

A internet, a informação e suas culturas: padronização ou apropriação?

Marco Antônio de Almeida

Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.
Professor do curso de Biblioteconomia e Ciências da Informação e Documentação do Departamento de Educação, Informação e Comunicação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto –
FFCLRP/USP

E-mail: marcoaa@ffclrp.usp.br

MARTEL, Frédéric. **Smart**: o que você não sabe sobre a internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

A perspectiva histórica dominante tende a descrever as esferas públicas que se consolidam na Modernidade, a partir do final do século XVIII, como espaços principalmente físicos: as pessoas iam a teatros, praças, cafés, constituindo um conjunto de cidadãos. Uma diferença em relação à contemporaneidade é que uma grande parte desse espaço público se trasladou para as plataformas digitais, e o que antes se considerava como sendo um cidadão, tornou-se, cada vez mais, um usuário – ou, numa perspectiva mais crítica, um interagente –, sobretudo entre os jovens. Eles configuram uma situação bastante particular, na medida em que desfrutam de um serviço público proporcionado por entidades privadas – provedores de internet como Google, Facebook e outros. Essas plataformas vêm, inclusive, incorporando ativamente a própria mídia tradicional, que desempenhava papel central na configuração histórica do espaço público burguês¹. Alguns pesquisadores já apontam para o fato de que essas 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 a maioria dos Estados não pode 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. A utilização dessas redes, bem como do buscador Google e dos grandes portais como o Yahoo! e o UOL, por exemplo, representa, para

¹ 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 *NBC News*, o conglomerado *National Geographic*, o jornal londrino *The Guardian*, a emissora pública britânica *BBC*, assim como as publicações alemãs *Bild* e *Spiegel Online*.

InCID: R. Ci. Inf. e Doc., Ribeirão Preto, v. 7, n. 1, p. 218-222, mar./ago. 2016.

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 broadcasting², diminuindo para os usuários as possibilidades dialógicas e de acesso a produções culturais fora do *mainstream*. 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 empresa. Assim, 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)³. Essa teoria pressupõe a possibilidade das 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 apontam nessa direção. Em seu livro anterior, *Mainstream*⁴, ele investigou o mercado cultural, em especial a maneira como as potências mundiais se organizam em relação à produção de conteúdos de entretenimento. Naquela ocasião, ele partia de algumas perguntas: “Por que o modelo americano de entretenimento de massa domina o mundo? Esse modelo é essencialmente americano? Poderia ser reproduzido em outros países? Quais são os contramodelos emergentes?” Em larga medida, *Smart* (2015) dá continuidade a essas questões, refletindo acerca da expansão da internet no mundo contemporâneo. As hipóteses e análises tecidas por Martel sustentam-se em um extenso levantamento de exemplos de apropriações criativas de tecnologias disponíveis na internet, bem como o desenvolvimento de novas ferramentas e serviços.

Na China, os leitores são apresentados ao Alibaba, “o maior bazar do mundo”, uma mistura de Amazon, eBay e PayPal, com um volume de negócios que ultrapassa o dessas três

² 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.

³ ANDERSON, Chris. **Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

⁴ MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a guerra Global das Mídias e das Culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

empresas americanas juntas. Um império virtual, que deu a seu criador Ma Yun o epíteto de “Steve Jobs chinês” – em que pesem as acusações de que suas criações são meros plágios da tecnologia norte-americana existente. Martel mostra que a questão é bem mais complicada, contextualizando as conexões entre a estrutura político-econômica chinesa, os acordos internacionais de comércio, as ações das corporações norte-americanas, a peculiaridade de um empreendedorismo inovador e tecnológico sob uma sociedade que ainda se autodenomina comunista.

Do mesmo modo, Martel busca contextualizar outras experiências. No caso da Índia, a análise volta-se para o uso da internet em sistemas de identificação biométrica que podem facilitar o acesso dos cidadãos a diversos serviços públicos, em especial na área de saúde. As possibilidades das utilizações da internet em processos de revitalização urbana são ilustradas por experiências em Nairóbi (Quênia), Recife (Brasil), Monterrey e Veracruz (México), Pretória (África do Sul). Em Buenos Aires (Argentina), o foco é a Taringa, uma rede social latina que se contrapõe ao Facebook, segundo seu fundador, Hernan Botbol, pois “no Facebook o importante é a vida off-line que cada um põe on-line. No Taringa, o importante é o conteúdo. As pessoas são seguidas em função do conteúdo que postam ou produzem”. (MARTEL, 2015, p. 256) Nas cerca de 450 páginas de texto do livro, os exemplos se sucedem, traçando um painel bastante heterogêneo da internet ao redor do globo.

O que Martel conclui disso tudo é que a internet promove uma “re-territorialização”, 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 estas “comunidades”, raramente se revelando globais. Embora o tráfego de informações seja potencialmente global, possibilitado 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.

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).

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, ou na perspectiva dos EUA e de seus aliados e corporações, que procuram fazer o mesmo por meio de “travas” tecnológicas ou pela atuação em órgãos como o ICANN e a UIT⁵. 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 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.

⁵ 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.

Observam-se assim manifestações culturais híbridas, que vão da tentativa de reprodução mais próxima possível do original, com apenas a tradução para o idioma local, até apropriações mais livres ou transgressivas, incorporando traços culturais distintos. No interior dessa circulação acelerada de formas e processos culturais, as apropriações e hibridizações envolvem tanto conteúdos como formatos. Uma contrapartida desse fenômeno é a ampliação do grau de dificuldade para a veiculação de conteúdos com menor visibilidade, embora isso não seja impossível. Nessa perspectiva, no caso brasileiro podemos citar, por exemplo, como conteúdos relacionados às culturas indígenas encontram diferentes formas de expressão se apropriando dos mais diversos formatos. Próximo à 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, para disponibilizar pela internet. 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 consiste em um jogo de plataforma de cinco fases, onde cada fase conta uma antiga história desse povo.

Embora traga um conjunto bastante grande de dados, o livro de Martel não se aprofunda numa análise quantitativa mais delimitada, na linha daquelas que Manuel Castells realiza. Por outro lado, ao privilegiar uma abordagem mais qualitativa, o autor entrevista diversos atores-chaves dos processos que descreve em cada país que visitou – usuários, ativistas, diretores de pequenas e grandes empresas, funcionários do governo, intelectuais, artistas. A partir desse material, coletou e organizou informações para desenhar um quadro geral bastante significativo. Desse modo, *Smart* é um texto de leitura fluente, que traça uma ampla cartografia do presente da internet e vislumbra alguns de seus desafios e de suas potencialidades futuras, mostrando que, na contramão de uma visão de senso comum acerca da globalização, a rede e o território ainda mantém conexões profundas.

Resenha enviada em: 20 mar. 2016