

## A Sociologia e seus dilemas digitais: as relações sociais entre a Televisão e a Internet



Tulio Magalhães Rodrigues<sup>1</sup>

### Resumo

O crescimento do acesso à internet e das transmissões *online*, em canais do Youtube, pelo Facebook, Instagram e Twitter mobilizam questões sobre o futuro da Televisão. A digitalização do acesso à informação viabilizada por dispositivos eletrônicos com diversos recursos, dentre eles de Televisão, é um sinal de obsolescência desta como espaço informacional ou uma possibilidade de reinvenção e fortalecimento do método televisivo em transmitir informações? Este ensaio tem a intenção de provocar a reflexão sobre o digital no campo sociológico, por meio da análise da relação social e tecnológica da Televisão na era digital, e como suas mudanças explicitam novas demandas ao campo da Sociologia através de um novo espaço de pesquisa.

**Palavras-chave:** Sociologia – Televisão – Tecnologia – Relações Sociais - Redes Digitais.

### Abstract

The growth of internet access and online broadcasts, on Youtube channels, on Facebook, Instagram and Twitter, raises questions about the future of Television. Is the digitization of access to information made possible by electronic devices with various resources, including Television, a sign of the obsolescence of Television as an informational space or a possibility of reinventing and strengthening the television method of transmitting information? This essay intends to provoke reflection on the digital in the sociological field, through the analysis of the social and technological relationship of Television in the digital age, and how its changes explain new demands to the field of sociology through a new space of search.

**Keywords:** Sociology – Television – Technology – Social Relations - Digital Networks.

---

<sup>1</sup> Doutorando no Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: [tuliomaro@gmail.com](mailto:tuliomaro@gmail.com)

## Introdução

Os processos de influência na comunicação social no Brasil têm um retrospecto teórico estimulado, em parte, pelas mudanças no contexto histórico e político do país. Como aponta Maria Immacolata Vassallo de Lopes<sup>2</sup> (2003), a periodização teórica da Comunicação no Brasil parte das décadas de 1950 até 1980, com mudanças substanciais no paradigma teórico de análise da comunicação. O modelo funcionalista, baseado em métodos quantitativos, descritivos e comparativos, tem predominância até a década de 1970, enquanto, na década de 1980, dividirá espaço com a linha gramsciana, que ganha relevância no estudo sobre a Cultura e a Comunicação no país com o processo de redemocratização. De acordo com Lopes, com “[...] o delineamento teórico e metodológico da perspectiva gramsciana, o popular deve ser estudado como posição relacional e não como algo isolado em si mesmo” (p. 64, 2003).

A modificação do paradigma teórico da Comunicação no Brasil tem relação com a recepção da teoria gramsciana, que chegou na América Latina e ao Brasil, ainda na década 1970. Essa influência na esfera das comunicações é vista na teoria dos meios e das mediações de Jesús Martín-Barbero (1997), que rompe com o paradigma da Escola de Frankfurt, onde a mídia é vista como instrumento de manipulação orientada, especialmente em torno do conceito de indústria cultural, que via a cultura a serviço de uma sociedade administrada. Para o autor, “[...] nem toda assimilação pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não é de resistência” (BARBERO, 1997, p. 105). Contudo, como destaca Lopes (2003), o modelo funcionalista ainda persiste como tendência teórico-metodológica predominante nos meios analíticos de comunicação.

O aumento crescente da exposição midiática foi promovido pelas transformações tecnológicas, que possibilitaram mudanças na maneira de consumo de entretenimento. Este consumo, em um primeiro momento, limitava-se ao espaço público<sup>3</sup>. Posteriormente,

---

<sup>2</sup> Docente titular na Escola de Comunicação e Artes (ECA) da USP.

<sup>3</sup> Em um primeiro momento o Teatro e o Cinema, em seguida podemos apontar o Rádio e a Televisão como bens privados de entretenimento, enquanto os dispositivos remotos como *smartphones*, *tablets*, *laptops* e afins como aparelhos individualizados.

transferiu-se ao privado para, por fim, chegar à esfera dos indivíduos. É possível, neste contexto, traçar uma linha de tempo com o passado, no modo de captação de preferências e interesses. Nesse sentido, os temores evocados pela indústria cultural sobre o controle e a manipulação da informação ainda encontram espaço analítico em uma sociedade digitalizada em um campo informacional expandido. Isso se dá pelos polos de influência que a mídia tem exercido pelas novas formas de disseminação de informação através de vetores formais e informais. A atomização da informação pelas plataformas digitais fortalece as corporações na criação de redes informais de atores influenciadores, como os *youtubers*, que produzem conteúdos que sejam rentáveis.

A noção de indústria cultural, com isso, é mantida em um cenário de informações descentralizadas pela cooptação das empresas junto de células informacionais criadas em determinados cenários de influência<sup>4</sup>; política, meio ambiente, ou mesmo na saúde. Esse quadro diz pouco sobre os receptores e muito sobre os emissores, mas também ilustra um cenário que demanda cada vez mais atenção: a *internet* e os seus meios informacionais. Isso se acirra ainda mais pelo fato de o digital ainda ser uma temática em desenvolvimento.

