

LUCAS AUGUSTO ANTUNES BUTTIGNON

REFLEXÕES SOBRE INTERNET: e suas consequências

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Me. Ariovaldo Francisco da Silva.

**Varginha
2015**

LUCAS AUGUSTO ANTUNES BUTTIGNON

REFLEXÕES SOBRE INTERNET: e suas consequências

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Me. Ariovaldo Francisco da Silva.

Aprovado em / /

Prof. Me. Ariovaldo Francisco da Silva

Prof. Esp. Erick Alves Duarte Costa

Prof. Dr. Romilson Marco dos Santos

Dedico este trabalho a todos, principalmente aos meus pais, dois pilares essenciais, que de alguma forma ou de outra, me apoiaram e me deram a força para continuar e conquistar mais esta etapa de uma longa jornada chamada vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço á minha família e meus amigos, pela confiança depositada. E aos mestres pelo conhecimento compartilhado.

“A massa mantém a marca, a marca mantém a
mídia e a mídia controla a massa.”

George Orwell

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o papel da internet na democratização da informação e da comunicação e refletir sobre duas correntes divergentes neste ponto. Se por um lado, alguns acreditam que a rede democratizou a comunicação, por permitir que qualquer usuário possa ser emissor de suas próprias mensagens, descentralizando o poder que até então eram da grande mídia, que decidiam o que seria transmitido em meios de comunicação anteriores a internet, como rádio e televisão; por outro ponto de vista, a rede é só mais um meio de comunicação dominada pelo capital, que sim mudou a forma de se comunicar, mas não revolucionou os processos onde uma minoria continua controlando a informação da maioria.

Palavras-chaves: Internet. Ciberespaço. Meios de comunicação. Democracia.

ABSTRACT

This academic paper has the purpose to analyze the web role in the democratization of information and communication and reflect about two different points of view in this matter. In one side, some believe that the web democratized the communication, because it allows that any user can be issuer of his own messages, decentralizing the power that had belonged the great media, who decided which product would be transmitted on the communications channel previous the internet, as radio and television; in the point of view, the web is just another communication media dominated by the capital, which actually changed the way of do communication, but did not make a revolution on the process where a minority keeps controlling the information of the majority.

Keywords: *Internet. Cyberspace. Communication media. Democracy.*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 O CIBERESPAÇO.....	11
2.1 A internet como meio de comunicação.....	12
3 REFLEXÕES SOBRE A INTERNET.....	15
3.1 Conceitos da indústria cultural aplicados na rede.....	29
4 A SOCIEDADE DA HIPERCOMUNICAÇÃO E A ESPIONAGEM VIRTUAL.....	34
5 CONCLUSÃO.....	38
REFERÊNCIAS.....	40

1 INTRODUÇÃO

A partir da popularização da internet ocorreram mudanças em hábitos cotidianos de ordem social, psicológica, econômica, entre outras áreas. Estas mudanças continuam em transformação a cada dia conforme o surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação e à medida que a própria internet supera seus limites.

Segundo alguns teóricos, a internet, como meio de comunicação e informação, vem se tornando cada vez mais uma mídia importante no dia a dia de empresas privadas, públicas, veículos de comunicação como rádios e televisão e do público geral, que podem dispor suas ideias e produtos através das redes sociais, blogs, micro blogs, vídeos através de serviços como os de sites *youtube* e *vmeo*, divulgação de músicas, livros, filmes e toda forma de comunicação existente, além de ser o espaço onde é possível desenvolver a inteligência coletiva, baseada em uma cultura participativa e colaborativa entre os usuários deste espaço.

Este cenário caracteriza-se por parte de alguns críticos como um passo a frente na democratização da informação, já que na internet todos podem ser receptor/emissor de mensagem ao mesmo tempo, descentralizando o poder de grandes corporações midiáticas, já que o poder de participação popular, a interatividade entre públicos e entre outros aspectos podem confrontar o grande capital que controla(va) a grande mídia até algum tempo atrás de nossa história recente.

Porém, em contrapartida, se a internet dispõe um mundo de disponibilidade de informação a ser consumida ou emitida, pessimista em relação à rede, defendem que a internet gera isolamento, alienação e amplas possibilidades de exploração comercial em diferentes meios, favorecendo os detentores de capitais, assim como acontece em mídias convencionais/tradicionais e desta maneira contribui para a elevação das diferenças entre classes sociais. Para alguns especialistas de diferentes áreas, como será demonstrado neste trabalho, o mundo digital pode até ter começado como um território livre, mas vem sendo dominado pelo capital, assim como foi dominadas outras mídias antecedentes a internet.

É importante frisar que, um ponto comum entre as duas correntes de pensamento, é que a internet tem o potencial de ser uma fonte de democratização da informação e da comunicação e que tem aspectos mais igualitários que outras mídias, porém, isso não a faz um fator revolucionário por si só, dependendo dos atores sociais da rede, dos seus usuários, a fazer o “bom” uso dela e gerar toda essa mudança social que se espera através da tecnologia.

Ressalta-se que este trabalho analisa a questão proposta por via da *world wide web* – onde a maioria das pessoas navegam –, ou a chamada web 2.0, um protocolo de linguagem da

rede, “um sistema de documentos dispostos na internet que permitem o acesso às informações apresentadas no formato de hipertexto” (MARTINS, 2008, p. 1), que por sua vez “são textos exibidos em formato digital, os quais podem conter informações em formato de imagens, sons, vídeos, etc. O acesso a tais informações se dá por meio de links, que servem como uma ponte entre os mais diversos sites da internet e seus conteúdos” (MARTINS, 2008, p. 1). E não entra em análise o submundo da internet, a *deep web*, que é uma espécie de terra sem lei do mundo virtual, onde se concentra a grande maioria dos dados dispostos na rede, porém por ser um espaço sem nenhum controle legal, sem controle contra ataques virtuais de hackers, sem proteção contra *spywares*, *malwares* e outras espécies de anomalias digitais, é um espaço onde criminosos utilizam a rede para divulgar seus serviços, realizarem comércio ilegal entre outros atos desta espécie, não sendo relevante para o que aqui está sendo proposto.

Para este trabalho, foi utilizada como metodologia pesquisa bibliográfica referente ao tema proposto, buscando utilizar um método dialético, pois, segundo Demo (1985), o método dialético é o mais correto para as ciências sociais, já que “sem deixar de ser lógico, demonstra sensibilidade pela face social dos problemas” (apud SANTAELLA, 2002, p. 136) e “o pressuposto fundamental desse método repousa na crença de que ‘toda formação social é suficientemente contraditória para ser historicamente superável’” (idem). Neste sentido, buscou-se analisar os argumentos presentes nos dois lados divergentes quanto ao tema proposto, pessimista e otimista sobre as novas tecnologias de comunicação, buscando promover um confronto de ideias e pensamentos de forma imparcial e crítica.

2 O CIBERESPAÇO

Ciberespaço, termo que foi usado pela primeira vez por William Gibson em 1984 em seu romance de ficção científica *Neuromance* (LÉVY, 1999, p. 92), “era descrito como ‘uma alucinação consensual’, criada pela conexão de todos os computadores do mundo, na qual bilhões de pessoas se deixavam submergir” (MARSHALL, 2014, p. 13). Já Lévy conceitua o ciberespaço como um mundo virtual composto pela interconexão de computadores e usuários conectados em uma rede mundial. Virtual, pois está presente em potência, é um espaço, em tese, desterritorializante, não é palpável. O ciberespaço existe em uma forma diferente, outro tipo de realidade (1999).

A ‘virtualização’ é comumente usada como um paradoxo do real, ou seja, o virtual é empregado como algo irreal, pois a realidade pressupõe algo material, objeto tangível. Entretanto, filosoficamente, o virtual se opõe ao atual, assim, virtualidade e atualidade são dois modos diferentes da realidade. Levy nos ensina que:

É virtual toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular. Para usar um exemplo fora da esfera técnica, uma *palavra* é uma entidade virtual. O vocábulo ‘árvore’ está sempre sendo pronunciado em um local ou outro, em determinado dia numa certa hora. Chamaremos a enunciação deste elemento lexical de ‘atualização’. Mas a palavra em si, aquela que é pronunciada ou atualizada em certo lugar, não está em lugar nenhum e não se encontra vinculada a nenhum momento em particular (ainda que ela não tenha existido desde sempre) (1999, p. 47-48, grifo do autor).

A rede, como também é chamado o ciberespaço, é um novo meio de comunicação que surge desta interconexão de computadores. O termo especifica além da infraestrutura material da comunicação digital, o universo imenso de informações que a rede abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam este universo (LÉVY, 1999, p. 17). Ou ainda, “o ciberespaço realizou o projeto da universalização das tecnologias em um único instrumento e uniu todos os homens em uma grande esfera de sociabilidade e cultura” (MARSHALL, 2014, p. 13).

Além disso, outras características virtualizante e desterritorializante fazem do ciberespaço um vetor de um universo aberto, como a ubiquidade da informação, documentos interativos interconectados, telecomunicação recíproca e assíncrona em grupo e entre grupos (LÉVY, 1999, p.49-50).

O surgimento dos primeiros computadores na década de 40 permitiu “um movimento geral de virtualização da informação e comunicação, afetando profundamente os dados

elementares da vida social” (LÉVY, 1999, p. 31). Assim, como essas novas tecnologias digitais, que foram aprimorando-se com o passar dos anos até o desenvolvimento dos microcomputadores, surgiu a infraestrutura necessária para o funcionamento do ciberespaço, este novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização, de transação, além de um novo mercado da informação e do conhecimento. E o ciberespaço não para de crescer e de se universalizar, pois, como já ensinou Pierre Lévy:

a cada minuto que passa, novas pessoas passam a acessar a internet, novos computadores são interconectados, novas informações são injetadas na rede. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna “universal”, e menos o mundo informacional se torna totalizável. O Universal da cibercultura não possui nem centro nem linha diretriz. É vazio, sem conteúdo particular. Ou antes, ele os aceita todos, pois se contenta em colocar em contato um ponto qualquer com qualquer outro, seja qual for a carga semântica das entidades relacionadas. Não quero dar a entender, com isso, que a universalidade do ciberespaço é “neutra” ou sem consequências, visto que o próprio fato do processo de interconexão já tem, e terá ainda mais no futuro, imensas repercussões na atividade econômica, política e cultural (1999, p. 111).

