



A cultura da convergência midiática e a fábula da autonomia: uma breve discussão no paradigma tecnológico

The culture of media convergence and the fable of autonomy: a brief discussion on the technological paradigm

Mário Gouveia Júnior *

RESUMO

Discute o papel dos usuários e suas práticas de colaboratividade em nível *web 2.0* dentro do paradigma tecnológico e da cultura de convergência midiática. Trata-se de uma investigação epistemológica, respaldada numa revisão da literatura. Como resultados, percebe-se que o ato de compartilhar ainda se depara com a ideia de que a informação é sinônimo de poder. E, nessa perspectiva, o protagonismo do usuário diante das plataformas digitais deve ser verificado com cautela, tendo em vista a supremacia de grandes empresas da *web* que atuam de modo a restringir as pretensas liberdades infocomunicacionais, ao mesmo tempo que garantem zonas de influência específicas, nas quais a confiança na sistematização das respostas é quase que comparável ao “fio de Ariadne”.

Palavras-chave: Convergência Midiática; *Web 2.0*; A Fábula da Autonomia; Usuários; Colaboratividade.

ABSTRACT

This article discusses the role of users and their collaborative practices on *Web 2.0* within the technological paradigm and the culture of media convergence. This is an epistemological investigation based on a review of the literature. As a result, one realizes that the act of sharing still confronts the idea that information is synonymous with power. And from this perspective, the role of the user regarding Digital Platforms should be examined carefully, considering the supremacy of large *Web* companies that act to restrict the alleged infocommunicative freedoms while assuring specific areas of influence where confidence in the systematization of the answers is almost comparable to Ariadne's thread.

Keywords: Media Convergence; *Web 2.0*; The Fable of Autonomy; Users; Collaborativity.

INTRODUÇÃO

A transmissão de habilidades práticas, sociais ou intelectuais vivenciada pela *web 2.0* acaba por se tornar, em virtude de sua utilidade e usabilidade, uma espécie de relativa garantia de sobrevivência de seus conteúdos.

* Doutorando em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais pela Universidade do Porto e Universidade de Aveiro. Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Especialista em Cultura Pernambucana. Licenciado em História pela UFPE. Telefone: (81)88637779 . E-mail: gouveia_historiador@yahoo.com.br.

Tal facilidade de acesso a um quantitativo de informação cada vez mais extenso, disponibilizado, sobretudo, a partir das plataformas digitais, requer do usuário a seleção daquilo que lhe serve em um universo de múltiplas possibilidades (CASTELLS, 2003).

No âmbito das plataformas digitais e de suas ações de disseminação de informação e de fluxos de comunicação, atualizadas e veiculadas em tempo real, as ciências da informação e da comunicação encontram-se imersas em constante mudança e resignificação. A dinâmica catalisada pela *web* não está, todavia, restrita aos centros universitários; a sociedade também tem percebido o impacto desses fenômenos, enquanto que ela mesma, individual ou coletivamente, é apontada como responsável por sua construção, distribuição e acesso – o que leva à compreensão de que se vivencia uma nova era, marcada por um sentimento de envolvimento informacional (GOUVEIA JUNIOR; SANTOS, 2012).

Este trabalho pretende confrontar, à luz das noções de complexidade e dialogia (MORIN, 1997), o par de paradigmas tecnológicos e infocomunicacionais da revolução digital e da cultura de convergência (JENKINS, 2009). Também será verificado se as relações de colaboração interpessoal podem mesmo ser entendidas como novas formas de se pensar e agir em sociedade, em torno de uma ótica mais ecológica do que econômica.

Nesse sentido, com a *web 2.0*, a difundida ideia de que todo o poder de comunicação está concentrado nas mãos dos usuários precisa ser confrontada com um tipo de força técnica, empresarial e centrípeta que sugere uma nova ordem econômica, política e cognitiva (BALDI; OLIVEIRA, 2013).

COMUNICAR É HUMANO, COMPARTILHAR É DIVINO?

Para a existência de qualquer processo comunicacional, é preciso haver minimamente um processo cognitivo, catalisado pela existência de um evento ou ideia, precedido de uma suposição ou de uma base empírica.

A informação – que advém como um dado incompleto, ao qual o sujeito pode atribuir um sentido, a partir da intervenção de seus esquemas anteriores – precede à comunicação, e, em seu processamento, conta com variáveis afetivas e motivacionais (CAPRA, 2006).