As mudanças no modo de recepção de informações, no consumo de entretenimento e na maneira de criar conexões entre os indivíduos têm se modificado desde o surgimento da *internet* como um espaço que descentraliza relações. Isso ocorre de forma potencializada após as transformações no uso da rede provocadas pela Web 2.0 e seu modelo de conectividade em plataformas de interação. As inovações tecnológicas, tais como as ferramentas digitais que mediam nosso cotidiano social estão alterando a maneira através da qual a sociedade se relaciona e se organiza. Estas alterações vêm moldando o comportamento da sociedade no século XXI.

A compreensão deste cenário, pelas mudanças contidas em uma sociedade integrada, colabora para o surgimento de ferramentas de análise para pesquisadores e estudiosos do fenômeno do digital. A Sociologia, como um campo de orientação e interpretação das mudanças sociais, acompanha as alterações que o acesso ao digital tem provocado. Nesse

---

<sup>4</sup> O posicionamento político da cantora Anitta ao candidato do PT, Lula, é um bom exemplo sobre as bolhas de influências geradas pelos influenciadores. Ver. SOUZA, Felipe. Anitta apoia Lula. *BBC*, 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62130784>>. Acesso em: 14 jul. 2022.

sentido, discussões sobre um novo campo dentro da Sociologia geram debates em torno de uma emergência a uma Sociologia Digital. Esse novo campo teria como finalidade compreender não só as novas metodologias para análise do digital, mas também a maneira através da qual os indivíduos produzem dados nesse espaço (NASCIMENTO, 2016).

Essa ascendência do digital como um lugar que descentraliza relações sociais instiga questões sobre a percepção de outros meios que, costumeiramente, centralizavam os campos de integração, entre assimilação de conhecimento e entretenimento, como a Televisão e sua representatividade na realidade social. A digitalização do acesso à informação através de dispositivos remotos com recursos diversificados, inclusive de televisão, é um indicativo de obsolescência da Televisão como espaço informacional ou uma possibilidade de evolução do modelo de programação da televisão em transmitir notícias? Esta questão irá permeiar o debate no desenvolvimento deste artigo.

Na tentativa de encontrar respostas aos questionamentos levantados as considerações teóricas de Pierre Bourdieu sobre a Televisão, o poder simbólico e suas variações serão pontos importantes de análise e crítica. Além disso, os argumentos encontrados em pesquisas sobre a Sociologia Digital (NASCIMENTO, 2016; MISKOLCI; BALIEIRO, 2018; LUPTON, 2015) contribuirão para entender o comportamento dentro do campo sociológico. O texto, desta forma, será dividido em duas seções: a primeira terá como eixo explicativo o digital e uma breve introdução às suas transformações no campo, com o surgimento de um debate em torno de um novo ramo de pesquisa; a segunda analisará a Televisão e sua representatividade como difusor de relações no espaço social e o seu comportamento na era digital, além de uma breve discussão sobre sua coexistência com a *internet* em mundo digitalizado.

## 1. A Sociologia e sua atuação no digital

O termo “Sociologia Digital” surge na bibliografia de língua inglesa em 2009, como aponta Nascimento (2016): o artigo *Digital Sociology: Emergent Technologies in the Field and the Classroom*, revela as preocupações em torno dos aspectos metodológicos de pesquisa. Contudo, as publicações de um conjunto de textos em 2013 em torno da Sociologia no âmbito digital, organizado por Kate Orthon-Johnson e Nick Prior, marcou a relação da Sociologia com as transformações na esfera digital. O trabalho ampliou a dimensão de pesquisa sobre

o campo sociológico e buscou compreender o comportamento das relações do digital ao produzir conhecimento e se conectar nas redes como um espaço comunitário de ação coletiva.

No ano de 2015 foi publicado o livro *Digital Sociology*, da socióloga australiana Deborah Lupton, que trouxe uma defesa da imersão da Sociologia no digital. A autora traz elementos que buscam teorizar a sociedade digitalizada e suas esferas de influência no social, tanto pela reconfiguração da *internet* na dimensão acadêmica, pelas novas ferramentas de pesquisas, quanto pela digitalização do conhecimento através da influência de plataformas digitais de produção e divulgação de conhecimento como o *Google*. Essa tendência de estudos do digital na dimensão sociológica tem ganhado pesquisadores no Brasil e fora dele, como nas pesquisas da psicóloga americana Shoshana Zuboff e do Sociólogo brasileiro Sergio Amadeu, sobre a vigilância digital. O leque de estudos e a integração interdisciplinar têm composto análises em torno da sociedade digital que direciona suas pesquisas em espaços diversos; em pesquisas sobre moedas digitais, *fake news*, o uso e interpretação dos algoritmos e plataformas digitais.

As mudanças e interferências do digital nos processos sociais, políticos e econômicos ampliaram pesquisas para a compreensão da dinâmica que essas ações podem desencadear. As jornadas de junho de 2013, a trajetória para o *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016, e as eleições presidenciais de 2018 foram exemplos importantes para compreender que o digital tem mediado e proporcionado importantes mudanças no comportamento político e social. Essa mediação já era vista na televisão<sup>5</sup> e no modelo de influência que exerce em seu público<sup>6</sup>. No entanto, a diferença pode ser destacada pela dimensão de alcance. O modelo descentralizador das informações encontradas na *internet* transcende as fronteiras dimensionais, tanto em velocidade de propagação quanto em distintos espaços territoriais

---

<sup>5</sup> As novelas são exemplos de influência no campo do debate público pelas produções temáticas que, quase sempre, tocam em temáticas polêmicas na esfera social. Ver. Relembre as novelas que abordaram temas sociais em suas tramas. *GSHOW*, 2021. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/relembre-novelas-que-abordaram-temas-sociais-em-suas-tramas.ghtml>>. Acesso em: 11 jul. 2022.

