente objetos de pesquisa do campo comunicacional. Eles seriam suportes para a veiculação de informações o que não os faz, teoricamente, objetos de estudo do campo:

O objeto de comunicação se desloca para além dos objetos de mídia, englobando, por exemplo, as manifestações artísticas midiáticas ou não. Esse objeto pode manifestar-se nos estudos das redes neurais e dos sistemas regulares que emergem por ação de atratores. Esse objeto pode estar nos estudos das linguagens que atravessam e marcam o corpo com o pertencimento das tribos, passando pelo teatro, pela moda, pela engenharia genética. Esse objeto pode estar no reflexo antropológico, sociológico, psicológico do encontro desses agentes cognitivos que se expressam por meio dos veículos de informação, dos discursos políticos, dos movimentos das massas. Entretanto, esse objeto pode não estar onde classicamente é visto, localizado e engessado nos *mass media* (DUARTE, 2003, p. 52).

Braga (2011) reforça a ideia de Duarte (2003) apontando que o objeto de estudo do campo comunicacional está nos processos. “Poderíamos assim dizer que o objetivo e o objeto do Campo de Estudos em Comunicação, de modo quase tautológico, é observar como a sociedade conversa com a sociedade” (BRAGA, 2011, p.66).

O campo comunicacional, portanto, está preocupado em compreender as práticas e os processos comunicacionais que ocorrem na sociedade com os mais diversos sentidos. Por isso, a interdisciplinaridade se torna característica das ciências da comunicação nas múltiplas possibilidades nas quais os objetos de pesquisa podem ser explorados.

A interdisciplinaridade é encontrada na relação entre as outras áreas de pesquisa e a comunicação. França (2001, p.6) afirma que “estudos ou campos interdisciplinares referem-se à emergência de novas temáticas que começam a ser estudadas a partir do referencial das áreas já constituídas”.

A relação entre as diversas disciplinas se torna a riqueza do campo científico da comunicação. A pluralidade de significados expande a gama de possibilidades de análise dentro das ciências comunicacionais, conceitualmente, teoricamente e metodologicamente.

França (2001) acredita que o campo da comunicação “se encontra numa situação privilegiada face a outras áreas, já consolidadas, com uma tradição a preservar, e que,

em razão disso, se movem com mais dificuldade, se mostram mais fechadas, mais rígidas, menos porosas” (FRANÇA, 2001, p.12).

Em suma, os procedimentos de pesquisa comunicacional têm como característica a interdisciplinaridade e a busca por compreender o funcionamento das práticas e dos processos comunicacionais nos mais diversos âmbitos que englobam a sociedade.

A ubiquidade como processo e prática comunicacional

Após compreender o funcionamento do conceito ubíquo e da questão do campo comunicacional é importante refletir como a ubiquidade funciona nos processos e nas práticas comunicacionais.

A característica ubíqua provoca uma série de questões que se estendem por diversas áreas das práticas e dos processos comunicacionais. Encontramos, no processo de reflexão desse trabalho, três principais motivos pelos quais a ubiquidade pode ser entendida como uma prática e um processo comunicacional.

O primeiro motivo é a informação em tempo real. A ubiquidade permite a execução de tarefas em movimento e, com isso, os especialistas da área de comunicação podem informar os consumidores de notícia ao mesmo tempo em que esse fato noticiado ocorre.

O princípio de que o lugar de jornalista é na rua defendido por Noblat (2008) e outros teóricos da área, é ainda mais acentuado com a possibilidade de os profissionais da comunicação divulgarem as notícias dos fatos no momento em que eles acontecem.

Dantas e Rocha (2017) apontam que esse fenômeno favorece a construção da narrativa jornalística, muito apoiado também pela possibilidade da participação de atores sociais, não apenas de profissionais da área da comunicação.

Através dos dispositivos móveis, os jornalistas passam a ter a possibilidade de atualizar o portal com informações colhidas no lugar em que acontecimento é observado. Mais do que isso, os acontecimentos passam a poder ser registrados também pelos usuários, enriquecendo a narrativa, aplicando o alcance da redação e aproximando a notícia da noção de ubiquidade (DANTAS E ROCHA, 2017, p.62).

O papel, portanto, desse profissional estaria ainda mais acentuado na questão de mediação de informações que surgem em tempo real por diversos atores que produzem conteúdo. A ubiquidade permite, então, uma extensão no processo de produção de informações e de relações comunicacionais.

A expansão da possibilidade na construção de informações de forma coletiva é reforçada por teorias da comunicação expostas antes do advento da internet. Como aponta Pavlik (2014), a ubiquidade trouxe à tona novamente a teoria de McLuhan sobre uma aldeia global de informação. Como afirma o autor, “com a banda larga ubíqua, especialmente com a tecnologia wireless, a conectividade móvel está redefinindo os preceitos básicos do jornalismo e da mídia” (PAVLIK,2014, p.164).

Esse vínculo do jornalista com a informação em tempo real causado pela ubiquidade é um dos pontos nos quais podemos identificar a relação como processo e prática comunicacional.

O segundo motivo encontrado da ubiquidade como processo e prática comunicacional está na construção das relações sociais que acontecem no ciberespaço. Comunicar tornou-se ainda mais rápido, prático e recorrente com o auxílio das redes sociais e dos *smartphones*.

A ubiquidade quebra barreiras de territórios criando os chamados não-lugares, conforme aponta Marc Auge (2013), ou espaços desterritorializantes. As práticas comunicacionais ocorrem, portanto, do resultado do processo ubíquo no momento em que os atores sociais interagem nas possibilidades causadas por essa quebra de espaço.