A familiarização com as habilidades de entender, e de se fazer entender, entre os primeiros homens, contribuiu sobremaneira para a disseminação do conhecimento existente, que, por seu turno, demandou cada vez maiores possibilidades de se aprender com experiências do outro (ORTEGA Y GASSET, 2006), aprimorar noções e expectativas e defender-se do meio hostil, dos inimigos e de potenciais predadores (GOUVEIA JUNIOR; GALINDO, 2012).

Desse modo, a linguagem e a capacidade de cooperar teriam sido as ferramentas essenciais à evolução humana (CAPRA, 2006).

Milhares de anos mais tarde, com o advento e a popularização da imprensa, as ideias registradas no papel representavam memórias exteriores à mente (LE GOFF, 2003), a promessa de um efetivo fármaco contra os esquecimentos e o “envenenamento” da memória (ECO, 2003).

O crescimento exponencial da informação subsequente carecia de ações de custódia especializada, o que contribuía para atualizar a tendência ditada, desde a oralidade, de que comunicar era inerente ao humano, compartilhar era “divino”. Isso porque, o

“emissor”, que detinha um poder e evidenciava também uma distinção entre os “receptores”, não estava disposto a dividir tais prerrogativas. Numa palavra, preservação e exclusão evidenciam o paradigma custodial (SILVA; Ribeiro, 2011).

Apesar de, em certa medida, alguns dos modelos anteriores ainda serem praticados, a emergência do paradigma tecnológico informacional propiciou outras formas de pensar a gestão de informação e as relações de comunicação (CASTELLS, 2003).

O acesso aos conteúdos armazenados e o protagonismo dos usuários da informação pareciam denotar o caminho a seguir dentro dessas novas lógicas, que, em fins do século XX, amparadas pela internet e suas tônicas de conectividade, interatividade e velocidade, fizeram popular a ideia da compressão do tempo e do espaço (GOUVEIA JUNIOR; SANTOS, 2012).

De acordo com Castells (2003), quase que consensualmente as relações sociais no ciberespaço começaram a ser apontadas de modo a seguir um caminho reticular, por meio do qual a internet, supostamente, estaria se formando como um novo ecossistema social. A formação de parcerias e redes de contato a partir de práticas e normas implícitas que prezassem a reciprocidade e a proatividade reforçariam, assim, os nós e os laços dessas teias de conexões.

Nesse contexto, a *web 2.0* tem sido apontada como catalisadora do compartilhamento de conteúdos infocomunicacionais, sob o nobre lema de que a notoriedade não reside naquilo que as pessoas e instituições são capazes de guardar, mas naquilo que possam compartilhar. É válida, no entanto, e a princípio, a reflexão de que “tudo aquilo que é partilhado em comum é também, simultaneamente, repartido em parte e lugares exclusivos (e excludentes) que o constituem” (BALDI, 2013b, p.197).

A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E O SOCIAL

As plataformas digitais, ao proporcionarem dinâmicas de interação cada vez mais complexas, de modo a suprimir o engessamento dos papéis de produtores e consumidores de conteúdos *online*, fizeram emergir para a internet as relações baseadas na inteligência coletiva (LÉVY, 1998) – percebida como uma fonte alternativa de poder midiático – e em uma nova cultura: a cultura de convergência midiática (JENKINS, 2009).

Com o advento dos meios de comunicação de massa, no início do século XX, vigorava o pensamento de que os receptores eram alcançados de forma homogênea pelos conteúdos das mensagens, com base em relações de estímulo-resposta. Vigoravam, desse modo, as relações em nível *broadcasting* (Rosa, 2013), o que revela a concepção um tanto simplista e linear que foi tratada por eminentes comunicólogos e pensadores da comunicação até os fins da década de 1970.

As experiências e inovações então vivenciadas, sobretudo no tocante ao uso de uma “rede mundial de computadores”, fomentaram o paradigma da revolução digital (NEGROPONTE, 1995).

De acordo com esse modelo, a emergência de cada novo meio de comunicação, necessariamente, contribuiria para a supressão da mídia que o precedia. Era uma visão eminentemente kuhniana, posto que defendia a ideia da superação de paradigmas mediante rupturas (KUHN, 1990).

O computador, e com ele a cultura digital, não viera para transformar a cultura de massa, mas sim destruí-la. Entretanto, “Se o paradigma da revolução digital presumia

que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2009, p. 30-31).

Embora não se viva hoje numa “aldeia global”, como quis McLuhan (1969), a internet tem sido responsável pela transição para novas formas de relações econômicas e sociais. Para Castells (2003), dessa forma, a *web* tem transformado o modo como as pessoas se comunicam, e elas, por sua vez, em decorrência de sua natureza dinâmica e de suas práticas sociais, têm, de certo modo, transformado a própria *web*.