<sup>6</sup> Os índices de audiência da programação do Jornal Nacional sobre os desdobramentos da operação Lava Jato é um exemplo de influência midiática exercido por um programa de TV. Ver. CASTRO, Daniel. Com vazamento da lava jato, jornal nacional tem ibope de a dona do pedaço. *Uol*, 2019. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/com-vazamento-da-lava-jato-jornal-nacional-tem-ibope-de-dona-do-pedaco-27413>>. Acesso em: 11 jul. 2022.

provocadas pelo fácil acesso. A reedição de figuras como Olavo de Carvalho<sup>7</sup>, por meio do seu *blog* Mídia Sem Máscara e seu canal no *Youtube*, e figuras de uma intelectualidade da direita (ROCHA, 2019) são exemplos que ilustram a importância de interpretar o potencial do digital.

Na década de 2010, ganha força a percepção de que as relações face a face deixam de ser o centro incontestável da vida contemporânea, o que obrigaria a sociologia, cujas metodologias, teorias e conceitos criados a partir de uma realidade sem (ou com pouca) mediação tecnocomunicacional, a encarar o desafio de investigar objetos que envolvem relações sociais mediadas digitalmente. (MISKOLCI; BALIEIRO, 2018, p. 141-142).

O modo interativo como os recursos digitais operam, especialmente nas redes sociais, popularizou o seu uso na produção e divulgação de conhecimento, além da possibilidade de ampliação da participação social nas esferas públicas, como na emissão de opiniões sobre projetos de leis promovidos por instituições do estado. Os novos formadores de opinião são incorporados ao debate público, em que seus manifestos se transformam em dados que são utilizados para compreensão e interpretação da opinião pública. As redes sociais se tornaram filtros e termômetros analíticos para políticos, governos, estabelecimentos comerciais e figuras públicas em geral. No entanto, o uso do recurso digital para emissão de opiniões e interação em temáticas representa uma mudança de paradigma na produção de conhecimento e na sua própria recepção e emissão ou são mudanças paliativas que passam uma impressão de participação e integração a contextos de discussão? Essas questões demandariam uma profunda análise do comportamento de grupos sociais e da recepção informacional no uso das redes, dos recursos digitais e do próprio conhecimento destes grupos sobre o repertório informacional disponível. Embora esta não seja a finalidade deste trabalho, diante do cenário de ampliação do acesso à *internet* no Brasil<sup>8</sup>, é interessante realizar apontamentos preliminares que possam ilustrar partes dessa questão.

---

<sup>7</sup> O autor já esboçava suas ideias na década de 1990. A ausência de espaço formal para o debate de suas ideias o fez migrar para internet onde capitaneou notoriedade através de um público descontente com o governo. Ver. CHALOUB, Jorge. As razões de Olavo de Carvalho. *Revista Escuta*, 2022. Disponível em: <<https://revistaescuta.wordpress.com/2022/01/30/as-razoes-de-olavo-de-carvalho/>>. Acesso em 10 jul. 2022.

<sup>8</sup> Ver. Uso da internet no Brasil cresce, e chega a 81% da população, diz pesquisa. *G1*, 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/08/18/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-chega-a-81percent-da-populacao-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 11 jul. 2022.

Os dilemas sociais da sociedade brasileira perpetuam-se em paralelo ao progresso tecnológico. Esta realidade transfigura a percepção das inovações como promotoras de um futuro de melhoria tecnológica e percebido como sinal de prosperidade (ROQUE, 2021). Ressalte-se que esse senso de verticalidade, entendido como evolução tecnológica não é acompanhado pelo progresso social porque o mesmo é inexistente dentro de uma realidade de ausências de políticas públicas eficientes, *déficit* educacional e habitacional, concentração de renda, etc. Esse progresso é distorcido à medida que é condicionado a grupos específicos. A *internet* e a dinâmica de seu funcionamento ainda são reificadas (LUCKMAN; BERGER, 1985), em um consenso no qual essas inovações são elementos de utilidade funcional, mas estranhos à compreensão dos indivíduos como produtos produzidos pela própria sociedade.

As redes sociais dão a falsa impressão de que a horizontalidade das interações equivaleria a um contexto mais democrático, mas diversos pesquisadores (Alcântara, 2016; Merclé, 2011; Miskolci & Balieiro, 2018) mostraram que redes são contextos desiguais e hierárquicos em que alguns exercem o papel de formadores de opinião, enquanto a maioria apenas repercute. (MISKOLCI, 2019, p. 957)

Esse cenário de novidades e inovações, mas também de vulnerabilidades e confusões justifica, por exemplo, a presença das *fake news*<sup>9</sup> como um tradutor das preferências dos usuários pela ausência de direcionamentos seguros de informação. A Sociologia Digital, portanto, como um campo de pesquisa, se mostra relevante não apenas como um novo espaço de análise pelo conjunto de temáticas derivadas da dimensão do virtual, mas também pela utilização de mecanismos metodológicos próprios para o desenvolvimento e identificação de seus problemas de pesquisa.