Ressalta-se que a internet não é sinônima de ciberespaço, ela é só mais uma infraestrutura desta rede, como as redes de telégrafo, rádio amador, telefonia fixa/móvel e televisão via satélite, os sistemas de controle de tráfego aéreo e de navegação marítima. Ou seja:

Com a invenção da computação eletrônica, inúmeras soluções tecnológicas para interligar computadores e redes computacionais foram desenvolvidas (KUROSE; ROSS, 2010). A Internet foi uma delas. Ao longo dos anos, suas características intrínsecas (padrões abertos, governança técnica participativa, e neutralidade, dentre outras) permitiram seu crescimento e transformaram-na em ponto focal para o desenvolvimento de redes computacionais (ABBATE, 2001; GREWAL, 2009; KURBALJA; GELBSTEIN, 2005). A Internet tornou-se, ao final do século passado, a rede das redes. (apud CANABARRO; BORNE, 2013, p. 2).

E o computador não é apenas mais uma ferramenta para a produção de textos, sons e imagens, ele é um operador de virtualização da informação (LÉVY, 1999, p. 55) e a internet é uma das ferramentas que torna isto possível.

2.1 A internet como meio de comunicação

Como nos ensina Fiske (1990), a “[...] comunicação [...] ‘interação social através de mensagens’” (apud SANTAELLA, 2002, p. 17). Além disso, pode-se citar Klaus (1969) que definiu comunicação como “a troca de informação entre sistemas dinâmicos capazes de

receber, estocar ou transformar informação” (apud SANTAELLA, 2002, p. 18). E “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 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 70). E ainda segundo Mário Gouveia Júnior, “para 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 base empírica” (2015, p. 70).

Diante de todos esses conceitos, a comunicação nada mais é que a troca de mensagens entre indivíduos, dotados de habilidades de entender e de se fazer entender, que emitem ou recebem essas informações que são interpretadas de acordo com sua vivência social.

E esta comunicação se dá, muitas vezes, através dos chamados meios de comunicação, que são um conjunto de dispositivos e/ou aparelhos eletrônicos, analógicos ou digitais, que, usados em conjunto, podem levar informações para milhares de pessoas. Como um canal de televisão ou estação de rádio que contem toda uma aparelhagem técnica para produzir uma mensagem e ser transmitida através de uma antena para um receptor de sinal – da televisão ou do rádio – e esta mensagem ser passada para milhões de pessoas. E dentro destas definições, podemos citar vários meios de comunicação, como os já mencionados televisão e rádio, como também jornais, revistas, livros, cinema e mais recentemente a internet.

E, levando em consideração o já exposto, a internet se classifica como meio de comunicação, pois um único emissor de mensagem pode enviar uma informação a milhares de pessoas através do uso da rede. Neste sentido,

a comunicação se refere a um ato, realizado por uma ou mais pessoas, de enviar e receber mensagens que são distorcidas pelo ruído, ocorrem dentro de um contexto, produzem algum efeito e dão oportunidade à retroalimentação. (DEVITO, 1997 apud SANTAELLA, 2002, p. 84).

Em coerência com estas ideias, o intelectual Pierre Lévy (1999), como já exposto neste trabalho, definiu o ciberespaço como um meio de comunicação que surgiu recentemente. O autor ainda reforça este pensamento quando diz que “a *mídia* é o suporte ou o veículo da mensagem. O impresso, o rádio, a televisão, o cinema ou a internet, por exemplo, são mídias” (p. 61, grifo do autor).

Diante destas análises, é possível afirmar que a internet se encaixa no conceito de meio de comunicação, o que não tira a importância que ela tem apresentado no mundo atual,

pois permite a milhares de pessoas a terem acesso a milhões de informações espalhadas pela rede, ou ainda permite a qualquer um, que tenha acesso aos dispositivos técnicos necessários, dispor uma mensagem na rede e qualquer outra pessoa, que também tenha acesso a estes dispositivos, eventualmente acessar essa mensagem. Ainda, apesar de outros meios de comunicação ainda serem usados, “a emergência do paradigma tecnológico informacional propiciou outras formas de pensar a gestão de informação e as relações de comunicação” (CASTELLS, 2003 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 71).

Não é absurdo afirmar que a internet revolucionou a comunicação social, pois deu protagonismo aos usuários da informação, e ainda, de acordo com Castells (2003), “as relações sociais no ciberespaço começaram a ser apontadas de modo a seguir um modelo reticular, por meio do qual a internet, supostamente, estaria se formando como um novo ecossistema social” (apud JÚNIOR GOUVEIA, 2015, p. 71).

Ainda de acordo com Castells (2003), “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” (apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p.72).

Porém, existem duas correntes que divergem quanto ao verdadeiro uso de toda potencialidade da internet. Uma linha de pensamento mais otimista vê como benefícios da internet a “[d] escentralização, interatividade, multimidialidade, transnacionalidade e transculturalidade” advinda das novas tecnologias. Já uma linha mais pessimista crê no “isolamento e alienação, comercialização sem tréguas dos espaços público e privado, e o surgimento de novas formas de colonialismo digital e diferenças sociais de classe” (DOMINGUES, 1999 apud PINHO, 2011, p. 99).

3 REFLEXÕES SOBRE A INTERNET

Um dos grandes feitos da popularização da internet, sem dúvida, foi a despolarização da emissão de informações, e a possibilidade de romper com o poder da grande mídia. Os meios de comunicação anteriores ainda eram regidos pelo esquema clássico de comunicação, onde um emissor envia uma mensagem através de um canal para um receptor. E, muitas vezes, acreditavam que tal mensagem era recebida perfeitamente como foi emitida, desconsiderando possíveis ruídos da informação, além de fatores psicológicos e sociais que poderiam levar o receptor a interpretar esta mensagem de outra maneira. Acreditava-se ainda que o público atingido pela mensagem respondesse cegamente aos estímulos dos meios, sendo uma massa amorfa e acrítica, ou de acordo com Leandro Marshall,

a transformação mais profunda promovida pela *web* está certamente nos papéis do indivíduo como emissor e receptor de mensagens. Tanto na Sociedade das Letras como na Sociedade da Imagem esta estrutura tinha uma hierarquia e uma função bem nítidas. Na Sociedade dos Bits, não há mais distinção entre emissão e recepção. Todos comunicam e todos informam a todo o momento para todos. Não há sequer domínio sobre a informação e o conhecimento, e nem os sistemas de comunicação são controlados pelos oligopólios das eras anteriores (2014, p. 15).

As teorias funcionalistas americanas tratavam os receptores como uma massa sem poder de decisão, em que toda mensagem emitida era perfeitamente recebida por esta massa acrítica e sendo assim, os funcionalistas entendiam que esta massa era facilmente manipulada. Pois, “representado por diferentes tradições de pesquisa, os objetos historicamente privilegiados pelo funcionalismo são: a persuasão, o controle social, os usos e gratificações, os processos de produção da notícia” (MARTINO, 2002, p. 30).

Para reforçar este pensamento, pode-se citar que “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” (GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 71). Mas,

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 – percebida como uma fonte alternativa de poder midiático (GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 71).

Ou seja, as mídias anteriores à internet, como imprensa, rádio, cinema, televisão, ao menos em sua configuração clássica, procuram usar um método de comunicação “universal

totalizante”, pois suas mensagens midiáticas são destinadas a milhões de pessoas dispersas entre si. Então, estas mensagens são compostas buscando achar um denominador mental comum a todos seus destinatários; ela visa estes receptores no mínimo de sua capacidade interpretativa. E, devido a este fato, estas mensagens não podem explorar o contexto particular no qual cada destinatário evolui, e negligencia sua singularidade, seus links sociais, sua microcultura, sua situação específica em um momento dado (LÉVY, 1999, p. 116), pelo fato que ela tem que ser universal a múltiplos destinatários.

Neste contexto, os detentores da grande mídia, uma minoria, detinham o poder de decidir o que seria transmitido e os indivíduos tinham a escolha do consumo ou não e, em geral, sem poder para interferir na programação e conteúdo de televisão, jornal, rádios e revistas. No máximo, podiam criticar os conteúdos dessa mídia em um ambiente macrossocial, em âmbito familiar ou em um ciclo de amigos, por exemplo. Neste sentido:

O receptor podia pensar qualquer coisa sobre a mensagem recebida, podia não concordar, achá-la errônea ou incompleta, mas não podia expressar essas opiniões fora de seu entorno. Agora, ele pode não só expressá-la, mas também emitir informações por sua própria conta. Desse modo, o monopólio da informação que os meios de comunicação dominantes exerceram em nossas sociedades vai chegando ao fim (RAMONET, 2013, p. 87).

A internet deu voz a milhões de pessoas, que antes não podiam ser páreas a estes grandes conglomerados de mídia, pois junto com ciberespaço surgiram dois dispositivos informacionais (qualificação da estrutura da mensagem) que não existiam em relação às mídias precedentes: o mundo virtual e a informação em fluxo. O mundo virtual permite dispor as informações em um espaço contínuo. Já a informação em fluxo assinala os dados em estado contínuo de modificação, dispersos entre memórias e canais interconectados que podem ser percorridos, filtrados e apresentados ao cibernauta de acordo com suas instruções, graças a programas, sistemas de cartografia dinâmica de dados ou outras ferramentas de auxílio à navegação (LÉVY, 1999, p. 62).

São justamente estes dois dispositivos informacionais que transformam os sistemas de comunicação anteriores, que eram de um-todos, como os impressos, o rádio, a televisão, onde um centro emissor envia suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos; ou um-um, como o telefone e os correios, troca de mensagem entre dois interlocutores, mas apenas entre si; para um sistema todos-todos, em que qualquer usuário pode ser receptor ou emissor de mensagens pela internet.

Ou seja, antes, a informação era estática para o grande público, pois este público não tinha nenhuma interferência na produção desta mensagem. Com o surgimento da rede, e o acesso de qualquer um a esta rede, através de um computador, e a possibilidade de interferir neste mundo virtual, agora, todos que possuem o equipamento necessário, podem se tornar emissores de mensagens. São casos de blogueiros, *youtubers*, *twitters*, entre outras pessoas ditas comuns que se tornaram grandes celebridades virtuais com milhões de seguidores.