A partir do paradigma da cultura de convergência midiática, segundo Jenkins (2009), processam-se interações jamais vistas entre mídias tradicionais e alternativas, e entre poderes, não de produtores e consumidores, mas de produtores-consumidores. Isso porque a compartimentação de papéis estaria sendo desconstruída pela concepção de cultura participativa, que sugere dinâmicas de interação cada vez mais complexas.

Tais relações estão baseadas na inteligência coletiva (LÉVY, 1998), percebida por Jenkins como uma fonte alternativa de poder midiático – um poder multiplicado pelos *websites* colaborativos e pelas dinâmicas de interação, que atribuem aos usuários o protagonismo no desenvolvimento de uma rede que se pretende global, mas que não se apresenta apenas como um conjunto de ferramentas fáceis de manipular e serviços convenientes, mas como uma atitude de compartilhar conhecimento (O'REILLY, 2005).

O próprio termo “convergência midiática”, aliás, não se aplica apenas à noção de processo tecnológico, mas contempla, fundamentalmente, uma transformação sociocultural (JENKINS, 2009), justamente por estar centrado nas formas de ação e ressignificação dos conteúdos disponibilizados mediante as plataformas digitais.

Com isso, todavia, não se pretende afirmar que o tecnológico é o social, mas ambos, ao menos, estão inevitavelmente ligados, ao ponto de o segundo ultrapassar e afetar o primeiro de modo definitivo.

A cultura de convergência, indo de encontro ao que defenderam McLuhan (1969) e Debord (1997), não concebe a supremacia dos meios de comunicação sobre as pessoas. Pelo contrário, essa cultura do acesso engendra uma consciência de protagonismo e interconexões capazes de ultrapassar quaisquer fronteiras, como se a mera “presença *online*” fosse garantidora de sociabilidades (BALDI, 2013a).

Diante desse paradigma emergente, estaria o usuário envolvido por metáforas e fábulas de liberdade, ao mesmo tempo que experimentaria, ainda que inconscientemente, os perturbadores e pós-apocalípticos pesadelos da Matrix e do Big Brother?

ENTRE METÁFORAS E FÁBULAS: DIVERGÊNCIAS TEÓRICAS

Fidalgo (2001) atribui à ideia de internet como rede um caráter metafórico, e, por conseguinte, dotado de desvio de sentido. Em sua perspectiva, a internet, enquanto realidade, não se apresenta como uma teia de nós iguais, tais como a das redes de pesca, mas como uma estrutura nuclear, com pontos principais e ligações básicas, que se estende a partir de múltiplos centros e outras tantas periferias. Essa trama complexa demanda necessariamente a existência de fluxos.

Segundo Fidalgo (2001), a rede mundial de computadores emergiu a partir de ideais de informalidade, espontaneidade e igualdade. Todavia, com a crescente comercialização, ela teria deixado de ser um espaço de cooperação para representar

um espaço de concorrência. Nesse contexto, a internet estaria dividida entre servidores (empresas/vendedores) e clientes (internautas/compradores), quase não haveria lugar para a cooperação e a luta pela centralidade significaria sobrevivência.

Santos (2001) acrescenta que a informação e a comunicação à distância não se processam unicamente a partir das interações entre pessoas, mas daquilo que é veiculado pela mídia. Nesse caso, há de se levar em consideração as conveniências e os interesses dos grupos que controlam esses canais.

Não seria equivocado argumentar que tais comentários tenham sido levantados antes do advento e da popularização da chamada *web 2.0*. Trabalhos mais recentes, entretanto, corroboram essas reflexões, à medida que se percebe que empresas como o Google, por exemplo, têm transformado a *web* em um arquipélago, cujas ilhas representam zonas de influência específicas em que a confiança na sistematização das respostas é quase que comparável ao “fio de Ariadne”.

Esse estado de coisas contribui cada vez mais para que se questionem as ideias de uma rede livre e universal que suprime fronteiras espaciais (SANTOS, 2001) e se associa o poder dos motores de busca da internet de hoje à influência dos *mass media* denunciados outrora pela Escola de Frankfurt (BALDI, 2013a).

De acordo com Baldi (2013b), a tecnologia digital confere possibilidades a todos aqueles que dela se utilizam no sentido de poder se expressar e tornar públicas as suas ideias. Entretanto, esse novo canal de sociabilidade e de intercâmbio de conhecimento não transformou, mas sim reforçou, num sentido mais obscuro e concentrado, a organização e a distribuição do poder informacional e social.