## 2. A Televisão do analógico ao digital

O uso da Televisão no Brasil foi popularizado ainda nos anos 1980<sup>10</sup>, tanto pelo processo de redemocratização nacional e abertura política, em que as emissoras passam a

---

<sup>9</sup> Ver. VIEIRA, Ezequiel. Fake News: descentralização das informações e polarização política. *Observatório da Imprensa*, 2019. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/desinformacao/fake-news-descentralizacao-das-informacoes-e-polarizacao-politica/>>. Acesso em: 12 jul. 2022.

<sup>10</sup> Ver. UEDA, Ariane; RESCK, Guilherme; SOARES, Marcelo. A transformação da televisão brasileira os 40 anos do SBT. *SBT News*, 2021. Disponível em: <<https://www.sbtnews.com.br/noticia/sbt-40-anos/178663-a-transformacao-da-televisao-brasileira-nos-40-anos-do-sbt>>. Acesso em: 11 jul. 2022.

apostar em programas arrojados, quanto pelo surgimento de emissoras como o SBT e a Rede Manchete, que buscaram, justamente, apostar nesse estilo popularesco de o povo na TV<sup>11</sup> (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2018). A Televisão era fonte de informação para as famílias que tinham o dispositivo como um recurso multitarefa, tanto na função de entretenimento, ao assistir filmes, novelas, programas de auditório, jogos de futebol, quanto para o consumo de notícias de jornais locais e nacionais. Entretanto, a função da Televisão como mediadora de acesso ao social era limitada, pois restringia o espectador a um ouvinte, um receptor (SANTAELLA, 2003). Essa realidade foi alterada com o advento da *Internet* e dos microcomputadores, pois estes trouxeram o acesso às informações de maneira descentralizada e os telespectadores/internautas começaram a interagir, reagir às notícias que recebiam, ao respondê-las de forma direta, na criação de fóruns ou debates nos *sites* de notícias.

Com o surgimento da Web 2.0 e o desenvolvimento de plataformas de interação como as redes sociais, com possibilidades de compartilhamento em massa de dados em vídeo e imagens, esse cenário foi ampliado para uma nova forma de consumo de informações. Com isso, é possível afirmar que houve mudanças na forma como as pessoas se relacionavam com a mídia, na maneira de se informar; no entretenimento, em relação às opções de conteúdo, no modo de participação e na maneira de interagir com o mundo ao redor. O advento da *internet* modificou o paradigma do consumo de informações no país, que, em um primeiro momento, tinha a Televisão como mecanismo centralizador e direcionador de informações. A *internet* e os seus dispositivos receptores como os microcomputadores, *smartphones* e afins têm descentralizado essa maneira de consumo, pois as pessoas passaram de expectadores para criadores de conteúdo, ou seja, os indivíduos se tornaram receptores-emissores de dados.

Essa realidade, ainda em trânsito, não se capilarizou ao nível da Televisão, já que, em 2019, o acesso passava de 96% dos lares brasileiros<sup>12</sup>. Os microcomputadores e o acesso

---

<sup>11</sup> Termo homônimo ao programa produzido na emissora. Além desse, é possível citar o Programa Silvio Santos e a Praça é Nossa como iniciativas voltadas a essa ideia de o povo na Tv.

<sup>12</sup> Ver. PNAD Contínua TIC 2019: internet chega a 82,7% dos domicílios do país. IBGE, 2021. Disponível em: <<https://censos.ibge.gov.br/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais.html>>. Acesso em: 04 mar. 2022.

à *internet* ainda têm o seu acesso limitado em regiões do país. Pesquisas<sup>13</sup> do IBGE retratam que domicílios rurais têm 55,6% de acesso, enquanto nos domicílios urbanos a taxa sobe para 86,7%. Além disso, nos mesmos dados, existe um contingente de 40 milhões de pessoas que não têm acesso à rede por diversos fatores, com destaques para a falta de conhecimento para uso e a ausência de rede para acesso, principalmente na zona rural do norte e nordeste do país. A popularização dos *smartphones*, o acesso às redes móveis e a ampliação da rede de *internet* reduz o *déficit* ainda existente ao acesso, mas isso tem se tornado um novo paradoxo nos dilemas brasileiros. Enquanto uma parcela da população ainda tem seu acesso precarizado por falta de redes de acesso local, em outras localidades, por outro lado, já existem redes de 5G que possibilitam uma transmissão de dados em uma velocidade superior ao padrão oferecido no país hoje.

O uso da Televisão como um difusor de informações transformou-se durante o tempo. Se, em um primeiro momento, em seu surgimento, na década de 1950,<sup>14</sup> no Brasil, as mensagens “[...] relatavam uma ‘aura’ de sonhos, utopias e modernidade associados ao novo meio” (BRANDÃO, 2015, p.71), a partir dos anos 1970, o perfil e percepção sobre a Televisão e sua inserção no campo social foram modificados<sup>15</sup>. Isso ocorrera, em parte, pelo modelo empresarial ascendido pelas investidas e posterior sucesso do neoliberalismo no contexto global. A evolução da Televisão como um centro de entretenimento é ampliada com o repertório de canais que moldam a TV nesse momento e se consolidam na década de 1990 (BRANDÃO, 2015).

No Brasil, após a ditadura e a mudança qualitativa de um novo paradigma de programação, a Televisão se estabeleceu com o surgimento de programas que se dividiam em noticiários e debates, novelas, programas de auditório e entrevistas. Essa lógica de

---

<sup>13</sup> Na última amostragem do IBGE, 2019, em torno de 40 milhões de brasileiros não tinham acesso à internet. Zonas Rurais, especialmente as regiões norte e nordeste puxam os índices de ausência de acesso. Ver. Educa IBGE. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>. Acesso em: 04 mar. 2022.

