

## PROCESSOS CULTURAIS & CONVERGÊNCIAS TECNOSOCIAIS

Marco Antônio de Almeida<sup>1</sup>

Estabelecer momentos revolucionários ou determinar pontos de inflexão em processos históricos geralmente é uma tarefa bastante difícil. Apesar disso, parece-nos que um dos fatores mais relevantes na mudança tecnocultural dos últimos anos seja a confluência entre o estabelecimento/popularização das redes telemáticas P2P e as tecnologias digitais. As redes P2P (*peer to peer*, ponto a ponto) são umas das principais características da internet. Trata-se, basicamente, de uma arquitetura de redes de computadores na qual cada um dos pontos (ou nós) da rede desempenha funções tanto de “cliente” quanto de “servidor”, possibilitando compartilhamentos de serviços e dados sem a necessidade de um servidor central. Com a possibilidade de serem configuradas em diversos lugares – em casa, nas empresas e, principalmente, na Internet – as redes P2P logo se tornaram imensamente populares e presentes no cotidiano das sociedades. Na internet, essas redes podem ser utilizadas para compartilhar músicas, vídeos, imagens, dados, enfim, qualquer conteúdo em formato digital. A concepção de regimes de compartilhamento baseados em padrões de reciprocidade e solidariedade decerto não é nova – remonta, no mínimo, às observações de Marcel Mauss e Karl Polanyi sobre o tema. Por outro lado, as possibilidades abertas pelas tecnologias trouxeram novas percepções que transformaram as antigas noções de compartilhamento.

A concepção de uma “sociedade em rede”, no que tange ao acesso e compartilhamento de informações, e suas implicações — sociais, econômicas e culturais —, tem sido uma das ideias basilares das reflexões acerca da sociedade contemporânea. Seria extremamente pretensioso – e quase inviável – querer traçar um panorama das principais teorias e ideias que se constituíram a respeito dos últimos, mesmo que ficássemos restritos a apenas um domínio, no nosso caso, a cultura. Desse modo, elegemos um fio condutor inicial, que é a ideia de uma “cultura da convergência”, proposta por Henry Jenkins (2009), para problematizar algumas questões que nos parecem relevantes em relação às mudanças culturais e sociais. Um aspecto que merecerá especial atenção são as maneiras pelas quais indivíduos e grupos se apropriam dos conteúdos culturais na atual sociedade em rede, e como esse processo acaba por reconfigurar a maneira pela qual o local e o global se articulam, colocando em xeque algumas das categorias que pautavam a análise e a proposição de políticas e ações culturais.

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências Sociais (UNICAMP, 2002) e Livre-Docente em Ciências da Informação (USP, 2015). Professor nos cursos de Biblioteconomia e Ciência da Informação (FFCLRP-USP) e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (ECA-USP). Email: marcoaa@ffclrp.usp.br

## CULTURA DA CONVERGÊNCIA<sup>2</sup>

Jenkins (2009) afirma que vivemos um momento de colisão entre novas e velhas mídias, entre produtores e receptores. O pensamento convergente está remodelando a cultura popular, bem como reconfigurando as relações entre públicos, produtores e conteúdos da mídia. Esse diagnóstico é estabelecido a partir da relação entre três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.

A convergência dos meios de comunicação não é um fato exclusivamente tecnológico, que ocorreria apenas por meio de aparatos cada vez mais sofisticados – na verdade, a “convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros” (JENKINS, 2009, p. 30). Indivíduos e grupos constroem seus imaginários próprios, costurando e conectando pedaços e fragmentos de informações extraídas do fluxo midiático, transformando-os em recursos para a compreensão da vida cotidiana. Aqui, o autor recorre ao conceito de “inteligência coletiva” de Pierre Lévy (1998): na medida em que existem mais informações sobre determinado assunto do que um único indivíduo ou grupo possa efetivamente se apropriar, há um incentivo extra para que conversem entre si sobre a mídia que consomem. Para Jenkins (2009, p. 30), “a inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático”.

O processo não se restringe à mudança exclusivamente técnica, mas possui aspectos socioculturais: as diferenças entre os meios muitas vezes decorrem de decisões políticas mais que de características tecnológicas propriamente ditas. No momento atual, as mudanças no contexto comunicacional relacionam-se às tecnologias digitais: “a digitalização estabeleceu as condições para a convergência; os conglomerados corporativos criaram seu imperativo”. (JENKINS, 2009, p. 38). Aprofundando ainda mais os aspectos socioculturais das transformações tecnológicas, Jenkins propõe uma distinção entre tecnologias de distribuição e meios de comunicação, que opera em dois níveis. No primeiro nível, os meios são uma tecnologia que permite a comunicação; no segundo nível, os meios são um conjunto de “protocolos” – práticas culturais socialmente reconhecidas que se estabeleceram ao redor dessas tecnologias. As tecnologias de distribuição se situariam no primeiro nível, enquanto que o segundo nível nos leva a encarar os meios de comunicação como sistemas culturais constituídos. Os novos meios de comunicação não substituem ou eliminam pura

---

2 Nesta seção retomo com alguns acréscimos e alterações partes da discussão desenvolvida em “Comunicação e Informação na era da Cibercultura: convergência, redes colaborativas e apropriações culturais”, capítulo do livro organizado por Jacks, Morigi e Golin, Comunicação e Informação: *interfaces e articulações* (no prelo).

e simplesmente os antigos. Desse modo, as tecnologias de distribuição se sucederiam o tempo todo, mas os meios de comunicação persistiriam como camadas dentro de um ambiente de entretenimento e informação cada vez mais complexo. O foco maior de Jenkins é nas mudanças de “protocolos”, mais que nas mudanças de tecnologia em si: “A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 44).