Percebe-se, com isso, a inteligência coletiva como uma proposta utópica por meio da qual a cooperação pode gerar um espaço dinâmico de conhecimento, mas também pode fomentar novas hegemonias e dependências. Nesse caso, é que surge a perspectiva de uma mediação da informação contida na internet, a partir de sistemas de filtragem, que, às expensas de interesses econômicos e políticos, acabam por criar centros e periferias, não obstante a ilusão de uma visibilidade global do ciberespaço (BALDI; OLIVEIRA, 2013).

O Google é o expoente máximo da convergência no que tange ao domínio do mercado e dos fluxos de conteúdos de mídia. Sob o pretexto de facilitar as consultas, esse “oráculo pós-moderno” coleta as informações que os seus usuários fornecem gratuitamente. Quanto mais se consulta, mais se revelam hábitos, desejos, padrões de consumo.

Todas essas informações são vendidas a um sem-número de anunciantes de outros tantos produtos e serviços (BALDI; OLIVEIRA, 2013). Recentemente, uma pesquisa feita em parceria entre o Facebook e a universidade americana Carnegie Mellon revelou que as mensagens digitadas, mas não publicadas naquela rede social, são registradas em um banco de dados (FOLHA DE S. PAULO, 2013).

As explicações para esse monitoramento são diversas. Contudo, essa revelação reforça o pensamento de que as grandes empresas utilizam técnicas de informação para realizar um tipo de dominação indispensável à sua sobrevivência (SANTOS, 2001). É assim que, frequentemente, novos *gadgets* são produzidos para o consumo, e não para a criação de novos conteúdos.

Esse estado de vigilância sub-reptícia, por meio do qual *links* e filtros se apresentam como “intermediários inteligentes”, faz lembrar a máxima orwelliana: “*Big Brother is watching you*”. Mas essa é uma audiência perceptível para alguns. Todavia, no universo revelado/ocultado por essa verdadeira “Matrix”, a “pílula azul” faz acreditar

na plena autonomia de usuários a partir de uma cultura participativa e reticular no ciberespaço.

Surgem, por conseguinte, concepções provenientes de uma “globalização como fábula” (SANTOS, 2001), que relativizam espaço e tempo e fazem com que o senso comum pense num mundo pequeno e rápido, regido por “wikirelações” supostamente horizontalizadas (BALDI; OLIVEIRA, 2013).

A ingestão de “pílulas vermelhas”, isto é, a escolha por caminhos alternativos, é possível. Pode-se pensar em iniciativas de criação de *software* livre, o que envolve necessariamente uma rede global com baixos custos, um conjunto aleatório de motivações de seus usuários e uma plataforma aberta em nível de conteúdos (ROSA, 2013).

Os movimentos *open source*, nesse sentido, e as redes de colaboração solidária, bem como o desenvolvimento de competências de comportamento informacional e comunicacional, sugerem uma lógica de convergência estratégica e alternativa (BALDI; OLIVEIRA, 2013).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O paradigma da cultura de convergência midiática se apresenta com uma resposta aos vaticínios escatológicos da revolução digital. À luz da dialogia moriniana (MORIN, 2011), entretanto, percebe-se que esse par de paradigmas evidencia mais noções de continuidade do que ruptura, apesar de as formas de comunicar e as formas de apreender os conhecimentos e as experiências estarem em perene modificação.

Nesse sentido, se antes a comunicação era entendida como unidirecional, a atualidade revela, além da variedade de públicos e de informação disponível, a necessidade de negociações permanentes.

A convergência midiática esclarece que o jeito de conhecer uma cultura por intermédio de determinada mídia pode até se modificar a partir da emergência de novas tecnologias, mas é preciso considerar que uma mídia não mata outra.

É também a partir desse paradigma que se enaltece a sustentabilidade das comunidades humanas baseadas nas relações de parceria e dos fluxos de recursos e ideias disseminadas pela internet. Nesse sentido, com a *web 2.0*, estaria emergindo uma cultura participativa, formada por sujeitos autônomos, críticos e cada vez mais dispostos a compartilhar conteúdos informacionais livremente. Compartilhar deixaria, então de ser “divino”, no sentido de ser um exercício alienígena às pessoas, e passaria a ser algo inerente ao ser.

Pontuou-se, todavia, que grandes empresas da internet têm cada vez mais dominado e vigiado as relações e padrões de consumo dos usuários, o que relativiza o protagonismo sugerido pela inteligência coletiva, à medida que a informação ainda se configura como sinônimo de poder.