<sup>14</sup> A primeira emissora de televisão brasileira, a Tv Tupi, foi inaugurada em 18 de setembro de 1950. Ver. PEDROSA, Leyberson; FERREIRA, Luiz Cláudio. TV brasileira: a cronologia dos primeiros anos. *Agência Brasil*, 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-09/tv-brasileira-programacao-primeira-decada>>. Acesso em: 04 mar. 2022.

<sup>15</sup> Ver. 60 anos da Tv no Brasil: da improvisação ao vivo à era digital. Ver. SALATIEL, José Renato. 60 anos da TV no Brasil – Da improvisação ao vivo à era digital. *Uol*, 2010. Disponível em: <<https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/60-anos-da-tv-no-brasil-da-improvisacao-ao-vivo-a-era-digital.htm>>. Acesso em: 01 mar. 2022.

representação da Televisão no cenário brasileiro integrava o país no contexto global de informações, mediadas pela Televisão, através de uma lógica de mercado com a chegada da TV por assinatura (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2018). A multiplicação dos canais possibilitou e ampliou o campo de visão e de consumo dos telespectadores. A Televisão podia ser interpretada como um instrumento de manutenção da ordem simbólica (BOURDIEU, 1997). A programação da TV hierarquizou os públicos, pois apresentava conteúdos de todas as espécies, valores e estratos sociais. O aparelho de TV tornou-se um item obrigatório de todo brasileiro, independentemente da posição social. Essa integração influenciou o comportamento da vida dos brasileiros, na medida em que sua programação centralizou o entretenimento e terceirizou um modelo de apreensão do conhecimento, que era ditado e tutelado pelas informações emitidas pelo conteúdo programático dos canais de TV. Assim, “A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política” (BOURDIEU, 1997, p. 29).

O sucesso da *internet* como uma tecnologia de informação permeada pela ação de uma rede que, hoje, alcança todo o globo, apresenta semelhanças e diferenças em comparação às finalidades da Televisão: há semelhança, por exemplo, na ampliação da comunicação de massa pela possibilidade de acesso por dispositivos remotos, mas com a diferença de personalizar o conteúdo na maneira de consumir, ou mesmo produzir informações. O marco de desenvolvimento dos microcomputadores ao uso doméstico, visto na década de 1990, e a popularização da *internet* como ente técnico que modernizou o modo de comunicação dos indivíduos avançou com atraso<sup>16</sup> no Brasil. No início do século XXI, o microcomputador e o acesso à rede eram ainda pouco difundidos no contexto brasileiro, principalmente devido ao custo do equipamento e ao acesso à *internet*. Além disso, ainda era pouco comercializado por ser uma tecnologia em desenvolvimento no país, ao mesmo tempo em que a Televisão estava difundida e integrada à sociedade brasileira.

O conteúdo e modelo de atuação centralizador e emissor de informações da Televisão estão inseridos no contexto social e atendem, praticamente, a integralidade da sociedade

---

<sup>16</sup> Ver. Brasil está atrasado no acesso à banda larga. IPEA, 2010. Disponível em: <[https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1089&Itemid=8](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=1089&Itemid=8)>. Acesso em: 02 mar. 2022.

brasileira. Os aparelhos e serviços oferecidos pelas operadoras de Televisão no país se modernizaram e transformaram o setor em uma rede extensa que atinge diversos campos sociais, direta e indiretamente. Esse sucesso ocorre, em parte, por uma condução que concilia relações sociais de cunho econômico e culturais. O universo que é captado e retratado “[...] pelos programas de auditório é rejeitado com força por expressar o mundo a partir de uma perspectiva moral que ignora distinções sociais, culturais, econômicas e políticas, e por supor que as diferenças sociais são diferenças individuais” (BERGAMO, 2006, p. 312-313). O modelo de gestão de representatividade uniforme, que proporciona equivalências de programação pela construção de conteúdo por demandas e setores sociais é visto em todas esferas da televisão: em *Reality shows*, onde os participantes são escolhidos dentro de demandas sociais, quem tem mais *views*; em noticiários, notícias que são mais comentadas; em novelas<sup>17</sup>, onde os personagens caracterizam cenários comuns da vida brasileira e suas dicotomias, quase sempre em temáticas que tratam dos dilemas do país por um filtro do mercado e argumentos pré-definidos.

O surgimento da *internet* e os recursos de interatividade vistos nas plataformas digitais, em redes como: Orkut, Twitter, Instagram e Facebook não ocuparam diretamente o espaço da televisão, como visto em autores (FECHINE; CARLÓN, 2014) que profetizavam o fim do aparelho como tecnologia superada. Em um primeiro momento, os recursos televisivos são complementados pelo uso da rede e ampliados com sua migração a digitalização e a reprodução do seu conteúdo em aparelhos multiplataformas auxiliadas pela rede.