Aqui é possível estabelecer alguns paralelos com Neal Postman (1994), que aponta que a tecnologia modifica e redimensiona nossa visão de mundo, gerando uma redistribuição do poder simbólico e novas fontes de legitimidade. A convergência permite aos “usuários” novas formas de controlar seu acesso às mídias e a seus conteúdos, bem como produzir e distribuir conteúdos produzidos por eles – com resultados criativos ou catastróficos.

Não se trata, como se pode perceber, de um processo linear e cumulativo, mas de um processo de desenvolvimento desigual que envolve produtores e consumidores e as diferentes clivagens – internas e externas – existentes entre eles e os recursos que possuem. Desse modo, “num futuro próximo, a convergência será uma espécie de gambiarra – uma amarração improvisada entre as diferentes tecnologias midiáticas – em vez de um sistema completamente integrado.” (JENKINS, 2009, p. 45). As mudanças na infraestrutura tecnológica serão decorrentes não só das batalhas jurídicas e das fusões empresariais que estão alimentando a convergência midiática, como também das transformações culturais em curso. Ocorrem, aqui, dois movimentos ou processos simultâneos: de um lado, ampliação das possibilidades dos consumidores/internautas acessarem, apropriarem e modificarem conteúdos; de outro lado, aumento exponencial da concentração de propriedade dos meios de comunicação comerciais, formando grandes conglomerados. Questão: rumamos para um mundo com mais ou menos “controladores” dos fluxos de informação e conhecimento? A maneira pela qual essas mudanças e transições se processam é que determinará a forma que a distribuição de poderes irá assumir.

Nessa perspectiva, a convergência é um processo ambivalente, partindo tanto das corporações (de cima para baixo), quanto dos consumidores (de baixo para cima). Assim, a convergência corporativa coexiste com a convergência “alternativa” dos consumidores; muitas vezes elas “se fortalecem mutuamente, criando relações mais próximas e mais gratificantes entre produtores e consumidores de mídia. Às vezes, essas duas forças entram em guerra, e essas batalhas irão redefinir a face da cultura americana.” (JENKINS, 2009, p. 46). Entretanto, Jenkins reconhece que nem todos os consumidores possuem as habilidades e os recursos necessários para que sejam participantes plenos das práticas culturais que descreve. Para muitas das atividades às quais ele faz referência, mais que o acesso às tecnologias, torna-se necessária uma maior familiaridade com os novos

tipos de interação social que elas permitem e um domínio mais pleno das habilidades conceituais relacionadas à convergência das mídias. Para ele, “enquanto o foco permanecer no acesso, a reforma permanecerá concentrada nas tecnologias; assim que começarmos a falar em participação, a ênfase se deslocará para os protocolos e práticas culturais.” (JENKINS, 2009, p.52).

Jenkins traça sua cartografia exploratória dessas novas práticas culturais interativas propiciadas pela tecnologia digital a partir, principalmente, da reelaboração dos conteúdos de mídia proporcionados pelas práticas colaborativas de determinados grupos – em particular, comunidades de fãs. Embora se concentre no cenário norte-americano, na medida em que as redes informacionais vão recobrando cada vez mais o planeta, assim como a metalinguagem digital vai absorvendo a produção imaterial dos diversos grupos sociais, essas práticas de recombinação e de hibridização vão se tornando cada vez mais frequentes. A hipertextualidade, um dos paradigmas da cultura pós-moderna, a ligação das diversas informações e referências, tende a se fortalecer cada vez mais com a libertação dos conteúdos e formatos de seus suportes materiais oferecidos pelas tecnologias digitais. Desenha-se assim um cenário potencialmente libertário, no qual a redistribuição do poder cultural – tanto no plano simbólico como no âmbito da produção – se apresentaria de maneira mais favorável ao polo popular da esfera cultural. Entretanto, antes de refletir acerca dos potenciais desse cenário, um ponto merece ser mais bem examinado: o que se está efetivamente sendo considerado quando o termo “cultura popular” é utilizado?

### **A “CULTURA POPULAR” E OS FLUXOS INFOCOMUNICACIONAIS**

Quando Jenkins aborda a ideia de uma cultura “popular”, na verdade está empregando o termo num sentido diferente do que ele é habitualmente utilizado no Brasil e em grande parte da América Latina. Isso se deve às características próprias decorrentes do desenvolvimento das indústrias culturais nos EUA e da maneira como a crítica cultural se estruturou em relação à mesma. Vale aqui retomar alguns pontos da exposição de Neil Gabler (1999) para situarmos historicamente as referências sobre as quais as concepções de Jenkins se estruturam. Ao analisar as diferenças entre a Europa e os EUA, Gabler aponta como o entretenimento praticamente não se propagou na primeira e fez da segunda seu reino. No caso europeu, pesaram a censura religiosa e a instituição cultural secular (as barreiras entre alta e baixa cultura estabelecidas pelas classes dominantes). No caso dos EUA, esses fatores pesaram menos.