Os espaços desterritorializantes, conforme apontam Gomes e Maia (2008), permitem que os atores sociais interajam uns com os outros com o auxílio da ubiquidade por meio, por exemplo, das redes sociais ou grupos de ativismo na internet. Tais interações, muitas vezes, propiciam a construção de espaços de compartilhamento de interesses.

Esses espaços podem, conforme usados, fortalecer o engajamento em questões político-sociais. “A rede pode proporcionar um meio pelo qual o público e os políticos podem comunicar-se, trocar informações, consultar e debater, de maneira direta, rápida e sem obstáculos burocráticos” (GOMES E MAIA, 2008, p.277).

Portanto, os processos comunicacionais se tornam mais comuns a medida em que os atores sociais utilizam as capacidades proporcionadas pela ubiquidade e a

internet. As sucessivas interações que ocorrem no ciberespaço ainda merecem um olhar teórico mais preciso do campo comunicacional.

O terceiro motivo encontrado na reflexão desse processo pode, ao contrário da diminuição das barreiras de comunicação entre os atores sociais, ser uma desvantagem na sociedade. As redes sociais podem, em alguns casos, dar aos usuários a sensação de anonimato, porém, os maiores níveis de vigilância nas mídias mascaram esse sentimento.

Pavlik (2014) afirma que as liberdades civis estão se deteriorando com o aumento do controle de informações. O autor compara o atual estado de vigilância com o panóptico² proposto por Jeremy Bentham em 1785 e revisado por Foucault (1970).

A vigilância no ciberespaço se torna um problema de comunicação a partir do momento em que as relações comunicacionais construídas no mundo digital são interrompidas, controladas, censuradas e mediadas.

O declínio da privacidade é outra preocupação de pesquisa do campo comunicacional que merece um destaque na área das ciências sociais aplicadas. As redes sociais propiciam, por meio de recursos próprios, a possibilidade de os usuários vigiarem as ações uns dos outros na rede. Como, por exemplo, fotografias e páginas curtidas, locais frequentados, postagens diárias. Esse fenômeno conhecido como *stalker*³, e que já é parte de pesquisas interdisciplinares nas áreas de comunicação e psicologia, vem ganhando cada vez mais força nas práticas entre os usuários, tornando-se um ato comum, cotidiano e frequente.

Considerações finais

A pluralidade da tecnologia e das relações causadas pela ubiquidade favorecem as práticas comunicacionais. As relações entre atores sociais, por exemplo, tornam-se mais fáceis e rápidas. O processo comunicativo tornou-se ainda mais instantâneo.

² O panóptico seria uma nova espécie de prisão no qual o comportamento dos presos poderia ser controlado a todo o momento.

³ Palavra derivada do inglês que significa “perseguidor”. Tem seu significado encontrado no ato da perseguição.

A ubiquidade, característica do mundo digital, permite um novo leque de possibilidades que antes não eram imagináveis na construção de relações comunicacionais e sociais.

Conclui-se, portanto, que a ubiquidade se torna um problema de comunicação nos seus desdobramentos enquanto característica desse mundo digital e momentâneo. Apesar de apontados três pontos (o tempo real, as interações sociais sem barreiras e a sensação de anonimato), entende-se que a vasta transformação digital pela qual passamos contribui para o surgimento de diversos outros motivos.

A característica interdisciplinar dos estudos em comunicação permite ainda que a ubiquidade seja explorada em múltiplas reflexões favorecendo o aprofundamento em diversos discursos de pesquisa.

É necessário apontar também que os motivos apontados nesse ensaio necessitam de pesquisas com o grau maior de profundidade, haja vista, que são assuntos necessários para a compreensão dos processos comunicacionais vigentes na nossa sociedade.

Referências

Auge, Marc. **Não lugares:** introdução à uma antropologia da supermodernidade. 9 ed. Campinas/SP: Papirus, 2013.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do campo da Comunicação.** In: Revista Verso e Reverso, XXV (58). 62-77p, 2011.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo para dispositivos móveis informações hipermultimidiática e personalizada.** Actas do IV CILCS – Congresso Internacional Latina de Comunicación.

CORSO, Katheriane Benedetti; FREITAS, Henrique Mello Rodrigues; BEHR, Ariel. **O contexto no trabalho móvel: uma discussão à luz do paradigma da ubiquidade.** RAD Vol.15, n.2. Mai/Jun/Jul/Ago 2013, p.01-25.

DANTAS, Ivo Henrique; ROCHA, Heitor Costa da. **Dispositivos móveis na construção da notícia: a experiência do portal regional NE10.** In: Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio. CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org). Labcom Book, 2017.

DUARTE, Eduardo. **Por uma epistemologia da comunicação.** In: LOPES, M.IV. (Org.). *Epistemologia da Comunicação.* São Paulo: Loyola. 41-54p. 2003.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?** Revista Ciberlegenda, n.5. 2001. Disponível em <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/314/195>

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C.M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas.** Editora Paulus. São Paulo, 2008.

LEITE, Julieta. **A ubiquidade da informação digital no espaço urbano.** Logos 29 Tecnologias e Socialidades. Ano 16, 2º semestre, 2008.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário.** São Paulo: Editora Contexto, 2008.

PAVLIK, John V. **Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital.** In: Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. CANAVILHAS, João (Org). Labcom Book, 2014.

SANTAELLA, Lucia. **Desafios da ubiquidade para a educação.** Revista Ensino Superior – UNICAMP, 2013.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da Silveira. **Jornalismo ubíquo e dispositivos móveis: uma análise do produto do jornal The Guardian.** In: Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio. CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org). Labcom Book, 2017.

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos.** São Paulo: Editora Cultrix, 1965.