A coexistência entre a televisão e a *internet* demonstra que a função social da televisão, que é a de integrar as relações sociais em um plano de existência simbólica, amplificou os meios de dominação. As mudanças e a conciliação entre o meio televisivo em sua atuação no contexto social físico com o meio virtual, de atividade informatizada, renovaram a percepção de atuação da dominação simbólica, entendida por uma conformação inconsciente de um papel social pré-determinado socialmente reproduzida pelo dominador e correspondida pelo dominado, em uma relação mútua de concordância. Não existe imposição direta ou coação objetiva, na maioria dos casos, mas uma identificação posicional inconsciente

---

<sup>17</sup> Novelas como “A força do Querer”, da autora Glória Perez, onde a identidade de gênero era debatida; na produção de Jayme Monjardim do ano de 2001, O Clone, onde a temática do vício em drogas era explicitamente discutida, ou mesmo, na produção de Walcyr Carrasco de 2017: “O outro lado do Paraíso”, que retratou temáticas em torno da pedofilia e do racismo. Essas temáticas abordam dramas sociais que estão presentes em nosso cotidiano.

dos atores com os papéis sociais direcionados pela sociedade, pois a função de emissor de opiniões, por exemplo, é uma atividade mediada pela ação dos idealizadores que agem na rede.

Os telespectadores não apenas recebem a informação, mas apresentam uma relação de interação com as notícias. Com essa ação os indivíduos produzem dados, reproduzem informações e alimentam um sistema que reage às interações dos usuários. A televisão na era digital se alia à *internet* e supera o seu grau de atuação.

### 2.1. A convivência entre as redes

A coexistência entre a Televisão e a *internet* em um vínculo de complemento fortalece a tese de uma ampliação de controle das relações sociais. Na política, por exemplo, não seria diferente, quando a influência em determinado posicionamento ou figura política ganhasse uma dimensão anormal. Se, antes, a televisão condicionava a escolha pela apresentação recorrente de argumentos em defesa de determinada figura, hoje, com uma ampliação do acesso à rede o repertório de condicionamento não se limita a ligar ou não um aparelho de TV, mas pela própria desconexão ao mundo social integrado à rede: “Os perigos políticos inerentes ao uso ordinário da televisão devem-se ao fato de que a imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam o efeito de real, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver” (BOURDIEU, 1997, p. 28).

O monopólio da informação criado pela TV, no qual era o meio que detinha os direitos e a legitimidade de apresentar informações foi ampliado com a possibilidade de reação. A influência não é somente recebida, mas reproduzida através da dinâmica do virtual que permite uma interação, por meio das condições informativas que lhe são direcionadas a todo instante. A “falsa universalização” dos meios de comunicação e do acesso às informações ainda se apresenta ineficaz pela própria origem imposta (BOURDIEU; WACQUANT, 2002), já que interesses econômicos são naturalizados em esferas de atuação social na vida cotidiana; em relações de trabalho, modos de expressão cultural e no campo educacional através da incorporação sutil percebida em ações de *think tanks*. Esse movimento é exemplificado nas jornadas de junho de 2013 e nas manifestações *pró-impeachment* contra a ex-presidente Dilma Rousseff, com atuação de grupos financiados, como o MBL (Movimento Brasil Livre), e a ampliação de um nicho editorial que fortaleceu a visibilidade de uma intelectualidade da direita brasileira.

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os <sistemas simbólicos> cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a <domesticação dos dominados>. (BOURDIEU, 1989, p. 11).

A Televisão como instrumento de uma ordem simbólica, que age em torno de conveniências aos atores políticos, trabalha em uma lógica econômica que condiciona o seu conteúdo a interesses. A *internet* retroalimenta e dá amplitude à função política da Televisão como campo para discussão, produção de conhecimento e de informações sobre preferências. “A televisão, como campo social, fica destituída de uma lógica própria, em que opera fatores sociais específicos a seu contexto. Com isso, ela simula, encena uma lógica que lhe é exterior” (BERGAMO, 2006, p. 311). Essa tendência com os recursos digitais facilita os “sistemas simbólicos” a se integrarem socialmente, pois são terceirizados pelos usuários ao reproduzir conteúdo. Se antes os usuários/telespectadores eram receptores de informações pela limitação da função tecnológica, agora são receptores-emissores de conteúdo pela expansão, mas no modo de reprodução simbólica que reforça distinções políticas/econômicas, principalmente quando os interesses dos usuários estão voltados ao consumo direcionado, e não na origem dessa tutela que os direciona.

O movimento visto entre a Televisão e a *Internet* é um modelo de integração em uma via de mão dupla. À medida que a *internet* amplifica as funções sociais da televisão e os seus entes técnicos, em um tipo de hibridização com o mundo digital, a Televisão alimenta os desenvolvedores de conteúdo da rede como referência aos modelos de influência midiática na construção de público.

Dentre as atuais reconfigurações do universo televisivo, decorrentes de sua ambientação digital, destacam-se dois grandes movimentos:

[1] a introdução de elementos da televisão no computador, cujos modelos mais evidentes são as televisões na *internet* e no celular;

[2] a introdução de elementos do universo computacional na televisão, que tem como seu maior exemplo a TV digital. (CAPANEMA; FRANÇA, 2013, p. 25).