Além da diferença temporal entre as culturas norte-americana e europeia (aquela recente, esta com centenas de anos), havia outra, relativa à

penetração na cultura popular, que nos EUA havia sido muito mais intensa em pleno séc. XIX \_\_ desde essa época o povo adorava o que os críticos consideravam *trash*, como romances populares sentimentalóides, descrições do Velho Oeste, romances libertinos, operetas, canções populares etc. Já existia uma preferência pelos entretenimentos visuais, como o teatro, em relação a outros mais “cerebrais”, como os romances, tendência que será reforçada com o advento do cinema e da televisão. Naquele momento, o papel de juízes do gosto ainda era reservado às elites, que, a partir de uma noção restrita de arte, que a identificava ao sublime, consideravam os novos entretenimentos populares como mera *diversão*. A hostilidade das elites intelectuais em relação ao entretenimento provinha tanto do desdém por tudo aquilo que, em princípio, fosse destinado a divertir, como da desconfiança que nutriam em relação à sensibilidade popular. Mas o principal motivo era o triunfo dos sentidos sobre a mente, do sensacional sobre o racional, que punha os valores professados por essa elite em xeque.

Num certo sentido, as desigualdades sociais e políticas eram compensadas pela democratização do entretenimento e pela entronização da cultura popular, que, no plano ideológico, correspondiam à autoimagem democrática que os americanos tinham de si. A classe média tornou-se um novo elemento nesse jogo de forças. Politicamente, ela foi um catalisador de mudanças, mas como força cultural viu-se numa situação mais complicada: sentia-se distante tanto da alta cultura aristocrática quanto da vulgar cultura do entretenimento.

Gabler indica assim um processo de unificação da diversidade da nação americana por meio da reconversão cultural operada pelo *midcult* e pelo entretenimento (que, entretanto, deixou de lado os negros e as elites culturais). Mas essa aparente unidade era enganosa. Havia resistência das classes populares em aceitar as classes médias como novo árbitro cultural; além disso, o entretenimento possuía a vantagem dos números, do volume de sua atuação, que teria um acréscimo significativo com a chegada dos mais de 11 milhões de imigrantes entre 1870 e 1900. O entretenimento contou com a ajuda da tecnologia, que forneceu luz, transporte, novas técnicas de impressão etc. Mudanças nas condições trabalhistas também pesaram, ao conceder mais dinheiro e tempo livre aos trabalhadores. As jovens mulheres trabalhadoras tornam-se um segmento significativo do público da cultura popular. A maneira como todos esses fatores convergiram na nova forma de entretenimento – o cinema – explica como a cultura popular se transformou na cultura dominante nos EUA. Para Gabler, com as emoções do cinema, ocorre uma separação na linha que unia a realidade e a ficção, e a realidade parecia, pela primeira vez, ser verdadeiramente maleável, selando o triunfo da cultura popular americana sobre a alta cultura e o *midcult*.

Já para o caso brasileiro, Renato Ortiz (1988) argumenta que, durante muito tempo, não houve uma nítida diferença entre um polo de produção *restrita* (erudita) e um de produção *ampliada* (industrial/massiva), devido à fragilidade do capitalismo existente, no qual a dimensão dos bens simbólicos não conseguia expressar-se completamente. Decorreu daí a fraca especialização dos setores da produção cultural. Nas décadas de 40/50, a “indústria cultural” e a cultura popular de massa emergente são ainda muito incipientes. O país está numa fase de “industrialização restringida” (o movimento de expansão do capitalismo se realiza apenas em alguns setores), e a impossibilidade de um crescimento generalizado afeta o mercado de bens culturais. Surgem assim mecanismos ambíguos de distinção, derivados da interpenetração de esferas. A lógica da legitimidade cultural transfere-se da esfera erudita para a da produção cultural de massa. Dessa forma, cria-se uma hierarquia de valores dentro da produção de massa, que opõe determinados programas de “elite” a outros considerados “populares” (um exemplo seria a oposição entre teleteatro/telenovela nas décadas de 50/60). Até hoje, algumas das consequências de tal tipo de confusão \_\_ o imbricamento dos campos culturais \_\_ ainda podem ser sentidas na produção e na crítica culturais brasileiras contemporâneas. Além disso, para a análise de determinados setores dessa produção cultural, concorrem outros fatores específicos, que vão do papel do Estado à influência de determinadas correntes estéticas pós-modernas, passando também pelos influxos da globalização.

Há certa generalidade nessas observações, mas que decorre da intenção de demonstrar as especificidades da constituição das concepções em torno do campo cultural no Brasil, que pode ser estendida em larga medida ao restante da América Latina, particularmente no que concerne ao trânsito entre as esferas do erudito, do tradicional e do “popular de massa”, na expressão de Jesús Martín-Barbero (1997). Para Martín-Barbero, numa perspectiva próxima à de Ortiz, o período de industrialização e modernização da América Latina dos anos 30 aos 50 do século XX e a correlata expansão urbana que desencadeou foi marcado por uma dupla *interpelação*. De um lado, uma interpelação de classe só percebida por uma minoria; de outro, uma interpelação nacional-popular que alcançou a maioria da população, articulada pelos Estados com a ajuda dos meios massivos. O que Martín-Barbero questiona é se esse processo pode ser considerado como pura manipulação – perspectiva presente em boa parte do pensamento crítico que se debruçou sobre esse tema, perceptível nas discussões acerca do populismo, do nacional-popular e do imperialismo cultural, por exemplo. Em sua perspectiva, esse apelo ao “popular” representado pelo populismo bebeu nessa primeira vertente interpelativa (ao incorporar reivindicações e direitos trabalhistas, por exemplo), que, projetados sobre o segundo modo de interpelação, configurou a matriz de

constituição do trabalhador em cidadão de um Estado nacional. Segundo Martín-Barbero, isto caracterizaria ao mesmo tempo a ambiguidade e a eficácia do apelo às tradições na construção de uma cultura nacional e, principalmente, “o papel peculiar de certos meios massivos que, como o cinema e o rádio, constroem seu discurso com base na continuidade do imaginário de massa com a memória narrativa, cênica e iconográfica popular, na proposta de um imaginário e uma sensibilidade nacionais” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 228).