Por outro lado, foram apresentadas possibilidades de resposta a essa realidade. A criação e o desenvolvimento de comunidades sustentáveis, que evidenciam práticas colaborativas, sistêmicas e ecológicas, não necessariamente harmônicas, parecem mais interessantes do que a perspectiva da competição proveniente da esfera econômica.

Tais iniciativas se concentram na busca pelo que Milton Santos chamou de “uma outra globalização”, que envolva um exercício ético libertário e comunitário, de

modo a se estimular a autonomia dos sujeitos e a se combater a dominação cultural por meio da autogestão de meios.

Tudo isso demanda relações colaborativas, que, em certo sentido, afastam-se das noções econômicas e se aproximam de relações ecológicas, ao mesmo tempo que negam a informação enquanto instrumento e processo de “globalitarismo”, isto é, da imposição de formas totalitárias de vida.

Tem-se a consciência de que a exploração sobre a cultura de convergência midiática dentro do paradigma tecnológico, aqui apresentada, trata um tema complexo, e que pode se desdobrar em outras perspectivas e questionamentos que o fôlego deste artigo não seria capaz de suprir. Essa, aliás, emerge como a principal utilidade deste trabalho; servir, de fato, como uma breve discussão capaz de engendrar novas contribuições que aprofundem algumas das temáticas elencadas.

Artigo recebido em 17/07/2014 e aprovado em 24/03/2015

REFERÊNCIAS

BALDI, V. Velocidade on air: o tempo da ubiquidade e a fábula da horizontalidade. *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, v.45, p. 1-15. 2013a. No prelo.

_____. A retórica dos automatismos intuitivos: a lógica autoritária dos intermediários computacionais. In: SILVA, A. S. da; et al. (Org.). *Comunicação política e econômica: dimensões cognitivas e discursivas*. Braga: Publicações da Faculdade de Filosofia da Universidade Católica Portuguesa, 2013. Disponível em: <http://www.academia.edu/5809507/A_ret%C3%B3rica_dos_automatismos_intuitivos._A_l%C3%B3gica_autorit%C3%A1ria_dos_intermedi%C3%A1rios_computacionais>. Acesso em: 7 maio 2015.

BALDI, V.; OLIVEIRA, L. Descodificar a convergência: para uma ética da infodiversidade. In: _____ (Org.). *A insustentável leveza da web: retóricas, dissonâncias e práticas na sociedade em rede*. Salvador: Edufba, 2014. p.13-23.

CAPRA, F. *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos seres vivos*. São Paulo: Cultrix, 2006.

CASTELLS, M. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, H. Muito além da internet. *Folha de São Paulo*, 14 dez. 2003. Caderno Mais, p. 4-10. Disponível em: <http://www.ofaj.com.br/textos_conteudo_print.php?cod=16>. Acesso em: 15 nov. 2013.

FIDALGO, A. Metáfora e realidade ou cooperação e concorrência na rede. Universidade da Beira Interior, maio de 2001. p. 1-7. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-rede-metafora-realidade.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2013.

FOLHA DE S. PAULO. Facebook registra até mensagens não enviadas, diz estudo. São Paulo, 20 de Dezembro 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1387893-facebook-registra-ate-mensagens-nao-enviadas-revela-estudo.shtml>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

GOUVEIA JUNIOR, M.; GALINDO, M. Sistemas memoriais como disseminadores de informação. *Transinformação*, Campinas, v. 24, n. 3, p. 207-217, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://revistas.puc-campinas.edu.br/transinfo/index.php>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

GOUVEIA JUNIOR, M.; SANTOS, R. N. M. dos. Mudança de paradigma e sua ruptura: um estudo de caso na museologia e a pluralidade paradigmática da ciência da informação. *Transinformação*, Campinas, v. 24, n.2, p. 117-126, maio/ago. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/769/749>>. Acesso em: 13 nov. 2013.

JENKINS, H. *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KHUN, T. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1990.

LE GOFF, J. *História e memória*. 5. ed. Campinas: Ed. da Unicamp, 2003.

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

McLUHAN, H. M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

NEGROPONTE, N. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

O'REILLY, T. *What is web 2.0*. *O'Reilly Media*, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

ORTEGA Y GASSET, J. *A rebelião das massas*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

ROSA, A. M. Do *broadcasting* à internet: critérios de distinção entre os meios clássicos de comunicação de massas e os novos *media*. *Estudos em Comunicação*, v.13, p. 1-36, 2013 Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/13/pdf/EC13-2013Junho-01.pdf>>. Acesso em: 6 dez. 2013.

SANTOS, M. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2001. Disponível em: <http://www.geociencia.xpg.com.br/dwd/Milton_Santos_A_Natureza_do_Espaco.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2013.