Esse processo de retroalimentação se consolida em uma união tecnológica, na qual “[...] os meios se recombinaem de forma a gerar outros, que se somam aos primeiros”

(CAPANEMA; FRANÇA, 2013, p. 25). A união que modificou o modo de apreensão de informações passa pela junção de tecnologias e suas experiências no próprio campo cultural. A televisão, aliada às funções de um microcomputador, mediada pela rede digital, proporciona uma renovação na maneira de como assistir Televisão. Se, nos anos 1980, a possibilidade de uma rede de programação era uma inovação no meio televisivo, com o surgimento da *internet* e os entes técnicos que permitem sua utilização essa mudança ganhou um novo *status*, pois a televisão passou a ser concebida sob demanda do público, personalizada. O potencial dessa aliança também influenciou os interesses e finalidades do próprio mercado econômico, pois, se antes havia uma programação voltada a direcionamentos específicos em escolhas políticas<sup>18</sup>, por meio de afinidades ideológicas da mídia, agora o mesmo processo foi potencializado.

Os atores legitimados em plataformas da rede ditam moda, tendências e visões políticas em escalas que a televisão não alcança pela própria dimensão que a rede opera. Se a televisão, com a sua ampla difusão, tem um monopólio da opinião de uma parcela da sociedade (BOURDIEU, 1997), a mediação da *internet* na divulgação, criação e interpretação das informações amplifica esse cenário pela quantidade de acessos, que foram simplificados pela qualidade de sinal e por seus dispositivos de recepção. O campo sociológico, diante destas mudanças, deve criar mecanismos e modos de atuação no digital, pois, mesmo que as finalidades de dominação simbólica sejam semelhantes, os meios para sua aquisição têm ganhado nova roupagem.

A sociologia, como todas as ciências, tem por função desvelar coisas ocultas; ao fazê-lo, ela pode contribuir para minimizar a violência simbólica que se exerce nas relações sociais e, em particular, nas relações de comunicação pela mídia”. (BOURDIEU, 1997, p. 22)

Assim, a Sociologia, como eixo de explicação do social não deve ser abster de renovações ou criações de novos campos. Obviamente que são colocações superficiais que não darão conta da ampla discussão da temática, mas o exemplo da relação entre televisão e *internet* é um bom ponto para destacar as constantes mudanças que o social vem sofrendo e as demandas que estas provocam na Sociologia. Se o debate em torno de uma Sociologia Digital transita em torno de um novo campo de pesquisa ou novas ferramentas

---

<sup>18</sup> Como candidatos políticos.

metodológicas, no fim, a finalidade é a mesma: a compreensão das mudanças sociais e a identificação de seus problemas, antigos e novos.

## Conclusão

A Televisão como fonte de análise apresenta um cenário interessante para avaliação da digitalização das relações sociais e seus possíveis desdobramentos. A *internet* tem mediado o acesso dos indivíduos em diversas esferas do cotidiano social e modificou o modo de apreensão do conhecimento, do entretenimento e de maneiras de se informar, e mesmo se comunicar. As transformações cotidianas que prometem facilitar nossas vidas pela transferência dos acessos ao campo virtual mobilizam, no entanto, questionamentos e debates sobre dilemas da sociedade brasileira.

A coexistência e integração de tecnologias que possibilitaram, por exemplo, o desenvolvimento da TV digital apresentam-se como um cenário onde o passado e o presente se encontram e tramam um projeto de futuro. A experiência dos desenvolvedores da Televisão e as possibilidades que a *internet* e suas funções de interação promoveram, com o surgimento de uma Televisão híbrida que conserva o seu modelo programático e de fácil acesso, mas também se atualiza ao possibilitar funções avançadas, tem permitido a personalização do seu uso e a sua conexão à rede.

Essa mudança, porém, não se limitou a um avanço tecnológico; pelo contrário: interpretou também uma nova forma de representação do próprio capital. Se a Televisão, com o seu monopólio da informação, atuou de maneira direcionada pelas incorporações financiadoras e por padrões culturais específicos que seus patrocinadores indicavam, com a informatização da Televisão, como um aparelho multiplataforma, a realidade foi amplificada em todas as dimensões. Se o mundo no modo analógico tinha o poder de influência pelo consumo de informações mediadas pela Televisão, mas com a limitação de estar assistindo para ser um receptor, com o advento da *internet* e a digitalização das relações sociais, no modo de consumo de notícias, essa limitação foi resolvida. No mundo multiplataforma, onde estar *online* representa visibilidade e participação social, o fluxo de informações, direcionamentos e compartilhamento de interesses é contínuo.

A lógica de mercado e de interesses ganhou uma nova ferramenta para o aumento das vendas e para a mobilização de apoios, independentemente dos grupos. A produção de

dados, ao usar as plataformas digitais e a *internet*, colabora com as corporações que os financiam e, até mesmo, de governos que buscam avaliar dados sociais. Essa imensa produção de dados tem se direcionado a analistas de grandes empresas que, conseqüentemente, geram lucros com a interpretação das preferências. A influência e os dados que estão sendo gerados nessa perspectiva de mundo virtual produzem uma demanda a Sociologia pelo estudo do digital. A interpretação das relações sociais concebidas nesse campo de análise se reforça não só pela necessidade de compreender as novidades que o mundo digital tem trazido, mas, principalmente, pela ausência de conhecimento do meio pelos indivíduos.

Essa situação torna a compreensão dos dados, dos meios e as finalidades do uso dos materiais produzidos na rede uma urgência para o campo sociológico. Diante deste cenário de rápidas mudanças, a Sociologia, como área de concentração de estudos sobre a sociedade, tem pela frente o desafio de interpretar e traduzir as novidades que a digitalização do cotidiano social tem produzido aos indivíduos.