Na análise da atual configuração histórica do campo da produção cultural, torna-se necessário levar em conta uma série de mudanças ocorridas interna e externamente, as consequências daquilo que uma série de autores, por falta de termo melhor, denominaram de pós-modernidade. Esse processo de diluição de fronteiras simbólicas, no contexto da globalização, não deve ser reduzido apenas à circulação de ideias e códigos culturais (como algumas análises superficiais podem sugerir), e sim ser considerado, de maneira mais ampla, em relação às práticas sociais e econômicas, nas alterações promovidas nas disputas pelo poder local, propiciando alianças estratégicas ou disputas com os poderes externos.

Néstor Garcia Canclini observa que um dos principais efeitos desse processo para a dinâmica contemporânea do campo da produção cultural é que a interação crescente entre o culto, o popular e o massivo acaba por abrandar as fronteiras entre seus praticantes e seus estilos. Desse modo, compreende que a reorganização atual da cultura não é um processo linear, que “a necessidade de expansão dos mercados culturais populariza os bens de elite e introduz as mensagens massivas na esfera ilustrada”. (CANCLINI, 1997, p. 360). O que não significa que a defesa dos capitais simbólicos específicos e a marcação de fronteiras de distinção na luta pelo controle dos processos culturais tenham cessado. Para Canclini, essa nova dinâmica do conflito dentro do campo cultural seria uma das causas da obsolescência frequente dos bens culturais. As referências de legitimidade se sucedem velozmente, muitas vezes se sobrepondo, fazendo com que os produtores culturais tenham cada vez menos paradigmas consagrados para guiar suas ações. As estéticas pós-modernas constituíram-se, de um modo geral, seguindo esse movimento, utilizando e valorizando procedimentos de “pilhagem cultural”, como a intertextualidade, a citação, a paródia, a hibridização, a retomada etc. Para ele, o popular deixa de ser sinônimo de “local”, não se constituindo mais, exclusivamente, em relação a um território ou espaço determinado, mas a partir do que é mais acessível ou que mobiliza a afetividade dos indivíduos e comunidades: “Pop, popular, popularidade: as identificações étnicas e nacionais, sem desaparecerem por completo, transbordam suas localizações em linguagens e espetáculos transnacionalizados.” (CANCLINI, 2008, p. 94). Em meio ao desmantelamento de projetos nacionais, à desindustrialização ou ao abandono de

muitas regiões, uma questão que se torna central no que tange às políticas e às ações culturais é o acesso às informações e conteúdos: “se trata de construir opções mais democráticas distribuídas equitativamente, para que todos possamos ter acesso ao local e ao global e combiná-lo ao nosso gosto.” (CANCLINI, 2008, p. 97).

Podemos perceber, a partir das observações de Ortiz, Martín-Barbero e Canclini, algumas conexões com as ideias de Jenkins, o qual, ao tecer suas considerações sobre a cultura popular, concebe-a principalmente como o produto da indústria cultural do entretenimento, veiculada e consumida massivamente por meio da mídia. Sua atenção volta-se, basicamente, para os efeitos da internet e das redes colaborativas na reconfiguração dos meios de comunicação anteriores. Assim, considera a cultura popular como sendo aquela na qual os materiais culturais foram apropriados e integrados à vida cotidiana de seus consumidores, diferenciando-a da cultura tradicional – aquela na qual os processos de criação e apropriação ocorrem “num nível popular e alternativo (não comercial), onde as habilidades são passadas adiante por meio da educação informal, a troca de bens é recíproca e baseada em intercâmbio ou doação, e onde todos os criadores podem extrair material de tradições e imagens compartilhadas” (JENKINS, 2009, p. 378).

No caso do Brasil (que, acreditamos, pode ser correlato ao dos demais países da América Latina), o exemplo talvez mais evidente dessas “mixagens” culturais seja a música: a incorporação do rap ao cotidiano das periferias paulistanas, a presença dos ritmos caribenhos na guitarrada paraense, os elementos percussivos do maracatu somados às guitarras roqueiras do manguebit. A diversidade de conteúdos e formatos disponíveis nas redes infocomunicacionais, somadas às facilidades proporcionadas pelo formato digital para sua manipulação e reconfiguração possibilitariam a hibridização e a recriação cultural por parte dos indivíduos e grupos. Antes de continuar essa discussão, é necessário marcar algumas das características vinculadas às tecnologias que incidem sobre essas mediações e processos culturais.

### **TECNOLOGIA, MEDIAÇÕES E REDISTRIBUIÇÃO DO PODER CULTURAL<sup>3</sup>**

O grau de autonomia e as condições socioculturais dadas para a apropriação da informação e dos usos das tecnologias variam contextualmente. Desse modo, discutir o impacto gerado pelas tecnologias digitais e, em

---

<sup>3</sup> Retomo nessa seção algumas questões desenvolvidas no capítulo “Aparelhos Ideológicos do Ciberespaço? Apontamentos para uma releitura de Althusser na perspectiva da Sociedade da Informação”, na coletânea em homenagem a Louis Althusser organizada por Assumpção Garcia & Abrahão e Sousa, ainda no prelo.