De acordo com Levy (1999), com esta nova possibilidade de comunicação, houve a popularização da internet e crescimento do ciberespaço, pois este permite uma comunicação recíproca e de inteligência coletiva¹. Além de que a cibercultura está intimamente ligada à ascensão de ideias, das práticas que valorizam a liberdade de expressão e a noção de livre contrato entre indivíduos. A internet é uma infraestrutura de comunicação investida de uma corrente cultural que pode, no mesmo movimento, transformar seu significado social e estimular sua evolução técnica e organizacional.

E para André Lemos (2009), a cibercultura nasce a partir de uma apropriação social da microinformática e não de grandes computadores, de uma dimensão mais metafísica da inteligência artificial, não no sentido de fazer com que um computador pense igual a um humano, mas sim da possibilidade de cada ator social poder manusear e usar um microcomputador, gerando a cultura de rede.

A microinformática surge junto com a contracultura, é fruto da contracultura. E eu situaria o surgimento da cibercultura a partir da microinformática, porque com a microinformática é tirar o poder da informação da mão de uma elite, na época militar e industrial, e transformar isso paulatinamente. Nosso desafio continua a ser esse, a questão da inclusão, trazer essa potência da informação para todo mundo (LEMOS, 2009, p. 137).

A inteligência coletiva, um dos principais motores do ciberespaço, que mudou a relação do mundo do saber devido a seu aspecto participativo, socializante, descompartmentalizante e emancipador, possui a velocidade de transformação das novas tecnologias de informação e comunicação que é uma constante na cibercultura. Porém, toda essa mudança pode gerar certo impacto e estranheza, e muitas vezes sentimento de exclusão social, aos indivíduos que são afetados por tais mudanças e evolução tecnológica de formas abruptas. Entretanto, foi toda essa capacidade de mutação e aceleração que permitiu uma melhora nos processos da inteligência coletiva, por exemplo, quando por uma evolução tecno-

¹ Levy (1999) define como inteligência coletiva a valorização do saber, a utilização otimizada e a criação de sinergia entre as competências, as imaginações e as energias intelectuais, qualquer que seja sua diversidade qualitativa e onde quer que esta situe.

social se tornou possível para um organismo de ensino a distância desenvolver sistemas de aprendizagem em rede, onde pesquisadores e estudantes do mundo inteiro podem trocar ideias, artigos, imagens, experiências, observações em conferências eletrônicas organizadas de acordo com seus interesses específicos de cada estudo, ou ainda, internautas do mundo inteiro ajudarem-se mutuamente para resolver problemas de programação (LÉVY, 1999, p. 27 a 29). Ou ainda, de acordo com Lemos, a

microinformática faz com que cada um possa ter na sua mão um instrumento de produção de informação, que vai se transformando, com a internet, não só num instrumento de produção e de consumo, mas em algo que é radical e continua sendo radical hoje: a possibilidade de produção coletiva, colaborativa e distributiva da informação (LEMOS, 2009, p. 137).

A mídia clássica fixa e reproduz mensagens a fim de conseguir maior alcance, melhor difusão no tempo e espaço, ela se dá com as técnicas de reprodução de signos. Ou seja, contenta-se em fixar, reproduzir e transportar uma mensagem somaticamente construída – “as técnicas somáticas implicam a presença efetiva, o engajamento, a energia e a sensibilidade do *corpo* para a produção de signos. São, por exemplo, as performances ao vivo de fala, dança, canto ou música instrumental”. (LÉVY, 2003, p. 51, grifo do autor) – e não possui necessariamente uma técnica de engendramento de signos, apesar de exercer forte poder retroativo sobre a produção destas mensagens. Estas mídias fixam, reproduzem e transportam as mensagens em uma escala que os meios somáticos não têm capacidade de fazer, porém, “elas descontextualizam essas mensagens e as fazem perder sua capacidade original de adaptar-se às situações nas quais eram emitidas por seres vivos” (LÉVY, 2003. P. 52). Já o digital não se contenta em difundir e reproduzir mensagens, ele permite criá-las e modificá-las. “O digital autoriza a fabricação de mensagens, sua modificação e mesmo interação com elas, átomo de informação por átomo de informação, bit por bit” (LÉVY, 2003, p. 53).

Outro impacto da evolução tecnológica foi na forma de ver a mercantilização do conhecimento. Muitos ainda estão acostumados com um sistema econômico do século passado, onde se produz bens físicos, estes são vendidos, geram lucros e se produz mais bens. Hoje vivemos em um sistema onde o conhecimento é o principal elemento de valorização de um produto. Por exemplo, em um produto de 100 reais, cerca de 25 é da produção do produto e os outros 75 é pago pela pesquisa, comunicação, divulgação etc (DOWBOR, 2009). Em outra perspectiva, a propriedade de uma caneta, depois de vendida, passa a ser de quem a comprou e não mais do proprietário que a tinha a venda, ambos não podem ter a caneta. Por outro lado, se pode vender um conhecimento em forma de música e o autor ainda terá esse

conhecimento e ambos poderão ter acesso a este conhecimento livremente. O importante é que quanto mais se generaliza o conhecimento, quando o conhecimento é à base do valor do que se produz, mais a humanidade enriquece. E a inteligência coletiva permite esses processos colaborativos. O fato é que quem trabalha com pesquisas, seja em universidade ou empresas privadas, sabe que essa visão de trancar tudo em copyright e patentes simplesmente tranca o conhecimento em cubículos, quando o conhecimento se enriquece em processos interativos de pesquisa (DOWBOR, 2009).

Para exemplificar isso melhor, podemos citar o caso da IBM, que

produzia computadores, e o computador não dá mais dinheiro. Ou seja, é um dado. Eles se deslocaram para produzir software. O software, claramente, está evoluindo para software livre que você baixa ou utiliza quando precisa, na internet, e ponto. O que eles fizeram? Deslocaram-se para prestação de serviços especializados na área de arquitetura da informação. Não é preciso trancar na base de patentes, copyright etc. e tentar impedir a evolução das tecnologias. Pelo contrário, as instituições é que têm que se adaptar às novas tecnologias (DOWBOR, 2009, p. 57-58).

O ciberespaço permite desmaterialização do conhecimento, o que, mesmo que atualmente esteja mais para o lado da utopia, torna possível a conectividade planetária de todo o conhecimento acumulado. Dessa forma, a mudança que atinge o intangível, também atinge a cultura (de forma geral, no seu conceito organizacional e econômico) e vem transformando a forma de produzir e divulgar música, filmes, escritos científicos etc. Ou ainda, “o conhecimento é o acúmulo social planetário e está disponível nas ondas eletromagnéticas” (DOWBOR, 2009).

E ainda por uma perspectiva econômica e cultural, Debrow defende que as corporações tentam impedir a livre circulação de conhecimento e informação através da rede justamente para cobrar pedágios sobre esses conhecimentos. Muitas das grandes corporações midiáticas não produzem, mas vivem de intermediar e, conseqüentemente, lucrar em cima da produção de terceiros. Por isso, ele acredita que a inteligência coletiva abre a perspectiva do deslocamento do paradigma da competição, muito comum dentro de um sistema capitalista, para o paradigma da colaboração, mesmo acreditando que a competição nunca desaparecerá, mas será menos dominante. As pessoas não irão mais pagar para consumir um produto cultural, por exemplo, este produto estará grátis na rede e as pessoas contribuirão com o valor que elas acharem justo pelo consumo daquele produto. A evolução para uma sociedade do conhecimento, de cultura participativa, interativa, através da rede, no entendimento do intelectual, não garante, mas pode tornar a sociedade mais democrática, já que a infraestrutura

digital permite o contato direto entre o consumidor e o produtor dos mais diversos bens (2009).

Por um viés político, os meios de comunicação de massa contemporâneos são vistos como esclarecedores, pois, em tese, difundiu em larga escala todo tipo de ideia e representações, o que vai de encontro com organizações rígidas de culturas fechadas. Regimes autoritários, acostumados com uma comunicação unilateral, de cima para baixo, têm dificuldades de resistir a uma comunicação descentralizada, transversal e não hierarquizada, como redes de telefones e satélites de televisão. Porém, ao mesmo tempo em que essas mídias clássicas podem dar um poder crítico a uma população, elas não permitem a um povo a pensar em soluções coletivamente, em pensar em conjunto, o que o ciberespaço permite. Lévy (2003) escreveu que os sistemas políticos recorriam a métodos de comunicação ultrapassados, lentos e rígidos. “De modo geral, só serve da informática com o objetivo de racionalizar e acelerar o funcionamento da burocracia” (LÉVY, 2003, p. 61-62). E podemos perceber que hoje, as maiorias dos políticos usam a internet com um canal de informação, mas não como colaboração participativa da população nas decisões de um governo. Por isso, o intelectual defende que deve-se

imaginar, experimentar e promover, no novo espaço de comunicação, estruturas de organização e estilos de decisão orientados para um aprofundamento de democracia. O ciberespaço poderá se tornar um meio de exploração dos problemas, de discussão pluralista, de evidência de processos complexos, de tomada de decisão coletiva e de avaliação dos resultados o mais próximo possível das comunidades envolvidas (LÉVY, 2003, p. 60-61).

A democracia ideal, situação utópica atualmente, requer a participação igualitária de toda uma população que faz parte de certo contexto social, de uma cidade, etc. e não só uma eleição de representantes. O voto é apenas um meio, mas é possível, através do uso de tecnologias contemporâneas, permitir a participação mais qualitativa de cidadãos em todo o processo. Neste sentido, em termos sociais, o melhor uso que se pode ter de uma informática comunicacional consiste em fornecer aos grupos humanos os meios de reunir suas forças mentais para construir coletivos inteligentes e dar a vida a uma democracia em tempo real. Esta democracia em tempo real nada tem haver com a política midiática, enquanto uma através de um debate coletivo e interativo, no qual cada um pode contribuir elaborando questões, refinando posições, emitindo e ponderando argumentos, tomando e avaliando decisões; a outra se baseia na tríplice televisão/pesquisas eleitorais/eleições, é uma política-

espetáculo que personaliza as questões, fascina os cidadãos, atomiza-os, massifica-os, não lhes propicia influência alguma sobre os assuntos da cidade (LÉVY, 2003).