## Referências

ABREU, Karen Cristina Kraemer; CASAL, Yasmin; TEWS, Julia Nadine; RODRIGUES, Fábio Andrei Kuckert. *Memória da Televisão no Brasil: Um breve passeio pela história*. iCom+D – Comunicação e Design: Trensversalidades possíveis. Rio Grande do Sul, v. 4, n. 1, p. 1-18, 2021. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/ricom/article/view/2318>.

Acesso em: 11 jul. 2022.

AMADEU, Sergio. *Tudo sobre tod@s: redes digitais, privacidade e venda de dados*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2017.

AMARAL, Marina. *A nova roupa da direita*. Apública: jornalismo investigativo. São Paulo, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://apublica.org/2015/06/a-nova-roupa-da-direita/>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ADORNO, Theodor W. *A indústria cultural e sociedade*. 5. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

BERGAMO, Alexandre. *Imitação da Ordem: as pesquisas sobre televisão no Brasil*. Tempo Social: Revista de Sociologia da USP, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 303-328, 2006.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A, 1989.

\_\_\_\_\_. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc. *Sobre as Artimanhas da Razão Imperialista*. Estudos Afro-Asiáticos, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 15-33, 2002. Disponível em: [https://www.scielo.br/j/ea/a/zqDTC6cBFBj4KqdYT\\_XgcNJy/?format=pdf&lang=pt](https://www.scielo.br/j/ea/a/zqDTC6cBFBj4KqdYT_XgcNJy/?format=pdf&lang=pt). Acesso em: 20 fev. 2022.

BRANDÃO, Eduardo Rangel. Rotinas de uso de computadores, smartphones e/ou tablets para acessar formatos de conteúdos relacionados à TV sob o ponto de vista do design centrado no usuário. 2015. 256 f. Tese (Doutorado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=25596@1>. Acesso em: 15 fev. 2022.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas*. 4. Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

CAPANEMA, L.; OLIVEIRA FRANÇA, R. *A Televisão no Ciberespaço: reformulações da televisão na internet e na TV Digital*. Revista GEMInIS, v. 4, n. 1, p. 20–36, 2013. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/125>. Acesso em: 28 fev. 2022.

FECHINE, Yvana; CARLÓN, Mario (Orgs.). *O fim da Televisão*. Rio de Janeiro: Confraria do vento, 2014.

GILLESPIE, Tarleton. *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven: Yale University Press, 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação*. 7. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LUPTON, Deborah. *Digital Sociology*. London/New York: Routledge, 2015.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. *Das Jornadas de Junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira*. Revista Sociologia e Antropologia, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 945-970, 2019. Disponível em: [http://www.sociologiaeantropologia.com.br/wp-content/uploads/2019/10/9\\_v09n03\\_JorgeMachado-RichardMiskolci.pdf](http://www.sociologiaeantropologia.com.br/wp-content/uploads/2019/10/9_v09n03_JorgeMachado-RichardMiskolci.pdf). Acesso 18 fev. 2022.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MISKOLCI, Richard; BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. *Sociologia Digital: balanço provisório e desafios*. Revista Brasileira de Sociologia, Porto Alegre, v. 6, n. 12 p. 132-154, 2018. Disponível em: <https://rbs.sbsociologia.com.br/index.php/rbs/article/view/352>. Acesso em: 10 fev. 2022.

MISKOLCI, Richard. *Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade*. Contemporânea, São Carlos, v. 6, n. 2, p. 275-297, 2016. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/525>. Acesso em: 12 jul. 2022.

NASCIMENTO, Leonardo. *A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI*. Sociologias, Porto Alegre, v. 18, n. 41, p. 216-241, 2016. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/53754/37173>. Acesso em: 02 fev. 2022.

NOBLE, Safiya Umoja. *Algorithms of Oppression: How Search engines reinforce racism*. New York: New York University, 2018.

PRIMO, Alex. *O aspecto relacional das interações na Web 2.0*. E-Compós, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153>. Acesso em: 25 fev. de 2022.

PRIOR, N.; ORTON-JOHNSON, K. *Digital Sociology: Critical Perspectives*. [S.l.]: Palgrave Macmillan, 2013.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.

ROCHA, Camila. “Direitas em rede: think tanks de direita na América Latina”, In: S. Cruz et al. (Orgs.), *Direita Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. São Paulo: Perseu Abramo, 2015, p. 261-278.

\_\_\_\_\_. *Imposto é roubo: a formação de um contrapúblico ultraliberal e os protestos pró-impeachment de Dilma Rousseff*. DADOS: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 62, n. 3, p. 1-42, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/xtmSkTy-VvY4SRn3tpkNZhZR/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 jan. 2022.

ROQUE, Tatiana. *O dia que voltamos de marte: uma história da ciência e do poder,*

com pistas para um novo presente. São Paulo: Planeta, 2021.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, L. N.. *O mercado editorial e a Nova Direita brasileira*. Teoria e Cultura, v. 13, n. 2, p. 73-84, 2018.

SOARES, Angelo dos Santos. *A informática e a (des)centralização*. RAE: Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 29, n. 4, p. 83-88, 1989. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/38878/37622>. Acesso em: 10 jan. 2022.

SWARTZ, Lana. *Money: How payment became social media*. New Haven: Yale University Press, 2020.

WYNN, Jonathan R. *Digital Sociology: Emergent Technologies in the Field and the Classroom*. In: Sociological Forum, v. 24, n. 2, p. 448-456, 2009.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.