particular, pelas redes sociais colaborativas, nas possibilidades de acesso, circulação e expressão cultural, implica repensar as modalidades de comunicação e de mediação tradicionais. De um modo geral, a concepção de mediação como ação educativa que se estabeleceu hegemonicamente prioriza algumas modalidades de informação, de tipos de leitura e de práticas de intermediação cultural legitimadas pelo *status quo*, em detrimento de outras, que valorizariam o estabelecimento de vínculos mais orgânicos dos sujeitos com conhecimentos ligados a seus contextos e às suas vivências cotidianas concretas. Um fator a ser considerado nesse sentido é o caráter polissêmico da internet. Dominique Wolton (2003) aponta a diversidade de aplicações presentes na internet: 1- aplicações do tipo serviço (vendas, pagamentos de impostos e taxas, cadastramento de dados pessoais etc.); 2- aplicações do tipo lazer; 3- aplicações relacionadas à informação-notícia; 4- aplicações ligadas à informação-conhecimento. As desigualdades socioculturais se reencontram na utilização das quatro aplicações, mas é em relação ao conhecimento que as diferenças são maiores. A informação-conhecimento já é seletiva pelo seu próprio conteúdo e também pelos procedimentos de pesquisa dos usuários. A forma de construir e apresentar a informação, prevendo os meios para acessá-la, não é universal, está relacionada muito mais aos esquemas culturais de quem a disponibiliza do que aos esquemas de quem a busca.

Wolton propõe uma reflexão acerca do tipo de informação produzida pelos sistemas técnicos e seus usos. Em outras palavras, a relação/oposição entre a facilidade de acesso e competência para a assimilação e a manipulação de informações e conhecimentos. Ele chama a atenção para os intermediários e seu papel de facilitadores ao acesso da informação e do conhecimento. Numa perspectiva oposta, um autor como Pierre Lévy (2000) propõe o conceito de desintermediação, introduzindo outras nuances nesse cenário. Para Lévy, ocorre um processo de descentralização, que graças à internet e ao apelo comunicacional dos usuários, enfraquece os meios tradicionais de comunicação como mecanismo de mediação. O autor está refletindo acerca do controle das informações, de sua filtragem e disseminação seletiva pelos mediadores institucionais tradicionais presentes numa concepção de sociedade de comunicação de massas \_\_ desde estações de TV, rádios e editoras até escolas e bibliotecas (LÉVY, 2000). Jenkins, certamente, inclina-se mais em relação a essa perspectiva, embora reconheça em sua argumentação críticas semelhantes àquelas propostas por Wolton.

O contexto que permite a construção de um conceito como o de desintermediação é o do desenvolvimento de produtos e serviços informacionais cada vez mais sofisticados e, ao mesmo tempo, de relativa facilidade de uso por parte dos indivíduos. É o caso dos grandes mecanismos de busca, particularmente o Google, criado em 1998. O Google, por meio de seu algoritmo de busca, o PageRank, baseou-se no modelo de citação acadêmico

para aferir a “importância” das páginas da internet, tornando-se posteriormente a inspiração de mecanismos semelhantes. No atual cenário da sociedade da informação, o Google e seus congêneres contribuiriam decisivamente para o processo de desintermediação, cumprindo assim o papel de guiar com precisão e segurança os usuários às informações de que eles necessitam ou não?

Para autores como Eli Pariser (2012), essa ideia é ilusória e, no limite, potencialmente cerceadora das possibilidades de autonomia abertas pela internet. Ao analisar o processo de personalização pelo qual passa a internet, fruto de uma mudança nos aparatos de mediação da rede, Pariser tenta desconstruir dois lugares-comuns acerca dessas tecnologias e de suas aplicações na internet. De um lado, a ideia de que elas eliminariam a intermediação, proporcionando uma experiência “direta” do usuário com o universo da informação; de outro, a promessa de que proporcionariam resultados mais “satisfatórios”, por estarem mais afinadas às características de cada usuário.

O autor afirma que as mediações não apenas permanecem como se multiplicam, graças aos “filtros invisíveis” que são o cerne dos mecanismos de busca. Esse processo, segundo ele, nos encerra numa “bolha de filtros”, bastante confortável, pois aparentemente se baseia em nossos gostos e afinidades para realizar seu trabalho. O que ele demonstra é que essas informações \_\_ especialmente por se atrelarem aos interesses corporativos das grandes empresas e à lógica de consumo do mundo contemporâneo \_\_ não são neutras, e que, inseridos dentro dessas bolhas, nos é praticamente impossível perceber seu grau de parcialidade. São esses filtros invisíveis presentes nos motores de busca que possibilitaram o surgimento da internet “personalizada”. Apesar de reconhecer as vantagens desse formato de internet, sua preocupação reside no fato de que esse processo é invisível para os usuários e totalmente fora de controle: “(...) a internet talvez saiba quem somos, mas nós não sabemos quem ela pensa que somos, ou como está usando essas informações” (PARISER, 2012, p. 193). A tecnologia que deveria nos proporcionar mais controle sobre nossas vidas, aos poucos, está retirando-o.

O que nos leva de volta a Jenkins e à discussão acerca do poder dos consumidores – dos interagentes dos conteúdos e dos formatos disponíveis na internet. Como observa Silveira (2008, p. 86), “ao reconduzir as práticas recombinantes ao status de importância cultural global, a internet coloca em risco as atividades especializadas e de intermediação da Indústria Cultural e torna-se alvo de diversas tentativas de controle.” Essa é a primeira questão a ser problematizada em relação às perspectivas abertas por Jenkins, construídas principalmente num âmbito estadunidense, buscando situar suas observações numa esfera mais globalizada. Aqui, duas estratégias se fazem sentir por parte das

grandes corporações: a primeira, uma ação mais direta e incisiva, que se apoia nos pressupostos legais relacionados aos direitos autorais, focada no aparato jurídico-policial; a segunda, um conjunto de ações indiretas, mas não menos eficientes, de controle do fluxo de informações pelo uso de filtros tecnológicos que funcionam, no limite, como mediações ideológicas e culturais.