Ainda sobre esta última questão levantada aqui, a qual foi citado o intelectual Levy (2003), pode-se fazer referência a André Lemos (2009), que também segue a mesma linha de pensamento, quando diz:

Obviamente que não existe uma mídia totalmente democrática, não é isso que eu quero passar aqui, mas que há um movimento de apropriação do objeto técnico, que era o computador, e a transformação desse objeto técnico em um instrumento mais social do que individual e, a partir daí, dessa distribuição da informação de uma maneira mais horizontal a partir das redes (LEMOS, 2009, p. 137).

Porém, o crescimento do ciberespaço não determina de forma automática e natural o desenvolvimento da inteligência coletiva, apenas fornece o espaço em que ela pode se desenvolver. E, além de seu aspecto positivo, vê-se surgir no ciberespaço novas formas

de isolamento e de sobrecarga cognitiva (estresse pela comunicação e pelo trabalho diante dela), de dependência (vício na navegação ou em jogos em mundos virtuais), de dominação (reforço dos centros de decisão e de controle, domínio quase monopolista de algumas potências econômicas sobre funções importantes da rede etc.), de exploração (em alguns casos de teletrabalho vigiado ou de deslocalização de atividades de terceiro mundo) e mesmo de *bobagem coletiva* (rumores, conformismo em rede ou em comunidades virtuais, acúmulo de dados sem qualquer informação, 'televisão interativa'). (LÉVY, 1999, p. 29-30).

Além do mais, todo impacto, positivo ou negativo decorrente dos processos da inteligência coletiva, na cibercultura, é fruto do ator social que gera este impacto e não da tecnologia em si. O ciberespaço é só mais um suporte para o agente social realizar seus atos. Impactos tidos por positivos são frutos daqueles que o conceberam, executaram e usaram determinados instrumentos e não da tecnologia usada. Da mesma forma, os impactos negativos são reflexos da organização do trabalho, das relações de dominação ou ainda da indeludível complexidade dos fenômenos sociais (LÉVY, 1999, p. 28). A tecnologia está disponível para ser usada por qualquer um, o bom ou mau proveito da rede dependerá muito do usuário/internauta. Pois, "é impossível fixar o significado humano de uma galáxia técnica em transformação contínua" (LÉVY, 1999, p. 112). Complementando,

nós temos uma grande potência nas mãos, que está sendo atualizada cotidianamente, e temos coisas já concretas acontecendo. Mas não podemos pensar que isso vai resolver tudo, que a mera participação e colaboração vai resolver todos os problemas. Mas a partir do momento em que nós podemos emitir livremente, nos conectar aos outros, nós conseguiremos reconfigurar a cultura, a sociedade, a política (LEMOS, 2009, 141-142).

É perceptível que o computador pessoal e o telefone celular vêm ficando gradualmente mais baratos de ano em ano, além de serem criadas linhas de produtos tecnológicos de segunda linha, porém mais acessíveis à população. Este fato, “aliado à rápida evolução das aplicações em software livre e aos serviços gratuitos na rede” (CARVALHO JUNIOR, 2009, p. 9), indiscutivelmente, “promoveu uma radical democratização no acesso a novos meios de produção e de acesso ao conhecimento” (idem). Mas, deve-se levar em consideração que a internet por si só não resolve todos os problemas da sociedade, já que o operador de um computador continua sendo muitas vezes uma pessoa desinteressada, despreocupada ou até mesmo alienada, usando este meio, muitas vezes, apenas como passatempo ou atividades sem engajamento com vida social de uma comunidade. A internet oferece uma poderosa arma, mas esta arma tem que ser bem manuseada a fim de atingir algum sucesso ou objetivo. Em outras palavras:

Se as novas técnicas de comunicação favorecem o funcionamento dos grupos humanos em inteligência coletiva, devemos repetir que não determinam automaticamente. A defesa de poderes exclusivos, da rigidez institucional, a inércia das mentalidades e das culturas podem, evidentemente, levar a usos sociais das novas tecnologias que sejam muito menos positivos de acordo com critérios humanistas (LÉVY, 1999, p. 167).

Ou seja, “é fundamental parar para pensar no impacto sobre a vida real daquilo que fazemos na vida virtual, bem como o nível de influência sobre o poder político dos atos que realizamos utilizando as novas tecnologias” (SERRANO, 2013, p. 176). Pois, a internet é, basicamente, um sistema de comunicação e informação e, como em todos os sistemas de informação atuais, existe nela muito conteúdo inútil, que pode ser uma maneira eficiente de sepultar informações mais valiosas. E esta característica da rede, sem dúvida, será cada vez mais explorada por quem trabalha por uma sociedade desinformada (SERRANO, 2013). Ou seja, de nada adianta ter em mãos uma tecnologia poderosa, que pode democratizar a informação, mas o mau uso desta tecnologia levar a um processo “mais do mesmo”, onde o capital acaba dominando uma massa passiva, pois

sem dúvida a internet cria possibilidades infinitas de participação, mas estas só se cristalizam se despertarem o interesse de um grande número de usuários. Temos, assim, sem dúvida uma liberdade, mas que não conduz necessariamente a mudanças coletivas. Então, passado esse ‘deslumbramento’, irá ‘incidir a nova forma de concentração de capital e a acumulação vai acontecer outra vez’ (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011, p.103).

Reforçando, a internet tem um papel fundamental no processo de obtenção de informação e conhecimento, “as novas tecnologias permitem o acesso à informação por vias mais democráticas e participativas do que as tradicionais” (SERRANO, 2013, p. 174), além de ser um espaço onde é possível a manifestação de autonomia. Na internet existe a possibilidade de confrontar o grande capital, o que em tese pode ser visto como revolucionário (PINHO, 2011, p. 100), “o erro seria que isso produzisse uma fascinação tecnológica que equiparasse os atos de se informar ou informar com os de se mobilizar e participar” (SERRANO, 2013, p. 174), já que grande maioria dos internautas não é deste tipo e sim “analfabetos culturais que matarão o tempo na internet, um tempo vazio na companhia de ‘almas gêmeas’ esportivas, eróticas, ou entretidos em pequenos hobbies” (SARTORI, 2001 apud PINHO, 2011, p. 101). E ainda tem a figura do próprio capital, que pode não só conviver com essas novas tecnologias, mas também se apropriar deste ciberespaço e até o colonizar. Neste sentido, citar Eugenio Bucci se faz necessário quando ele relembra que Marx e Engels já ensinaram que “o capitalismo não sabe existir sem se revolucionar a cada segundo, a cada dia” (BUCCI, 2009, p. 204). Em outras palavras,

não está prevista a criação de nenhuma ‘espécie de utopia socialista digital’, dado que tudo que vem ocorrendo ‘não revoga as leis do capitalismo’, muito pelo contrário, ‘a internet turbina os processos pelos quais o capitalismo vai operar’, o que vai se dar ‘pela diferenciação’. Há um reconhecimento de que fazer associações ficou mais fácil com a era digital, não querendo isso dizer, porém, que ‘a lógica solidária ou colaborativa suplante a lógica, pois continuará a prevalecer ‘a lógica da remuneração do capital’ (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011, p. 103).

Portanto, existe hoje uma “ebulição utópica em torno da internet e em torno das novas tecnologias digitais, como se elas trouxessem a igualdade, a voz para todos” (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011, p. 103). No entanto, “não necessariamente essa tecnologia trará mais democratização, mais acesso ao poder, inclusão. Isso não está embutido no DNA da tecnologia” (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011, p. 103), sendo mais correto trabalhar com a ideia de continuidade, como nas tecnologias do cinema e televisão, do que “hipervalorizar a ruptura” (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011, p. 104).

Há que se compreender, nessa dimensão da cultura contemporânea, que toda forma de determinar a organização da sociedade a partir de uma perspectiva esquemática traz consigo as mesmas forças intrassimbólicas. Em outras palavras, pensar uma sociedade através de uma cadeia hierárquica ou de uma rede não oculta nem reduz a ausência de distribuição de poder e de relações de submissão (BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 03).

Há intelectuais otimistas em relação à internet que fomentam o paradigma da revolução digital (NEGROPONTE, 1995 apud GOUVEIA JUNIOR, 2015), que diz que o surgimento de um meio de comunicação novo, necessariamente, contribui para a supressão do meio que o precedia. Esta é “uma visão eminentemente kuhniana, posto que defende a ideia da superação de paradigmas mediante rupturas” (KUHN, 1990 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015). Neste sentido,

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 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 71-72).

Seguindo esta linha de entendimento,

a teórica da semiótica Lúcia Santaella (2007), em suas publicações mais recentes, defende que a relação dos indivíduos e a produção simbólica ocorre em seis fases na história da cultura. Ela deixa bem claro em seus textos que essas fases podem coexistir e que a criação de novas tecnologias da arte e da comunicação não ‘mata’ as técnicas anteriores, embora as modifique profundamente. A classificação de Santaella é a seguinte: 1) cultura oral; 2) a escrita; 3) a impressa; 4) cultura de massa; 5) a cultura das mídias; 6) a cibercultura. Para a autora, há uma transformação dos suportes de comunicação e produção simbólica que vai desde a oralidade (120 mil anos atrás), a escrita (5 mil anos atrás), a descoberta da prensa de tipos móveis de Gutenberg (há 500 anos), a cultura de massa (final do século XIX), a cultura das mídias (a partir dos anos 1970), até a fusão entre o humano e a máquina, com a cibercultura dos dias de hoje (apud LIMA; OLIVEIRA, 2012, p. 8-9).

Nesta linha de pensamento, a internet dá essa ilusão da comunicação igualitária, mas ela nada mais fez que a dar mais visibilidade a um contexto social já existente antes de seu surgimento, mas que passou a ser interconectado, ou seja, ela não inventou estes processos. A *web* “dá visibilidade e permite que eles [os processos] afluam mais rapidamente para uma projeção para possíveis espaços públicos” e que “não se caia no deslumbramento de que é um outro espaço público. Não é bem assim, o que houve foi uma complexificação desse espaço” (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011, p. 103).

Ainda, levando em consideração um contexto nacional, vivemos em um país onde existe um número muito grande de analfabetos funcionais, pessoas sem capacidade de interpretação de texto mais longo e/ou mais complexo, o que torna ainda mais difícil um processo de democratização pela rede. Com isso, “a possibilidade de revolução é relativizada tanto por conta da condição da tecnologia propriamente dita como das condições objetivas da

sociedade brasileira” (PINHO, 2011, p. 103). Ainda de acordo com Pinho, os analfabetos funcionais digitais

são incluídos digitalmente, mas apenas aos acessos mais fáceis de compreender, aqueles que não exigem muita cognição. Seria o equivalente a manusear apenas uma revista com muitas fotos e pouco texto, acessível a pessoas com baixo nível de escolaridade. Dessa maneira, a ‘mesma tecnologia que veio para permitir que mais pessoas tivessem acesso ao espaço público estabeleceu também uma diferenciação vertical que antes não estava posta’ (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011), expressa pelo ‘grau de tecnologia que você pode manusear, depois pela familiaridade com que você tem acesso a milhões de dispositivos’ (BUCCI, 2009 apud PINHO, 2011), ou seja, pela cognição do usuário (PINHO, 2011, p. 103).

O Brasil é um país de extrema desigualdade, então, em vista de um pensamento democrático, não tem que se dar apenas o computador, “tem que ensinar a usar os softwares, tem que dar a conexão, mas o mais importante efetivamente é fazer com que as pessoas produzam coisas colaborativamente” (LEMONS, 2009, p.140). Mas ainda, segundo Lemos, “esse é o grande desafio, porque nós somos acostumados durante muitos séculos a ter nos grandes meios da cultura de massa, incluindo aí o cinema, a possibilidade de você ser no máximo um espectador” (2009, p.140). Ou seja, o desafio é promover uma mudança em hábitos sociais que gerem indivíduos mais críticos e engajados, mas isto claramente não atende a ordem do capitalismo vigente, que não interessa esta mudança no *status quo*. Pois, como se percebe em vários países subdesenvolvidos, que geralmente são mais explorados, existe falta de investimento em educação básica, quanto mais em cultura participativa em rede.

Continuando nesta linha de raciocínio, Laymert Garcia dos Santos entende ser “ingênuo acharmos que a internet é um território livre, que vamos conseguir fazer uma revolução usando a internet” (SANTOS, 2003 apud PINHO, 2011, p. 104). O autor, que concorda com “o aspecto democrático de circulação da informação que existe na internet e as conexões que ela possibilita” (SANTOS, 2003 apud PINHO, 2011, p.104), lembra que não há nenhum sistema infalível e muitos deles possuem brechas, que devem ser aproveitadas, mas ainda reforça que a internet é uma tecnologia nova e que “o capital está começando a colonizá-la agora” (SANTOS, 2003 apud PINHO, 2011, p. 104). E quase como uma profecia, Santos em 2003, refletiu que “quando a vida for impossível sem a internet, então aí é que vai começar a regulação da internet” (apud PINHO, 2011, p. 104). Processo que se percebe ocorrendo atualmente, em 2015, onde vários países tentam ou já tentaram aprovar leis onde limitava o poder de usuários comum na internet e cedia mais poderes e prerrogativas para grandes provedores de internet, detentores de capital. Ou ainda, existe

um movimento mundial, de tentativa de controle da internet, que tem dois segmentos econômicos muito interessados nisso, que são o das operadoras de telefonia e da indústria do copyright, que são indústrias da intermediação que, junto com [...] segmentos autoritários na política, querem controlar a internet. [...]. Isso está acontecendo hoje. E algumas pessoas acham que esse controle é inevitável, que a internet foi como rádio, que também rolou solto, livre durante o começo, e uma hora chegam as forças econômicas e do Estado impuseram o controle (AMADEU, 2009, p. 77).

Outro que se preocupa com essa questão é Ronaldo Lemos, diretor nacional do *Creative Commons*², quando fala sobre a questão da neutralidade da rede – *net neutrality* –, que seria um dos grandes riscos da internet hoje. Segundo ele, alguns serviços de provedores de internet querem congelá-la e que ela torne apenas uma ferramenta de reprodução modelo de *broadcast*. Ainda segundo Lemos, neste modelo, quanto mais informação alguém estiver distribuindo pela rede, mais caro seria o serviço de internet e isso eliminaria as chances dos pequenos usuários e sem dinheiro de falar com muita gente. Neste cenário, só iria poder falar com muita gente pela rede quem tiver bastante dinheiro, possibilidade nada democrática. Continuando a questão, segundo Lemos, enquanto a internet for neutra, sua inteligência estiver nas pontas e não no meio, nos usuários e não na tecnologia em si, existe a possibilidade dela se desenvolver ilimitadamente, com participação coletiva de internautas do mundo todo trabalhando em conjunto e sem previsões de que tipo de evoluções possa vir. Portanto, na medida em que se acabar com a neutralidade da rede e a transformá-la num sistema monocórdio, a internet se congelará da forma em que está e sobrarão apenas para os grandes e para os grandes que estão estabelecidos (2009, p. 101).

Nesta mesma linha de pensamento, Fernando Haddad, atual prefeito de São Paulo/SP, quando Ministro da Educação, alertou que

o assunto é tão estratégico que ele merece total consideração, precisamos pensar também na questão da propriedade intelectual, lutar para [que] essa fronteira não seja cercada com arame farpado, como já aconteceu com bens que eram de uso comum, como a terra, que em algum momento foram cercadas e o uso passou a ser exclusivo. Temos que ter neste momento cuidado para não pensar um outro cercamento (2009, p. 32).

Essa questão é posta aqui justamente por esse movimento mundial, como citado acima, do grande capital, através de lobbys políticos ou quaisquer que sejam seus métodos,

² Creative Commons é uma organização não governamental sem fins lucrativos voltada a expandir a quantidade de obras criativas disponíveis, através de suas licenças que permitem a cópia e compartilhamento com menos restrições que o tradicional todos direitos reservados. Para esse fim, a organização criou diversas licenças, conhecidas como licenças Creative Commons (Wikipedia).

tentar regulamentar a internet, numa tentativa de torná-la menos democrática. E levando fatos históricos de como o capitalismo age, como a Revolução Industrial, por exemplo, não é de se duvidar no êxito do domínio do controle social da rede através do capital. Pois a internet é uma ferramenta relativamente nova, que está em constante transformação, e ainda não se pode afirmar com toda a certeza que melhora ou piora da vida social ela levará para uma comunidade, mas, ao fazer uma análise desta evolução do capitalismo nos últimos séculos, apropriando-se dos meios de comunicação de massa, é possível afirmar que a internet

vem para aprofundar tendências historicamente presentes na sociedade capitalista contemporânea, não existindo, no entanto, indicações de que seja ‘um fator de transformação radical da estrutura social, do sistema de estratificação e das normas e valores da sociedade’ (SORJ, 2003 apud PINHO, 2011, p. 104). Assim, como em outros períodos históricos, o capitalismo se apropria das tecnologias em seu favor. Ainda que a internet apareça com um rótulo de território livre, democrático, isonômico, a questão que se coloca é o que o capital vai fazer para exercer o controle? Se não dá para controlar, ou controlar plenamente, e tem que conviver com essa realidade, como vai se posicionar? São questões para as quais, efetivamente, ainda não se têm respostas conclusivas (PINHO, 2011, p. 104).

Outra análise é que a internet tornou-se inicialmente revolucionária, um lugar do caos, pois esse mesmo capital não lhe deu moral no início de sua existência, não acreditando muito em seu potencial. Mas de alguns anos para cá, ao perceber sua magnitude, as grandes corporações começaram sua exploração e entraram na briga pelo domínio deste ciberespaço, entrando em uma espécie de queda de braço com usuários que usam a internet com intenções mais nobres, como progressista e esquerdista que tentam balancear esta equação chamada planeta Terra.

A internet nasce porque ela era invisível. Ninguém percebeu a internet como grande escala. O mundo corporativo não enxergou a internet como possibilidade de negócio. O mundo regulatório não viu a internet como ameaça para nada. Ninguém tentou regular e cooptar, e quando ela aparece já é grande o suficiente para ser anárquica, caótica, incontrolável. Agora vêm os sistemas corporativos e os sistemas regulatórios, governamentais, correr atrás do prejuízo (PRADO, 2009, p. 52).

Outro que segue esta linha de raciocínio é Fidalgo (2001), pois segundo o intelectual,

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 (apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 72).

Em outras palavras, segundo Rüdiger (2011),

o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação deve ser pensado dentro do contexto do sistema econômico capitalista que lhe subjaz, para que se entenda que, se a cibercultura não é diretamente controlada pela classe política ou pelas elites empresariais, como Lévy faz questão de frisar, ela sem dúvida responde às forças do racionalismo econômico ocidental que afetam sua dinâmica, fazendo com que o ciberespaço se assemelhe mais a uma forma ideal de mercado do que a um espaço de cultivo da subjetividade e aprimoramento das relações sociais que travamos com nossos semelhantes (apud BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 14).

Podem-se perceber vários aspectos positivos e negativos da rede. Enquanto para uns o ciberespaço é um ambiente livre de comunicação interativa e comunitária, um instrumento de inteligência coletiva. Outros defendem que o ciberespaço é um imenso mercado planetário e transparente de bens e serviços, em um cenário de liberalismo econômico total. Vendedores de “conteúdo” de todos os tipos – estúdios de cinema, redes de televisão, grandes grupos de imprensa, etc. – utilizam a rede como uma grande vitrine para seus produtos. Além de que a internet só reforçou vários aspectos sociais já vigentes, dando mais visibilidade a tais fatos. Sobre isso, Levy salientou que

o ciberespaço constitui um imenso campo de batalha para os industriais da comunicação e dos programas. Mas a guerra que opõe algumas grandes forças econômicas não deve mascarar a outra que coloca em choque uma visão puramente consumista do ciberespaço, a dos industriais e vendedores – a rede como supermercado planetário e televisão interativa –, e uma outra visão, a do movimento social que propaga a cibercultura, inspirado pelo desenvolvimento das trocas de saberes, das novas formas de cooperação e de criação coletiva de mundos virtuais (1999, p. 199).

Porém, ainda citando Lévy, “o verdadeiro perigo que espreita a cibercultura seria a reprodução em grande escala, nas ‘infovias’, de um modo de comunicação midiática” (1999, p. 225). E há argumento para se pensar que isso vem acontecendo, pois, por exemplo, “o site mais visitado da França é o do canal de televisão de maior audiência. Na verdade, vemos o mesmo fenômeno em todos os países: os meios de comunicação que controlam o mercado da imprensa tradicional, do rádio e da televisão dominam também a audiência da internet” (RAMONET, 2013, p. 96). Para complementar, Dênis de Moraes nos explica que

para compreender a complexidade do sistema midiático, devemos considerar que a digitalização favoreceu a multiplicação de bens e serviços de “infoentretenimento”; atraiu *players* internacionais para operações em todos os continentes; intensificou transmissões e fluxos em tempo real; instituiu outras formas de expressão, conexão, intercâmbio e sociabilidade, sobretudo por meio da internet (comunidades virtuais, redes sociais); e agravou a concentração e a oligopolização de setores

complementares (imprensa, rádio, televisão, internet, audiovisual, editorial, fonográfico, telecomunicações, informática, publicidade, marketing, cinema, jogos eletrônicos, celulares, redes sociais etc.). Hoje, executivos de corporações midiáticas aludem a “multiplataformas integradas” para definir a junção de interesses estratégicos em distintos suportes: papel, digital, áudio, vídeo e móvel (MORAES, 2013, p21-22).

Ou seja, sobre a batuta da convergência midiática, ocorre o aproveitamento de um mesmo produto em diferentes plataformas e suportes, além de diferentes meios de transmissão, distribuição, circulação, exibição e consumo, “fazendo sobressair a mais-valia na economia digital” (MORAES, 2013, p.22). Neste cenário, surgem os mais variados atores econômicos, a fim de buscar uma chance de elevar seus lucros e melhorar seus negócios, como fabricantes, anunciantes, patrocinadores, fornecedores, administradores de marcas, gestores, corporativos, criadores de campanhas publicitárias, operadores financeiros, etc. (MORAES, 2013).

3.1 Conceitos da indústria cultural aplicados na rede

A partir da Revolução Industrial houve uma série de mudanças na sociedade em geral nos âmbitos sociais, econômicos, políticos, entre outras áreas, como a da comunicação, pois esta Revolução Industrial criou o cenário que possibilitou o surgimento da chamada Indústria Cultural, teoria criada por Adorno e Horkheimer (1985), que faz uma analogia da mercantilização da cultura humana como se fosse um produto qualquer e a difusão de ideias em que submete a realização plena da existência humana ao consumismo desenfreado, pois

segundo a lógica da indústria cultural, todo e qualquer produto cultural - um filme, um programa de rádio ou de televisão, um artigo em uma revista etc.- não passa de uma mercadoria submetida às mesmas leis de produção capitalista que incidem sobre quaisquer outros produtos industrializados: um sabonete, um sapato ou quaisquer outros objetos de uso. Diferentemente destes, os produtos da indústria cultural são simbólicos, produzindo nos indivíduos efeitos psíquicos de que os objetos utilitários estão isentos. Entretanto, todos ilustram igualmente a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que levam à uniformização e padronização. Em função disso, a ubiquidade, a repetitividade e a standardização da indústria cultural fazem da moderna cultura de massa um meio de controle psicológico inaudito. (SANTAELLA, 2001, p. 39).

Ou seja, devido a Revolução Industrial, a industrialização da cultura começou a acontecer no século XIX, e a comunicação conheceu um patamar diferente de funcionamento, a massificação, devido às conquistas industriais e ao imenso alargamento dos públicos que se desdobravam e se especializavam (HOHLFELDT, 2002, p. 99).

Essa estandardização da cultura leva a padronização dos indivíduos de uma sociedade, que de sujeito passa a ser objeto. A coisificação da cultura, tal como a cultura massificada que, enquanto mero produto a ser consumido, sustenta a adequação de um indivíduo à sociedade pautada no esquematismo de produção e consumo. E essa relação da existência humana atrelada ao consumo de cultura massificada leva uma sociedade a fuga da realidade, mata a autonomia e criticidade dos indivíduos, ou seja, os impedem de se individualizar, substituindo a percepção ciente da vivência por um entretenimento que existe unicamente na necessidade de distração, opções de divertimento que evitam o caráter reflexivo e buscam dar ao indivíduo a falsa sensação de lazer que mascara a opressão do pensamento analítico e a manipulação do consumidor, além de adulterar não somente a experiência estética, como também a própria estrutura da produção artística, cada vez mais subjugada aos valores mercadológicos (ALÉXIA; GOMES; OLIVEIRA, 2014).

Neste contexto, surge o que Guy Debord (1997) chamou da sociedade do espetáculo, uma sociedade pautada no exibicionismo de comportamentos, ideologias e, principalmente, de posses, onde cada indivíduo faz de si mesmo um show a ser exibido e a atração principal é a impressão que se pretende despertar na plateia. Ou ainda, segundo Pierre Lévy (2003), “a sociedade do espetáculo é esse momento intermediário em que a esfera informacional já adquiriu um início de consistência, sem ter ainda adquirido sua autonomia em relação à Mercadoria” (p. 198).

Transportando esta ideia para os dias atuais, percebe-se que muitos têm uma necessidade de estar constantemente conectados, disponíveis a quem quer que seja, provar constantemente que estão vivos e atualizados dentro de seu âmbito social, precisa-se aparecer para existir (ALÉXIA; GOMES; OLIVEIRA, 2014). Então, a internet, principalmente as redes sociais, vira uma vitrine de exibicionismo dos atores do mundo virtual através do compartilhamento de fotos, vídeos, pensamentos ou o que quer que seja. Diante disso, vale citar Lévy quando ele lembra que, “como enfatizado por toda uma literatura sociológica, e bastante explorado pela publicidade, o consumo serve para a construção de identidade bem mais do que para a satisfação de ‘necessidades’ anteriores” (2003, p. 132). Portanto, nos dias atuais, as redes sociais surgiram como o caminho perfeito para exteriorizar, ostentar o consumismo, pois é mais fácil de atingir milhares pessoas no mundo digital do que no analógico, ocorrendo um sentido inverso do que pensado na inteligência coletiva. E justamente nas redes sociais, onde existe um grande número de ostentadores, é que grandes marcas despejam milhões em dólares, reais, euros etc. em busca de mais consumidores. Deve-se ressaltar que “essas corporações se estabelecem graças à potência planetarizada de seus

canais, plataformas e suportes de comunicação digitais, que interligam, em tempo real e com velocidade inaudita, povos, sociedades, economias e culturas” (MORAES, 2013, p.19).

Esse mundo dito moderno parece substituir a experiência direta por uma experiência mediada pelos meios tecnológicos, no sentido que “tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997 apud ALÉXIA; GOMES; OLIVEIRA, 2014, p.13). E mesmo que a internet possibilite o acesso à informação do mundo todo na rede, o meio o qual os indivíduos estão inseridos produz tendências que levam ao consumo padronizado, que deriva condutas massificadas e sustentadas pelos modismos que surgem dia após dia. Neste sentido,

Debord (1997) nos lembra que desde os anos 1960 tem acontecido uma transposição dos conceitos de ‘ter’ para o ‘parecer ter’, e isso fica evidente também nas redes sociais da internet, quando os indivíduos se mostram preocupados com a exibição dos lugares que visitam, dos produtos que adquirem, das pessoas que conhecem, das marcas que utilizam, dos espaços que frequentam, da forma que se vestem, dentre muitos outros tópicos que têm se mostrado uma oportunidade de ostentar na rede, partindo do princípio de que a sociedade do espetáculo proporciona o protagonismo diante de seus amigos virtuais, e os indivíduos se aproveitam disso (sic) para montar a melhor cena possível, de forma que eles não apareçam como eles realmente são ou como vivem, mas como eles gostariam de viver ou aparentar poder. Isso tudo acaba por se transformar em uma alavanca para o consumismo, incentivando a incessante busca pelo poder através de posses, de aquisição de marcas e tudo aquilo que for conveniente para ser exibido posteriormente (ALÉXIA; GOMES; OLIVEIRA, 2014, p. 441).

Seguindo nesta linha, Gouveia Júnior cita Santos (2001), pois ele acrescenta para essa base de argumentação que há de se levar em consideração as conveniências e os interesses dos grupos que controlam a mídia, pois a informação e à comunicação à distância não se processam unicamente a partir das interações entre pessoas, mas também daquilo que é veiculado por esses canais. E apesar de Santos ter dito isto há 14 anos, trabalhos acadêmicos mais recentes corroboram com essas reflexões (GOUVEIA JÚNIOR, 2015).

Portanto, não tem como imaginar um meio democrático em um meio aonde indivíduos são guiados, através de códigos, a seguir um caminho traçado pelas grandes empresas da rede, quase os manipulando a seguir uma conduta previamente elaborada e estabelecida. Lembrando que “o mundo virtual é apenas um suporte para processos cognitivos, sociais e afetivos que ocorrem entre indivíduos bem reais” (LÉVY, 2003, p. 100), e neste sentido, ressalta-se que internet até pode ser um meio mais democrático em certos contextos, como já foi elucidado vários exemplos, mas deve-se ressaltar que ela é usada pelo ser humano, que é corruptível por natureza e que, muitos desses sujeitos, não se interessam pela democracia de toda uma sociedade e sim pelo seu bem estar em um âmbito bem menor, um núcleo quase

familiar. E estes atores modernos da era tecnológica, os que detêm poder no mundo digital, mostram todo seu egoísmo ao usar toda a evolução tecnológica a seu favor, para manter uma ordem social que lhe interessa e lhe mantem no topo da pirâmide.

A internet, mesmo mantendo uma relação onde ao receptor é garantido maior seleção do que é informado e o direito de ser também emissor – já que pode também manifestar opinião, não se desvincula do intento de alienação do ser humano. Essa alienação passa a vestir estratégias inovadoras: conferem aos usuários das redes a ideia de autonomia, mas os padroniza através da construção de tendências comportamentais (ALÉXIA; GOMES; OLIVEIRA, 2014, p. 443).

Um exemplo prático do que foi elucidado são empresas como o Google, que “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’” (GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 73). E são situações exatamente como as do Google que possibilitam o questionamento das ideias de uma rede livre e universal sem fronteiras espaciais (SANTOS, 2001 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015) e permitem associações do poder dos motores de busca da internet hoje à influência dos meios de comunicação de massa denunciados em outra época pela Escola de Frankfurt (BALDI, 2013 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015).

Nada parece indicar que o panorama cultural responsável pela constituição da visão de mundo do homem urbano moderno tenha se alterado nas últimas décadas: continuamos, tal qual nossos antepassados recentes, imersos em uma cultura que tem o individualismo como valor supremo, espiritualmente amarrados ao que Simmel chama de *Deus-dinheiro* e orientados para o consumo massificado de bens culturais, informação e propaganda (BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 08, grifo do autor).

Sim, as novas tecnologias de comunicação e informação abriram a possibilidade para que qualquer indivíduo, que tem os equipamentos, recursos e conhecimento necessários, possa se expressar, da maneira que for, e “jogar” suas ideias ao mundo. Porém, “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” (GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 73).

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 (sic) de

anunciantes de outros tantos produtos e serviços (BALDI; OLIVEIRA, 2013 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015, p. 73)

Atualmente, investe-se tanto em tecnologias de comunicação e informação, que uma empresa de grande porte armazena, em média, 200 terabytes de dados sobre produtos e consumidores, através de informações coletadas na rede. As empresas, com uso de ferramentas tecnológicas, reúnem pesquisas, tabelas, relatórios e históricos de compras que traçam perfis de clientes e potenciais novos clientes (MORAES, 2013).

Portanto, é possível entender a inteligência coletiva como uma proposta utópica da cooperação que pode gerar um espaço dinâmico de conhecimento, pois também pode promover 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 custas de interesses econômicos e políticos, acabam por criar centros e periferias, não obstante a ilusão de uma visibilidade global do ciberespaço. (BALDI; OLIVEIRA, 2013 apud GOUVEIA JÚNIOR, 2015).

4 A SOCIEDADE DA HIPERCOMUNICAÇÃO E A ESPIONAGEM VIRTUAL

Desde o começo do século XX até os dias de hoje, a humanidade viveu, e ainda vive, três importantes modelos de produção, transmissão e recepção de mensagens.

Num primeiro momento, a Sociedade das Letras, e seus signos de erudição e intelectualidade, valorizou a cultura livresca, com suas enciclopédias, seus clássicos da literatura universal e suas bibliotecas. A seguir, a Sociedade da Imagem fascinou a mente e os corações dos homens, liberando a humanidade para sonhar e fantasiar a realidade com os olhos telepresentes e televivenciais do universo audiovisual. E, por fim, a Sociedade dos Bits reencantou o mundo, espargindo novas alternativas virtuais de contato e interação entre os homens, além de proporcionar novos mecanismos rizomáticos e descentralizados de cultura, arte, entretenimento e consumo (MARSHALL, 2014, p.16).

O desenvolvimento tecnológico foi criando e recriando processos humanos de interação midiática, onde a informação, a comunicação e o conhecimento modificaram sua natureza social, um novo modo dos homens processarem e distribuírem seus pensamentos e emoções. E devido a toda evolução tecnológica que ocorreu no mundo, principalmente a partir do começo do século XXI, o planeta está cada vez mais interconectado e globalizado. As tecnologias de informação e comunicação evoluíram de tal maneira que, cada vez mais, vive-se em um cenário de universalização dessas tecnologias, das redes e dos processos sociais, institucionalizados em cima de uma plataforma digital, interativa, imagética e intangível que assume um protagonismo na vida dos indivíduos e dos povos (MARSHALL, 2014).

Os canais sensoriais e imaginários do ser humano parecem inebriar-se com tamanha profusão de trocas simbólicas em circulação pelas redes deste século XXI. A galáxia da hipercomunicação estabelece uma hipersociedade em rede, conectando ou reconectando os homens em novas formas de sociabilidade, interação e desenvolvimento, à revelia da vontade ou do poder dos próprios seres humanos (MARSHALL, 2014, p. 4).

Em estimativa feita pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), órgão das Nações Unidas (ONU), em maio de 2015, existem 3,2 bilhões de internautas no mundo. Ainda de acordo com o órgão, em 2000 eram apenas 738 milhões de internautas, ou seja, a penetração da internet cresceu sete vezes, de 6,5% para 43% da população global (O GLOBO, 2015). Além disso, dentro de todo esse oceano de informação, podemos citar, seja por motivos políticos, sociais ou econômicos, o exponencial crescimento ao acesso a *smartphones*

– celulares com acesso a internet – no mundo. Eram 1,6 bilhões de pessoas que usavam esse tipo de aparelho até o começo de 2015 (NUCCIO, 2015).

Pode-se citar também as redes sociais, que já são milhares espalhadas pela *web*, com milhões de usuários em cada uma delas. Um universo imaginável de pessoas produzindo e recebendo conteúdo na *web*. Para citar um exemplo, o Facebook tem aproximadamente 1,2 bilhões de usuários, que realizam, em média, 3 bilhões de postagem por dia (MARSHALL, 2014).

Todavia, não só o número de internautas cresce espantosamente. A Internet começa a desbancar as mídias tradicionais na preferência de usuários e consumidores do mundo inteiro. Em recente pesquisa da Universidade de Navarra, feita em sete países, verificou-se que os jovens latino-americanos já preferem usar a internet a assistir televisão. A pesquisa ouviu 22 mil estudantes de mais de 200 centros educativos do Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela (MARSHALL, 2014, p. 15).

Portanto, a população global está cada vez mais no mundo digital, com cada vez mais usuários acessando a internet, seja através de um computador, *tablet* ou *smartphone*, relacionando-se através de redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram. Como elucidou Marshall, “é uma verdadeira revolução de costumes, com uma nova dimensão no sentido da cultura e da civilização. Há uma reforma no modo do ser humano ler, conhecer, perceber, falar, escrever, comunicar-se, socializar-se, relacionar-se etc” (2014, p. 06). Outro fator importante é “que, nos últimos 30 anos, a humanidade produziu um volume de informações novas mais do que nos cinco mil anos precedentes” (MARSHALL, 2014, p. 07).

Além disso, como já elucidado neste trabalho, as ‘velhas’ e as ‘novas’ tecnologias da comunicação e da informação se encontram no ciberespaço. As potencialidades de cada tecnologia podem ser reestruturadas no mundo digital de modo a associar e integrar os modos de comunicação, informação e conhecimento, mas, ao mesmo tempo, a proporcionar um renascimento de cada mídia em um novo ambiente tecnológico. As características da portabilidade, da instantaneidade, da agilidade, da sonoridade, próprias do meio rádio, foram combinadas com os recursos da universalidade, da imagem, da transmissão ao vivo, específicas do meio televisão, bem como com a oferta de interpretação, opinião e informação, do meio jornal, e da profundidade, da reflexão, da crítica e da erudição, do meio livro (MARSHALL, 2014).

Entretanto, da mesma forma que o planeta está mais conectado, cresce o número de softwares, programas, robôs capazes de espionar a rede, possibilitando monitorar o movimento dos cibernautas, e até mesmo de nações, coletar dados pessoais e comerciais

destas pessoas, sorrateiramente, muitas vezes ilegalmente, sem os indivíduos saberem que tal fato ocorre, em uma clara afronta a liberdade e privacidade destes indivíduos. E da mesma forma que a tecnologia permite a informação ir mais longe e mais rápida, esta mesma tecnologia torna mais fácil à espionagem no mundo virtual. Este tema inclusive já foi obra de ficção na literatura.

O controle governamental dos cidadãos foi um tema abordado em duas conhecidas célebres obras literárias, de caráter distópico e futurista, escritas ainda na primeira metade do século XX: Admirável mundo novo, de Aldous Huxley, e 1984, de George Orwell. Se o mundo de Orwell era marcado por um regime político totalitário e repressor, cuja vigilância sobre seus cidadãos era mediada por tecnologias de comunicação e expressa no lema “the Big Brother is watching you”, o de Huxley, por sua vez, destacava-se por retratar uma sociedade pacífica e dopada, psicologicamente condicionada a obedecer leis e regras, e orientada a conceber o controle governamental como uma importante engrenagem da civilização estruturada que lhes trazia felicidade (BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 11).

Estas duas visões futuristas da ficção, embora sejam diferentes, tem um ponto em comum que é a vigilância da sociedade. E conforme destaca Bauman (2001), as duas obras compartilham do sentimento pessimista em relação ao futuro, de um mundo estritamente controlado, com a liberdade individual reduzida a nada ou quase nada, liberdade esta rejeitada por pessoas treinadas a obedecer as ordens e seguir rotinas estabelecidas; um mundo onde a humanidade seria controlada por uma elite que maneja os cordões e o resto dessa população poderia passar toda sua vida movendo como marionetes. Orwell e Huxley ambos sentiram que a tragédia do mundo era seu ostensivo e incontrolável progresso rumo à separação entre os cada vez mais poderosos e remotos controladores e o resto, cada vez mais destituído de poder e controlado (apud BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013).

Embora nossa sociedade não se encontre em um cenário tão caótico como o citado nas duas obras acima, pode-se dizer que alguns aspectos se assemelham. Como o caso denunciado por Edward Snowden, ex-consultor da Agência Nacional de Segurança dos EUA (NSA), em que o governo de Barack Obama mantinha um esquema de vigilância de indivíduos e organizações de todo o mundo.

Além dos dados telefônicos, o programa de vigilância Prism, usado pela NSA, coleta dados de provedores online incluindo e-mail, serviços de chats, vídeos, fotos, dados armazenados, transferências de arquivos, videoconferências e logins, e tem na lista de empresas envolvidas gigantes da internet como Yahoo, Microsoft, Facebook, Google, Paltalk, AOL, Skype e YouTube (BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 12).

Sobre a desculpa de estar vigiando possíveis atos terroristas, lavagem de dinheiro, drogas e pornografia infantil, o governo americano manteve programas de espionagem na rede de vários países, de forma sigilosa e desrespeitando a soberania nacional destes países. Porém, apesar desta motivação “nobre” para vigiar, diga-se espionar, a rede, Snowden também denunciou que a NSA também apanhou dados sobre empresas petrolíferas da Venezuela e de energia do México. Empresas que certamente, em primeira vista, está fora do radar dos crimes internacionais citados. Segundo o jornalista Luciano Martins Costa, “esse tipo de informação privilegiada coloca em xeque o mito da liberdade comercial e, teoricamente, quebra o princípio da igualdade de condições que supostamente governa o capitalismo globalizado” (apud BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 12). Ainda segundo Costa, levando estes dados em considerações, existe

o risco de uma empresa norte-americana de petróleo conseguir mapear a estratégia de investimentos da Petrobras, ou dos benefícios que o setor agrícola dos Estados Unidos teria a partir do rastreamento de informações do agronegócio brasileiro; ‘se a espionagem americana no Irã e no Paquistão é motivada por questões de segurança, o monitoramento das comunicações na China e no Brasil deve ter outras razões, uma vez que esses dois países estão fora do mapa principal do terrorismo internacional’ (apud BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013, p. 12).

Portanto, em certos contextos, é possível afirmar que o acesso irrestrito à informação, quando se tem os equipamentos que permite isso, e os múltiplos canais de informação podem se unir ao controle político, da forma como faz o governo como o dos EUA, de acordo com Snowden, que através de redes de espionagem, em nome do combate ao terrorismo, vigia tudo que é escrito, compartilhado e acessado por cidadãos de diversas partes do mundo. E também se deve lembrar o controle exercido pelas redes sociais e pelo Google, como já citado anteriormente, que seleciona os links que aparecem para os usuários e assim vale-se de algum tipo de controle sobre a informação acessada, dando, em pelos menos em algum âmbito, a falsa noção de liberdade na rede (BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER, 2013).

5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo fazer um paralelo entre aspectos positivos e negativos da internet e refletir sobre os dois lados da moeda deste meio. Do lado dos otimistas, acredita-se que o ciberespaço é um meio de comunicação que democratiza a informação, comunicação e o conhecimento, por outro lado, os pessimistas em relação à internet acreditam que a rede é apenas mais um meio de comunicação regida pelo grande capital, sujeitando seus usuários a um “mais do mesmo”, a uma repetição ao que acontece em outras mídias.

E, diante de tudo que aqui foi exposto, pode-se dizer que a internet é uma tecnologia com grande potencial embutida em si, mas é apenas mais uma plataforma de usuários humanos com seus problemas e seus conflitos de interesses. Lembrando que “a inteligência coletiva não tem relação alguma com a insensatez das massas” (LÉVY, 2003, p. 77). Ou seja, a tecnologia por si só não basta para a informação ser democratizada, ela facilita, mas é necessário foco também em aspectos humanos, políticos, educacionais, psicológicos, entre outros que levam em conta os estudos das ciências sociais.

A rede pode ser usada tanto para o bem, para a disseminação de informação, conhecimento, promover a inteligência coletiva, entre todas as outras possibilidades já citadas; como para o mal, para dominação de uma sociedade como menos recursos, desinformação, espionagem em rede, obtenção de lucros estratosféricos através de um sistema voltado para o capital e suas técnicas.

A tecnologia está aí para ser usada e “a internet nos permite voltar a sonhar com a democratização da informação” (RAMONET, 2013, p. 66), mas os atos decorrentes deste uso dependem dos agentes sociais da rede. Deve-se ressaltar, como já exposto, um grande problema contemporâneo é a inércia social de um mundo em constante transformação, de um mundo efêmero e “essa leitura é facilmente interpretada na identificação das redes como espaços de produção em larga escala de uma ‘cultura do ‘por si’’, ou ‘cultura do’, explicitada via uma ‘inteligência estética ultraindividual’” (BEZERRA; SALDANHA; SCHNEIDER; 2013, p. 08), onde indivíduos, em geral, estão cada vez mais preocupados em sua imagem, em se promover na rede, do que trabalhar por um bem coletivo.

Outro ponto a se ressaltar é que, mesmo na internet, várias das plataformas de comunicação usadas são plataformas dominadas pelo capital. A grande maioria dos usuários comum usam plataformas de comunicação online que são regidas por leis capitalista e acabam seguindo a mesma lógica de outros meios de comunicação. Por exemplo, mesmo que qualquer

usuário possa dispor sua música online sem ter contrato com uma grande gravadora, para isso, ele provavelmente terá que usar de plataformas que recebem grandes quantias de dinheiro de anunciantes, como o Youtube. Além de tantas outras redes sociais, que prioriza os chamados “posts patrocinados” em detrimento das postagens comuns, tornando quem tem mais dinheiro para investir mais visível nestas plataformas, demonstrando claramente que, mesmo na internet, o dinheiro tem poder e desequilibra uma possível balança para a igualdade na rede.

Um fator relevante sobre a internet foi a transformação da comunicação de um sistema vertical, de um para todos, de um sistema horizontal de todos para todos. O problema começa a partir do momento que o capital começa entender esse novo meio comunicacional e volta suas garras para o mundo virtual, utilizando seus métodos, vigentes desde a Revolução Industrial, para a dominação deste mais recente espaço de comunicação.

Não nos esqueçamos de que, como apontou César Rendueles, doutor em filosofia e professor associado de sociologia na Universidade Carlos III, muitos projetos da internet seriam o paradigma por antonomásia de uma utopia liberal na qual a cooperação surge, como num passe de mágica, de mera participação num espaço límpido, estranhamente parecido com o mercado, de indivíduos autônomos sem outra relação que a de uma comunidade de interesses (apud SERRANO, 2013, p. 173).

Por fim, vale ressaltar que a reflexão do que aqui foi proposto, de forma alguma, tem o objetivo de querer colocar um ponto final nesta discussão, ciente de que há muito a se aprofundar e debater sobre este tema, e até analisar a evolução histórico-social que a internet ainda trará para a sociedade contemporânea. Mas apenas trazer a luz tanto os pontos positivos da rede quanto os pontos negativos, a fim de fazer um debate acadêmico justo e crítico sobre a questão.

REFERÊNCIAS

- ALÉXIA, Débora; GOMES, Ana Bárbara; OLIVEIRA, Alessandro Eleutério de. **O facebook em tempos de espetacularização transcendental da existência**. 2014. Disponível em: <<http://www.uemg.br/openjournal/index.php/anaisbarbacena/article/view/832/539>>. Acesso em: 29 ou. 2015.
- AMADEU, Sergio. Economia da cultura digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 66-77.
- BEZERRA, Arthur Coelho; SALDANHA, Gustavo Silva; SCHNEIDER, Marco. **Ascensão e queda da utopia tecnoliberal: a dialética da liberdade sociotécnica**. 2013. Disponível em: <<http://repositorio.ibict.br/bitstream/123456789/487/1/Arthur.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2015.
- BUCCI, Eugenio. Comunicação digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 202-213.
- CANABARRO, Diego R.; BORNE, Thiago. Ciberespaço e internet: implicações conceituais para os estudos de segurança. **Boletim Mundorana**, [S. l.], maio 2013. Disponível em: <<http://mundorama.net/2013/05/19/ciberespaco-e-internet-implicacoes-conceituais-para-os-estudos-de-seguranca-por-diego-rafael-canabarro-e-thiago-borne/>>. Acesso em: 22 set. 2015.
- CARVALHO JUNIOR, José Murilo. Por uma cultura digital participativa. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 9-11.
- DOWBOR, Ladislau. Economia da cultura digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 56-65.
- GOUVEIA JÚNIOR, Mário. A cultura da convergência midiática e a fábula da autonomia: uma breve discussão no paradigma tecnológico. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.11, n. 1, p. 69-76, maio 2015. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/734/524>>. Acesso em: 30 out. 2015.
- HADDAH, Fernando. Política da cultura digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 24-33.
- HOHLFELDT, Antonio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002. parte I, cap. 4, p. 61-98.
- LEMONS, André. Infraestrutura para a cultura digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. P. 137-151.
- LEMONS, Ronaldo. Economia da cultura digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 96-105.
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEVY, Pierre. **A Inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LIMA, Marcelo Fernando de; OLIVEIRA, Eliane Basilio de. Cibercultura e cidadania cultural: considerações teóricas. **Revista Temática**, João Pessoa, v. 8, n. 9, p. 1-12, set. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/23496/12926>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

MARSHALL, Leandro. **A sociedade da hipercomunicação**. 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed791_a_sociedade_da_hipercomunicacao/>. Acesso em 14 out. 2015.

MARTINO, Luiz C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. parte I, cap. 2, p. 27-38.

MARTINS, Elaine. **O que é world wide web?** 2008. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/web/759-o-que-e-world-wide-web-.htm>>. Acesso em: 13 out. 2015.

MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. parte I, cap. 1, p.19-52.

NUCCIO, Dony de. Número de usuários de smartphones cresce 25% em um ano no mundo. **G1.globo**, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/hora1/noticia/2015/01/numero-de-usuarios-de-smartphones-cresce-25-em-um-ano-no-mundo.html>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

O GLOBO. **Mundo tem 3,2 bilhões de internautas, diz agência da ONU**. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/mundo-tem-32-bilhoes-de-internautas-diz-agencia-da-onu-16266748>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

PINHO, José Antonio Gomes de. Sociedade, informação, capitalismo e sociedade civil: reflexões sobre política, internet e democracia na realidade brasileira. **Pensata**, São Paulo, v. 51, n. 1, p. 98-106, jan./fev. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75902011000100009&script=sci_arttext>. Acesso em: 30 set. 2015.

PRADO, Claudio. Política da cultura digital. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 44-55.

RAMONET, Igancio. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In: MORAES, Dênis de (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. parte I, cap. 2, p. 53-70.

RAMONET, Igancio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. parte II, cap. 1, p. 85-102.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. 1. ed. São Paulo: Hcker Editores, 2002.

SERRANO, Pascual. Outro jornalismo possível na internet. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. parte II, cap. 3, p.145-182.