Em relação aos direitos autorais, Jenkins (2009) cita diversos exemplos de como as grandes corporações midiáticas lidam com as comunidades de fãs e suas recriações dos universos ficcionais por elas administrados. Essas relações podem ser amigáveis, no sentido de uma permissividade negociada e até estimulada pelas corporações a partir do estabelecimento de certas regras e fronteiras mutuamente estabelecidas, de forma explícita ou tácita. Um dos exemplos fornecidos por Jenkins é o caso de George Lucas e o universo de *Star Wars* (Guerra nas Estrelas). Em 2000, a Lucasfilm ofereceu espaço gratuito na web para os fãs da saga e acesso a conteúdo exclusivo para seus sites, com a condição de que tudo o que fosse por eles criados se tornaria propriedade intelectual do estúdio... Por outro lado, os escritórios de advocacia são prontamente acionados quando determinadas fronteiras são ultrapassadas – o que oferece interessantes disputas relativas ao entendimento do que é considerado pirataria/ apropriação indébita do que é considerado paródia ou documentário, formatos que desfrutam de maior proteção sob a atual jurisprudência. Mais recentemente, esse tipo de atitude voltou à baila com o universo ficcional de *Star Trek* (Jornada nas Estrelas). Os estúdios Paramount e CBS, que detêm os direitos da franquia, estão exigindo, por meio de seus advogados, uma liminar por violação de direitos autorais e propriedade intelectual porque uma fan-fiction – no caso, um filme amador produzido por fãs – demonstra ter “alta qualidade profissional”. Os produtores do filme, intitulado “Axanar”, conseguiram arrecadar mais de US\$ 1 milhão em sites de financiamento coletivo e pretendem levar a briga adiante na justiça, alegando que esse tipo de filme já vem sendo produzido há mais de trinta anos e que muitas produções do gênero também já levantaram muito dinheiro. Pelas proporções, uma briga que merece ser acompanhada.

### **A INTERNET E A NOVA DINÂMICA LOCAL-GLOBAL**

Desse modo, a internet reconfigura os papéis no jogo de disputa hegemônica pelo poder entre grandes corporações, Estados-Nação e comunidades culturais. George Yúdice (2015) aponta alguns dos paradoxos que envolvem as novas tecnologias digitais em sua relação com os Estados-Nação e com a cultura. De uma perspectiva ideal, as esferas públicas que se consolidam na Modernidade, a partir do final do século XVIII, eram principalmente físicas: as pessoas iam a teatros, praças, cafés, constituindo

um conjunto de cidadãos. Hoje, esse espaço público se trasladou para as plataformas digitais, e o que antes pensávamos ser um cidadão, tornou-se, cada vez mais, um usuário, sobretudo entre os jovens. São esses usuários que configuram uma situação *sui generis*, na medida em que desfrutam de um serviço público proporcionado por entidades privadas que o fazem melhor que qualquer Estado do mundo – Yúdice refere-se, nesse caso, aos provedores de internet como Google, Facebook e outros. Inclusive, essas plataformas vêm incorporando ativamente a própria mídia tradicional, que desempenhava papel central na configuração histórica do espaço público burguês<sup>4</sup>. Para Yúdice, as plataformas digitais, em mãos de setores privados, estão disputando o poder com os Estados-Nação, gerando uma nova forma de soberania, baseada em negócios de bilhões de dólares, quantias que os Estados não podem investir nesses processos que já fazem parte de nossa cultura.

Pesquisas em diversas partes do mundo mostram que o acesso à internet tem como atrativos principais o lazer e a busca de informação, mas que isso é mediado fortemente pelas redes sociais, em particular o Facebook e o Youtube (ver os dados da SECOM, 2014 e da OEI, 2014). A utilização dessas redes bem como do buscador Google e grandes portais, como o Yahoo! e o UOL, representa, para a maioria dos usuários na maioria do tempo, a experiência por excelência de navegação na internet. Uma realidade prática que depõe contra a propalada diversidade da internet, reduzindo as potencialidades de navegação quase ao velho modelo comunicacional do broadcasting<sup>5</sup>, diminuindo para os usuários as possibilidades dialógicas e de acesso a produções culturais fora do **mainstream**. O Facebook age para trazer para dentro de sua plataforma inúmeros serviços e conteúdos hoje disponíveis na web. Essa concentração permite mais acesso à sua rede, o que trará ainda mais poder econômico para a corporação de Zuckerberg. Sem incorporar os serviços da web no interior de sua plataforma, o Facebook já é a segunda audiência da internet no mundo. Sua nova fronteira de expansão é, claramente, a dos países em desenvolvimento.

Outro risco vinculado ao potencial monopólio do Facebook pela sua utilização quase exclusiva em políticas culturais que preveem o acesso às redes sociais estaria na dependência gerada, tornando essas políticas e seus governos reféns de mudanças motivadas por interesses comerciais da

---

4 Em maio de 2015, por exemplo, o *Facebook* anunciou que iria começar a publicar uma das referências no jornalismo mundial, o *The New York Times*, assim como o site *Buzzfeed*, voltado para conteúdos sociais, a rede norte-americana de rádio e TV

5 O *broadcasting* seria a transmissão massiva de um mesmo conteúdo para vários receptores, que caracterizaria os meios de comunicação de massa tradicionais, em oposição às possibilidades dialógicas da transmissão peer-to-peer possibilitadas pela internet, capazes de quebrar esse monopólio da transmissão da informação.

empresa. Corporações como o Facebook e o Google representam a nêmesis dos impulsos e das experiências libertárias e de diversidade culturais possibilitados pela rede, em boa medida ilustrados pela teoria da “cauda longa”, de Chris Anderson (2006). Ela consistiria, para ele, na possibilidade de as pessoas encontrarem ofertas culturais minoritárias que seriam de seu interesse, mas que, em geral, não são providas pela indústria de entretenimento, possibilitando, em muitos casos, a emergência de verdadeiras culturas “paralelas”.

E se radicalizarmos o argumento de Anderson, no sentido de compreender a internet como sendo, na verdade, um conjunto de culturas paralelas? As observações de Frédéric Martel (2015) apontam nessa direção. Para ele, a internet promove uma “reterritorialização”, na medida em que a web seria muito mais local, regional, eventualmente nacional ou transnacional do que propriamente “global”. Ele lembra que a expressão “comunidade” (community), em inglês, não está necessariamente vinculada a um território específico, podendo remeter ao mesmo tempo a um grupo étnico, uma minoria sexual, uma religião ou a um bairro: “(...) às vezes, esse ‘território’ assume uma forma linguística ou cultural; reflete então uma comunidade unida por interesses, afinidades ou gostos” (MARTEL, 2015, p. 417). Desse modo, as conversas e conexões propiciadas pela internet tendem a ser muito mais delimitadas por tais “comunidades”, raramente se revelando globais. Embora o tráfego de informações seja potencialmente global, proporcionado por ferramentas e aplicativos predominantemente de origem estadunidense, as conexões seriam majoritariamente locais. Entre os fatores que concorrem para isso está a produção de conteúdos nas línguas locais e nacionais, assim como o surgimento de aplicativos e serviços voltados para as especificidades culturais de cada comunidade.

Essa possibilidade de uma “balcanização” da internet tem gerado diversas reações no sentido de controlá-la e limitá-la – seja na perspectiva de alguns Estados-Nação que colocaram isso em prática, como a China e o Irã, seja na perspectiva dos EUA e de seus aliados e corporações, por meio de “travas” tecnológicas ou pela atuação em órgãos como o ICANN e a UIT6. Por outro lado, revelações como as do WikiLeaks de Julian Assange ou aquelas proporcionadas por Edward Snowden repercutem e constroem uma imagem cada vez menos idílica da internet, que afeta a governabilidade dos Estados e o cotidiano dos cidadãos: “(...) diante disso, os governos se veem muitas vezes de mãos atadas; os gigantes da net dispõem de mais dados e mais força de ataque que eles. A realidade das relações de força mudou. O governo dos algoritmos entra em competição com o governo dos

---

6 Respectivamente, *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*, organismo sediado em Los Angeles que atribui os nomes de domínio e controla uma parte da arquitetura da internet, e União Internacional de Telecomunicações, órgão de regulação do setor da ONU.

Estados”. (MARTEL, 2015, p. 444) Martel explora, em seu livro, o papel dos Estados na configuração de diferentes tipos e formas de utilização da internet, analisando situações, entre outras, na China, no Irã, no México, na Índia, no Japão e no Brasil. O painel diversificado que emerge de sua análise proporciona diversos subsídios para se refletir acerca do papel dos governos e sua relação com os cidadãos, com todas as contradições daí decorrentes. O desafio dos Estados no cenário das redes digitais tornou-se bastante ambíguo: não podem ignorá-las, mas ao mesmo tempo não podem se deixar capturar por elas.

O retrato da internet que se desenha a partir das pesquisas de Martel é de uma rede federalizada, com uma infraestrutura global e desterritorializada e com conteúdos principalmente desconectados e territorializados. Ele observa, entretanto, que no caso do cinema e dos videogames (dos entretenimentos de massa em geral), essa tendência de territorialização não se confirma totalmente. Nesse segmento específico, a internet e o *mainstream* se complementam, participando de um mesmo movimento de eliminação de fronteiras e globalização de conteúdos visando a um público “global” – tendência que não possui uma força correspondente nos setores da televisão, da música, dos livros. Para Martel, não se trata, portanto, de negar a existência de uma internet *mainstream* global, de conteúdos e fluxos padronizados culturalmente; o que ele procura mostrar é “que esses conteúdos muitas vezes são superficiais e quantitativamente limitados. Além dos fluxos americanizados, existem numerosos outros streams” (MARTEL, 2015, p. 431).

Retornando a Jenkins a partir da perspectiva de Martel, o que esse cenário proporciona, entre outras coisas, é a reprodução de alguns fenômenos descritos pelo primeiro, no âmbito estadunidense, agora em contextos culturais distintos. Observam-se assim manifestações culturais híbridas, que vão da tentativa de reprodução mais próxima possível do original, apenas com a tradução para o idioma local, até apropriações mais livres ou transgressivas, incorporando traços culturais distintos. Nessa circulação acelerada de formas e processos culturais, as apropriações e hibridizações envolvem tanto conteúdos como formatos. Dessa maneira, comunidades de fãs de Harry Potter ou de Star Wars são encontradas em diversas partes do mundo, trocando impressões em sites, realizando convenções, produzindo *fan-fiction* escrita e/ou audiovisual a respeito dessas produções hollywoodianas. Da mesma forma, TVs locais e regionais adaptam os formatos estadunidenses a seus contextos culturais, produzindo versões locais de programas como *American Idol* (música), *Big Brother* (reality shows) ou se apropriando de gêneros audiovisuais conhecidos – *sitcoms*, dramas históricos, seriados policiais e até narrativas de ficção científica.

Uma contrapartida desse fenômeno é a ampliação do grau de dificuldade para a veiculação de conteúdos com menor visibilidade, embora isso não

seja impossível. No caso brasileiro, por exemplo, conteúdos relacionados às culturas indígenas encontram diferentes formas de expressão nos mais diversos formatos. Próximo a Dourados (MS), o grupo Brô MC's, formado por adolescentes indígenas, canta raps na língua guarani, tematizando a vida na aldeia e sua relação com a sociedade mais ampla – e já prepararam o segundo disco. No Acre, uma parceria entre indígenas e não-indígenas, em uma equipe que reuniu programadores, artistas e antropólogos e pessoas da comunidade Huni Kuin, criou um videogame com a história desse grupo. O projeto se chama “*Huni Kuin: os caminhos da jiboia*” e consiste em um jogo de plataforma de cinco fases, que contam, cada qual, uma antiga história desse povo. No Pará, a TV Cultura local, por meio de um concurso de audiovisual, viabilizou a produção de curtos episódios de animação protagonizados por quatro indígenas superpoderosas, uma mistura de desenho de heroínas com a cultura do Norte do país, baseando-se na lenda das icamiabas, amazonas que viviam em uma comunidade sem homens. O projeto agrega situações cotidianas, contemporâneas, bem como sotaques e termos típicos regionais. Também em outros países latinos encontramos exemplos semelhantes. Na Colômbia há Zambo Dendê, guerreiro que luta para libertar os escravos dos conquistadores portugueses e espanhóis na América Latina da época da colonização. O personagem, que começou nas histórias em quadrinhos, vai virar animação e série de TV, inclusive fazendo o caminho inverso ao usual: seus direitos estão sendo negociados para distribuição nos EUA.

Os breves exemplos de apropriações e hibridizações mencionados acima mostram que se trata de um processo bastante diversificado, que envolve diversas possibilidades e estratégias, e que mereceria um maior detalhamento e aprofundamento – mas isso seria tema para outro trabalho. Assim, para concluir de forma um tanto abrupta, acreditamos que o papel do Estado – e aqui concordamos com Yúdice – não é o de se “intrometer” demais nesses processos culturais, no sentido de um dirigismo estatal, mas facilitar que aquelas expressões culturais, que não possuem o “valor de mercado”, consigam se viabilizar e tornarem-se visíveis, capacitando-as, no limite, até serem eventualmente assumidas pelas marcas comerciais e obter seu apoio. Em outras palavras, permitir que elas possuam o mesmo tipo de chance ou compartilhem um mesmo horizonte de possibilidades, no qual prosperem as expressões locais. No cenário contemporâneo, trata-se de um desafio múltiplo, que envolve conciliar os impulsos locais, nacionais e globais, fomentando a produção, a qualidade, a distribuição, a circulação e a apropriação dessas expressões. Nesse domínio da diversidade, os processos de mediação cultural e da informação seriam ainda mais importantes no sentido de estabelecer estratégias para viabilizar, facilitar e/ou proporcionar o acesso a essas produções. Pensar sua inserção nas políticas

culturais é estratégico para potencializar a participação dos diversos atores em relação às práticas, à produção e ao consumo cultural.

## BIBLIOGRAFIA

- ANDERSON, Chris. *Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BRETON, P.; PROULX, S. *Sociologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2002.
- CANCLINI, Néstor Garcia: *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Latino-americanos à procura de um lugar neste século*. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CASTELLS, Manuel. *Internet e sociedade em rede*. In: MORAES, Denis de (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 255-288.
- GABLER, Neal. *Vida, o filme — Como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009 (2ª ed.)
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. S. Paulo: Editora 34, 1998.
- MARTEL, Frédéric. *Smart: o que você não sabe sobre a internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, *Jesus: Dos meios às mediações - comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MELUCCI, Alberto: *A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- OEI Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Encuesta Latinoamericana de Hábitos e Prácticas Culturales 2013*. Madrid: OEI, 2014.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. RJ: Jorge Zahar, 2012.
- POSTMAN, Neil. *Tecnopólio – A rendição da Cultura à Tecnologia*. São Paulo: Nobel, 1994.
- SECOM – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. *Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira*. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acesso: 01/06/2015.
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu. *Cibercultura, commons e feudalismo informacional*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008, p. 85-90.



WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

YÚDICE, George. *Internet en manos de sectores privados hoy está disputando el poder a los Estados*. Entrevista a Karina Wroblewski. La Nación, Argentina, 17/05/2015. Disponível em: <http://www.lanacion.com.ar/1792906-internet-hoy-esta-disputando-el-poder-a-los-estados> Acesso em 01/06/2015.

LINKS:

<http://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2015/12/30/estudio-quer-proibir-fan-film-de-star-trek-por-ser-muito-profissional.htm>

<http://vozesdobrasilmpb.com.br/indios-viram-rappers-para-valorizar-a-lingua-e-cultura-guarani-em-ms/>

<http://www.hypeness.com.br/2016/01/tribo-indigena-no-acre-cria-game-sobre-sua-propria-historia-para-nao-deixar-morrer-sua-cultura/>

<http://papodehomem.com.br/icamiabas-amazonia-pedra-desenho-animado-paraense-curupira/>

[http://judao.com.br/zambo-dende-um-heroi-tipicamente-latino-americano/?utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=facebook](http://judao.com.br/zambo-dende-um-heroi-tipicamente-latino-americano/?utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook)