

Cibercultura e transformação acelerada nas formas de interação: Consequência necessária da tecnologia?

Marcos Ramon Gomes Ferreira¹

Resumo: A proposta desse artigo é refletir sobre a cibercultura a partir de uma de suas características mais exaltadas: a interação. Pretendemos discutir o otimismo dos autores que defendem as novidades do ciberespaço apresentando as formas de interação e participação como transformadoras do modelo de cultura em que vivemos. Discutiremos também as possibilidades que essa interação no ciberespaço proporciona. Um dos elementos importantes é avaliar até que ponto a interação no ciberespaço abre caminho para uma revolução da comunicação e da informação.

Palavras-chave: cibercultura, interação, transformação tecnológica.

Abstract: The purpose of this paper is to reflect on cyberculture from one of his most exalted characteristic: the interaction. We intend to discuss the optimism of the authors who defend that cyberspace presents new forms of interaction and participation as the transformative model of culture in which we live in. We also discuss the possibility that this interaction in cyberspace provides. An important element is to assess to what extent the interaction in cyberspace opens the way for a revolution in communication and information.

Keywords: cyberculture, interaction, technological change

A interação é algo que está na constituição da humanidade. Somos seres gregários e, portanto, construímos nossa forma de sociabilidade a partir das conexões de interesse e necessidade que geram ações pontuais que tanto podem estar no campo da cooperação como do conflito.

Desde o momento em que temos registros de nossa presença no mundo vemos como o mecanismo da interação permitiu a sobrevivência, expansão e diversificação de nossas sociedades. A cultura acumulada, repassada e transformada através do tempo, possibilitou a pluralidade de expressões e manifestações que podemos observar nos mais diversos pontos de nosso

¹ Professor do Instituto Federal de Brasília - IFB. Doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília, UnB. E-mail: marcos.ferreira@ifb.edu.br

planeta. Constituímos, a partir de um longo processo de maturação e trabalho coletivo, diversos caminhos para compreender a realidade e seus desdobramentos: arte, religião, filosofia e ciência são frutos dessa necessidade humana de decifrar e construir sentido sobre tudo o que nos cerca.

Considerando isso, não há como dizer que o ato de interagir por si só, seja algo novo². Da mesma forma, é simplista demais afirmar que a interação possibilita a transformação da realidade e permite a abertura de caminhos para o surgimento de novas formas de interesse e constituição de saber. Como dissemos antes, desde que possuímos dados sobre nossa existência sempre foi assim.

Apesar disso, existe um discurso comum, ainda que não consensual, em afirmar que o momento histórico em que vivemos representa algo inteiramente novo, completamente diferente de tudo o que vivemos antes. Nesse novo momento, ainda chamado por muitos autores como cibercultura, estamos tendo que aprender a conviver com novas formas de interação e cognição (PRIMO, 2011), precisamos nos iniciar em uma nova e possivelmente autêntica forma de democracia (LEMOS & LÉVY, 2010) e damos passos certos em direção a uma cultura em que as mídias convergem, tendo como consequência principal disso a ativação das possibilidades criativas e colaborativas de todos nós (JENKINS, 2009; ANDERSON, 2006).

Entendemos que é preciso olhar com um pouco de ceticismo para tudo isso. É bem verdade que nossa época nos surpreende com a velocidade das transformações ocorridas tanto nos campos mais específicos da ciência (sequenciamento do DNA, possibilidades de clonagem e uso de células tronco, desenvolvimento crescente nas pesquisas na área de neurociências etc.), como também nas modificações e nos usos cotidianos dos objetos midiáticos (televisão *on demand*, *smartphones* mais baratos e com mais recursos de criação e difusão de conteúdo, facilidade no acesso e distribuição de produtos culturais, baixo custo em ferramentas de produção etc). Mas isso, por si só, não

² Sêga (2011), em “Sociedade e interação: um estudo das diferentes formas de interagir”, traça esse panorama da interação a partir das relações sociais em diferentes sociedades.

significa que estamos diante de algo inteiramente novo, ou mais, não significa que estamos em um momento de constituição de uma nova realidade. Sêga trata bem a questão quando afirma:

Os meios técnicos de comunicação, incluindo a TV e o computador - acompanhado dos serviços da internet para a distribuição de informação e comunicação – são mecanismos que colaboram para a interação social entre as pessoas que estão cotidianamente envolvidas na recepção e apropriação das formas simbólicas com seus respectivos valores sociais, políticos, religiosos, econômicos, míticos, enfim, culturais. Mesmo com o avanço das novas tecnologias, o homem não se libertou das ilusões dos sentidos, dos mitos e das tradições e, até mesmo, esforça-se para perpetuá-los. (SÊGA, 2011: 119)

As tecnologias nos permitem efetivamente novas possibilidades de interação, mas não são necessariamente instâncias de transformação da natureza humana e nem operam por si mesmas revoluções.

Sobre o termo “revolução”, acreditamos que ele tem sido muito mal empregado quando se refere a constituição da cibercultura e de suas possibilidades. O termo aparece em muitas obras como “revolução digital” ou mesmo “revolução da informação e da comunicação”. Revolução, contudo, é um termo que vai bem mais longe do que o que estamos vivenciando. O Dicionário Abbagnano de Filosofia define “revolução” como sendo uma “violenta e rápida destruição de um regime político, ou mudança radical de qualquer situação cultural.” (ABBAGNANO, 1998: 858)

Neste sentido, entendendo a cibercultura como a continuidade de um processo de transformação que começou com a junção entre industrialização, capitalismo e expansão da comunicação de massa, não parece coerente associar os termos “revolução” e “cibercultura”. Também Muniz Sodré, adentra nesse debate quando afirma:

Mesmo do ponto de vista estritamente material, *mutação tecnológica* parece-nos expressão mais adequada do que “revolução”, já que não se trata exatamente de descobertas linearmente inovadoras, e sim da maturação tecnológica do avanço científico, que resulta em hibridização e rotinização de processos de trabalho e recursos técnicos já existentes sob outras formas (telefonia, televisão, computação) há algum tempo. (SODRÉ, 2011, p.13)

Mas para além da questão semântica ou mesmo da discussão (às vezes improfícua) sobre o status revolucionário de nossa época, o que nos interessa nesse artigo é discutir como a interação adquiriu ou chamou para si essa condição de transformadora da realidade e das formas de sociabilidade e construção da cultura.

Parece-nos, a princípio, ter sido um movimento muito rápido, esse que sai da superação da comunicação de massa (e aqui cabem todas as críticas pessimistas que não conseguiam ir além do aspecto ideológico dos meios de comunicação) direto para a abertura do cidadão autônomo, reflexivo e capaz de produzir a cultura que ele próprio consome. O que procuraremos discutir nesse artigo, então, é exatamente isso: até que ponto as formas de interação no ciberespaço possibilitam formas inteiramente novas de inserção na cultura?

O ciberespaço como um local privilegiado para a interação

Lúcia Santaella propõe a cibercultura como uma extensão da cultura de massa, passando pelo que a autora denomina “cultura das mídias”. A cultura das mídias, diferentemente da cultura de massas, já representava, na análise feita por Santaella, uma primeira onda de possibilidades para o cidadão comum. Aquele que era quase que exclusivamente um consumidor passa, a partir da cultura das mídias, a interferir um pouco mais na forma como a cultura chegava até ele. A facilidade de acesso a algumas tecnologias, como as máquinas reprodutoras de *xerox*, o *walkman*, a televisão a cabo, o videocassete e os *videogames*, modificaram pouco a pouco também a forma como a indústria via seus consumidores.

No entanto, só a partir da última década do século XX é que ocorreram reais transformações com implicações efetivas que pudessem contribuir para a mudança do paradigma da indústria cultural. Uma nova forma de percepção da realidade surgiu a partir dos meios de comunicação, dando origem assim à cibercultura. Lúcia Santaella apresenta assim o contexto:

Como se não bastassem as instabilidades, interstícios, deslizamentos e reorganizações constantes dos cenários culturais midiáticos pós-

modernos, desde meados dos anos 90, esses cenários começaram a conviver com uma revolução da informação e da comunicação cada vez mais onipresente que vem sendo chamada de revolução digital. No cerne dessa revolução está a possibilidade aberta pelo computador de converter toda informação – texto, som, imagem, vídeo – em uma mesma linguagem universal. (SANTAELLA, 2003: 59)

Aliado a isso, Santaella constata ainda como a interação no ciberespaço apresenta perspectivas inteiramente novas, para além de qualquer coisa que fosse possível nos domínios da indústria cultural:

Graças à digitalização e compressão dos dados, todo e qualquer tipo de signo pode ser recebido, estocado, tratado e difundido, via computador. Aliada à telecomunicação, a informática permite que esses dados cruzem oceanos, continentes, hemisférios, conectando potencialmente qualquer ser humano no globo numa mesma rede gigantesca de transmissão e acesso que vem sendo chamada de ciberespaço. (SANTAELLA, 2003: 71)

A nossa desconfiança sobre essa forma de ver o fenômeno da cibercultura recai primeiro sobre a ideia de uma superação da indústria cultural, como se ela tivesse ficado para trás para dar lugar a cibercultura. Ainda que a autora não diga isso desta forma, transparece em sua fala a percepção de que muitas peculiaridades da cultura de massa foram abandonadas por completo, dado que vivemos agora num mundo de interconexão constante. E é exatamente neste ponto que vemos um outro foco de desconfiança: a ideia de que a existência de tecnologias digitais significa necessariamente que a maior parte das pessoas estão envolvidas com seus usos e práticas. A autora se posiciona sobre isso quando afirma:

Mudanças profundas foram provocadas pela extensão e desenvolvimento de hiper-redes multimídia de comunicação interpessoal. Cada um pode tornar-se produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos. Com isso, uma sociedade de distribuição piramidal começou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real. Isso significa que estamos entrando numa terceira era midiática, a cibercultura. (SANTAELLA, 2003: 82)

Apesar dessa constatação ter sua pertinência ela ainda é abrangente demais para sustentarmos a ideia de que a cibercultura é uma realidade efetiva para o grande público. É verdade, sem dúvida alguma, que a diminuição nos custos dos *softwares* de gravação de produção de música, por exemplo, permitem que qualquer pessoa possa gravar, produzir e divulgar um disco com

boa qualidade de áudio sem precisar sair de casa. Contudo, a simples existência da tecnologia e a facilidade de acesso a ela não significa que teremos um uso expressivo da mesma. Afinal de contas (ainda considerando o exemplo da música), mesmo com um bom equipamento caseiro para gravação, é preciso considerar que para se tornar produtor de si mesmo é preciso conhecimento teórico-prático razoável em diversas áreas: artístico (composição e execução de instrumentos), engenharia de *software* (compreensão da estrutura dos recursos de gravação, manipulação do próprio *software*), *marketing* (estratégias de divulgação) etc. Quantas pessoas, então, realmente conseguiriam fazer isso?

O que questionamos aqui não é a possibilidade efetiva de transformação de hábitos e perspectivas que a cibercultura permite, mas muito mais a necessidade de associar essas possibilidades com um estágio não só de mudanças significativas, mas também de uma possível passagem para um estágio evolutivo superior. Manuel Castells vai exatamente por esse caminho quando afirma:

(...) a introdução da informação e das tecnologias de comunicação baseadas no computador, e particularmente a Internet, permite às redes exercer sua flexibilidade e adaptabilidade, e afirmar assim sua natureza revolucionária. Ao mesmo tempo, essas tecnologias permitem a coordenação de tarefas e a administração da complexidade. Isso resulta numa combinação sem precedentes de flexibilidade e desempenho de tarefa, de tomada de decisão coordenada e execução descentralizada, de expressão individualizada e comunicação global, horizontal, que fornece uma forma organizacional superior para a ação humana. (CASTELLS, 2003: 8)

Não fica claro para nós a proposta de uma “forma organizacional superior”. Superior em que sentido? Qual o parâmetro para tratar essa ideia de superação? O autor não aborda, de forma direta, essas questões. A evidência da realidade é, aparentemente, suficiente para dizermos que se a tecnologia existe e ela possui possibilidades vantajosas para a humanidade, elas serão necessariamente aproveitadas. Castells se mantém nessa perspectiva quando aponta para o caminho do entendimento da Internet como uma “cultura da liberdade”:

A cultura da internet caracteriza-se por uma estrutura em quatro camadas: a cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial. Juntas, elas contribuem

para uma ideologia da liberdade que é amplamente disseminada no mundo da internet. (CASTELLS, 2003: 35)

Aqui cabe o mesmo questionamento que fizemos antes: qual o parâmetro para falar dessa cultura da liberdade? Será que temos garantias de que as tecnologias atuais serão realmente utilizadas prioritariamente para o estímulo à liberdade e acesso à informação? Essas mesmas tecnologias não poderiam ser empregadas em estratégias de controle e vigilância que trariam como consequência justamente a diminuição da democracia? Parece-nos que as possibilidades de uso das tecnologias para promover a liberdade ou o bem estar das pessoas não são mais definitivas hoje do que foram em outras épocas. Tudo depende do uso que decidimos fazer da tecnologia, e isso vale para toda a nossa história. Aliado a isso vemos também uma distorção da ideia de autonomia, quase como que uma glorificação da ação espontânea, ainda que descoordenada, bem à maneira do que ficou conhecido como ideologia *punk: do it for yourself* (DIY).

(...) essas comunidades [virtuais] trabalham com base em duas características fundamentais comuns. A primeira é o valor da comunicação livre, horizontal. A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras. (...) O segundo valor compartilhado que surge das comunidades virtuais é o que eu chamaria formação autônoma de redes. Isto é, a possibilidade dada a qualquer pessoa de encontrar sua própria destinação na Net, e, não a encontrando, de criar e divulgar sua própria informação, induzindo assim a formação de uma rede. (CASTELLS, 2003: 49)

Castells vê com entusiasmo a possibilidade de que cada pessoa produza sua própria informação, caso não encontre uma fonte confiável, ou não se sinta prestigiado por aquilo que está disponível. A princípio essa pode parecer uma ideia bem interessante, mas existe nessa defesa da cultura livre uma contradição em dois termos: para produzir a minha própria informação eu preciso de um referencial externo. Logo, se eu rejeito esse referencial externo (“os conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras”), como poderei ter autonomia para propor com o mínimo de criticidade algo que seja relevante para a construção de um debate efetivo?

Parece-nos que o que encanta os entusiastas da cibercultura é provavelmente a rapidez com que vivenciamos seu crescimento. Como afirma Santaella: “O que mais impressiona não é tanto a novidade do fenômeno, mas o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que elas provocam” (SANTAELLA, 2003: 18).

Concordamos que as possibilidades são quase irrestritas e que os usos da tecnologia digital podem efetivamente facilitar nossas vidas, mas discordamos do quase determinismo com que a questão é tratada, como se fosse inevitável o caminho de uso generalizado da tecnologia digital para o bem estar da humanidade:

Novos usos da tecnologia, bem como as modificações reais nela introduzidas, são transmitidos de volta ao mundo inteiro, em tempo real. Assim, o intervalo entre o processo de aprendizagem pelo uso, e de produção pelo uso, é extraordinariamente abreviado, e o resultado é que nos envolvemos num processo de aprendizagem através da produção, num feedback intenso entre a difusão e o aperfeiçoamento da tecnologia. (CASTELLS, 2003: 28)

Na prática, o que se observa é algo bem diferente disso. O mais recorrente nos ambientes online é a reprodução das mesmas práticas midiáticas desde a indústria cultural, bem como difusão dos mesmos conteúdos. Ainda que seja possível o acesso e a transformação da própria tecnologia por parte dos usuários³, boa parte do público está interessada em interações mais simples, como o uso do *email*, de redes sociais *online*, compartilhamento de arquivos e portais de notícias.

Qualquer pessoa pode utilizar a internet e produzir e difundir conteúdo próprio. Isso é inteiramente verdade, mas também é verdade que a maior parte das atenções na Internet está voltada para elementos da grande mídia ou

³ O navegador “Mozilla Firefox” é geralmente utilizado como um bom exemplo dessa mudança de paradigma, em que os usuários passam a ser envolvidos e constroem produtos que servem a todos. De fato, a constituição do Firefox se deu e continua ainda acontecendo de forma colaborativa, mas apesar da participação ser livre, apenas algumas centenas de especialistas contribuem efetivamente com o projeto. Centenas de pessoas em um único projeto realmente é um número muito grande de pessoas envolvidas, mas considerando-se a quantidade de pessoas que possuem meios técnicos para participar (computadores pessoais e acesso à internet), a quantidade de colaboradores já fica bem menos significativa.

incentivados por ela⁴. As poucas exceções, como blogs pessoais que alcançam grande público, acabam se adequando ao modelo econômico de monetização de conteúdo, como o uso do *Google AdSense*⁵. No final de tudo, nos parece que a confusão é entender a cibercultura como sinônimo de máquinas e aparatos técnicos, quando o mais representativo é provavelmente a concepção de virtualidade e desmaterialização:

São tecnologias que não estão mais centradas na figura material do maquínico, mas sim na noção do virtual. Nossas representações do computador não se centram em sua imagem mecânico-eletrônica, em sua entidade corpórea. Sua figura, sua materialidade são quase que inteiramente eliminadas do circuito representativo. (FELINTO, 2005: 43)

Esse imaginário da virtualização se une com um outro imaginário, o da democratização do conhecimento, que trataremos a seguir.

Conhecimento, informação e coletividade

O debate sobre a democratização da tecnologia e do conhecimento é fomentado principalmente pelas expectativas nos benefícios quase que evidentes que o acesso livre a essas tecnologias poderia trazer. No entanto, não temos como saber as consequências dessa democratização até experimentarmos ela. Esse parece ser o argumento de pesquisadores como Andrew Feenberg:

A democracia é um dos valores principais ao qual um industrialismo redesenhado poderia servir melhor. Mas o que significa democratizar a tecnologia? O problema não é primordialmente de direitos legais, mas de iniciativa e participação. As formas legais podem eventualmente rotinizar as reivindicações feitas pela primeira vez, informalmente, mas tais formas permanecerão ocas, a menos que emergjam da experiência e das necessidades dos indivíduos que resistem a uma hegemonia tecnológica específica. (FEENBERG, 2010: 127).

⁴ Um exemplo interessante disso é a quantidade de movimentação nas redes sociais por conta da novela “Avenida Brasil”, veiculada pela Rede Globo em 2012. Considerando que a televisão, a partir das perspectivas mais entusiastas da cibercultura, deva ser encarada como um meio defasado e ultrapassado em relação à Internet é significativo notar o apelo que a audiência promoveu por conta e para esse produto midiático específico.

⁵ O *Google AdSense* é uma ferramenta que possibilita atrelar anúncios comerciais a qualquer conteúdo veiculado na Internet. É massivamente utilizado por usuários que almejam obter mais lucros com os acessos aos seus blogs pessoais.

O que Feenberg propõe, a partir do ele chama de teoria crítica da tecnologia, é que a tecnologia pode ser sim uma promessa de aumento da liberdade e da participação nas decisões sobre os usos e constituição da própria tecnologia, mas as condições para isso não são simples. Para o autor, o fator decisivo para não termos alcançado esse status em que a tecnologia está a serviço da transformação do mundo em termos democráticos não está na tecnologia (que não é boa nem má em si mesma), mas no fato de não termos nos dedicado suficientemente a pensar sobre instituições que trabalhem para isso. Apesar de seu posicionamento bem definido, Feenberg não deixa de reconhecer que existem muitos aspectos desse debate que ainda estão em aberto.

No entanto, para além dessa discussão de base existe uma outra, já aparentemente definida, nas áreas da publicidade e da administração, que tem sido comumente utilizada por grande parte dos estudiosos da cibercultura para tratar da democratização do conhecimento e da tecnologia. Dois importantes representantes dessa visão sobre a relação entre a tecnologia digital e a sociedade são Henry Jenkins (2009) e Chris Anderson (2006). Henry Jenkins aposta na ideia de que o consumo coletivo e a participação efetiva são uma regra já estabelecida:

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo (...)
(JENKINS, 2009: 30)

A grande questão, para nós, é que isso não parece ser exatamente diferente do que existe desde, pelo menos, meados do século XX. Jenkins afirma, acertadamente, que vivemos em um mundo com cada vez mais informação, mas isso por si só não é motivo para afirmar que estamos em um ambiente mais participativo do que em outras épocas. A crítica do autor chega mesmo a ser imediatista, quando o mesmo aponta para divisões extremistas a respeito do posicionamento do público e do mercado do entretenimento:

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2009: 47)

Ao afirmar que os antigos consumidores eram passivos, o autor parece desprezar o fato de que a cultura de fãs, que é tão celebrada nos estudos sobre convergência das mídias, começou a partir do intercâmbio de fãs de literatura e de filmes de ficção científica, a partir da década de 1930. Esses fãs criavam suas próprias revistas especializadas, que circulavam apenas nesse círculo restrito de interessados, os *fanzines* (*fanatic magazines*). Ao afirmar que os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, além de serem isolados, o autor negligencia os movimentos da contracultura da década de 1960, quando jovens do mundo todo se posicionaram sobre questões políticas e econômicas, estimulando a produção de música, literatura, cinema e moda voltada para conscientização social e política, unindo-se em manifestações que efetivamente transformaram o modo como as pessoas passaram a enxergar a realidade. Quando diz que os antigos consumidores eram silenciosos e invisíveis, o autor parece esquecer-se do barulho que o movimento *punk* fez, fazendo com que a mídia repensasse sua concepção sobre o que caberia produzir e para quem. Olhando sempre em perspectiva direcionada para a exaltação da tecnologia digital Jenkins afirma ainda:

(...) os meios de comunicação de massa tendem a usar seu controle total sobre a propriedade intelectual para reinar sobre as demais interpretações, resultando em um mundo onde existe apenas a versão oficial. Esse controle total intensifica a coerência da franquia e protege os interesses econômicos dos produtores, mas a cultura empobrece com essa regulação. (JENKINS, 2009: 339)

Nesse sentido, o que o autor parece dizer é que antes da cibercultura e das possibilidades de interação possibilitadas pela tecnologia digital, o que tínhamos era uma cultura inferior, “empobrecida” pelas formas de regulação. Mas essa cultura regulada permitiu também o surgimento de inúmeros ícones,

hoje considerados clássicos, nas mais diversas áreas: cinema, literatura, música etc.

Não estamos criticando as possibilidades que a tecnologia digital oferece aos novos criadores, mas sim a pretensão em afirmar que o que temos hoje é necessariamente superior ao que acontecia antes da era do ciberespaço. Além disso, o autor não parece atento aos perigos que o excesso de informação, que ele exalta em parte, podem trazer. Como afirma Erick Felinto: “O grande pesadelo do excesso de informação é a impossibilidade de escapar dela, de encontrar um ‘local’ de cultura que não esteja sobrecarregado de estímulos informacionais.” (FELINTO, 2005: 114)

Na mesma linha de pensamento de Jenkins, mas um pouco mais cuidadoso, Chris Anderson aponta para as possibilidades da tecnologia digital em relação à cultura de massa:

Ainda existe demanda para cultura de massa, mas esse já não é mais o único mercado. Os hits hoje competem com inúmeros mercados de nicho, de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades. (ANDERSON, 2006: 5)

Anderson utiliza o conceito de “cauda longa” emprestado da economia. A cauda longa representa o mercado de nicho, onde muitos produtos bem específicos podem tirar uma grande faixa do mercado de um produto veiculado pela grande mídia. É nesse aspecto da cibercultura que Anderson vê possibilidades significativas de mudanças na produção e consumo da cultura:

Poucos anos atrás, a maioria desses autores não publicaria seus livros, o que seria o bastante para desencorajar muitos deles a não escrever nenhum livro. Mas, hoje, os custos da editoração caíram tanto que quase todo mundo pode ser autoeditor. Isso significa que as pessoas podem escrever livros por qualquer motivo e não mais precisam que as editoras comerciais decidam se vale a pena levá-los ao mercado. (ANDERSON, 2006: 75)

Concordamos que esse mercado de nicho tem seu lugar e sentido, mas a questão parece ser se esse é um modelo de negócio viável para todos os lados

envolvidos: quem produz e quem consome⁶. Anderson argumenta sobre a cultura de nicho, como sendo uma forma existente desde antes da revolução industrial:

Antes da Revolução Industrial, quase todas as culturas eram locais. A economia era agrária, o que distribuía as populações com tanta dispersão quanto as terras disponíveis, e a distância dividia as pessoas. A cultura era fragmentada, gerando sotaques regionais e músicas folclóricas. A falta de meios de comunicação e de transportes rápidos limitava a miscigenação cultural e a propagação de novas ideias e tendências. Essa foi uma primeira era da cultura de nicho, determinada mais pela geografia do que pela afinidade. (ANDERSON, 2006: 25)

Os avanços tecnológicos, a consolidação do capitalismo e a difusão da cultura massiva (jornais, quadrinhos, cinema, fotografia, moda dos centros urbanos), foram os catalisadores de uma mudança estrutural que inviabilizou, na interpretação de Anderson, a cultura local, especializada. A internet permite agora uma nova onda da cultura de nicho, mas no lugar determinações espaciais essa cultura se funda na interação e na possibilidade efetiva de participação. O interessante nesse momento em que vivemos, de acordo com o autor, é que a motivação para essa interação e participação não tem como foco inicial nenhum propósito comercial:

Por que será que alguém cria algo de valor, de verbetes de enciclopédia a observações econômicas, sem um plano de negócios e, nem mesmo, perspectiva de remuneração? A questão é fundamental para a compreensão da Cauda Longa, sobretudo porque boa parte do que compõe a curva não começa com propósitos comerciais. (ANDERSON, 2006: 71)

Para o autor a moeda de troca que está em jogo é muito mais a reputação do que o princípio econômico. Entendemos, por outro lado, que existe um pouco de cada coisa. Como já dissemos antes, a regra é que as pessoas envolvidas em projetos bem sucedidos na internet cobrem por seus produtos, de forma direta ou indireta. Em outros casos, eles são contratados por grandes empresas⁷. Mas a grande maioria dos usuários são pessoas que apenas ajudam a

⁶ Estamos considerando, naturalmente, que muitos consumidores continuarão a ser apenas consumidores, enquanto que na utopia da tecnologia digital, quase todos consumem e produzem conteúdo simultaneamente.

⁷ Essa é, por exemplo, a política do *Youtube*, que investe em todos os usuários que alcançam grande público com seus vídeos.

distribuir esse conteúdo pela internet. Claro que existe também um grupo específico de pessoas engajadas nos usos e transformações da tecnologia, mas esses estão mais próximos da ideologia *hacker*, que naturalmente exige conhecimentos que não são comuns ao grande público.

Considerações finais

Muitas das distorções que tentamos demonstrar nesse artigo ocorrem, provavelmente, pelo posicionamento extremista de grande parte dos estudiosos da cibercultura, que entendem a Internet e seus desdobramentos como algo completamente novo e separado de todo o processo de constituição da comunicação de massa decorrente do século XX. Alex Primo, em “Interação mediada por computador” chega mesmo afirmar que “a rigor, as teorias de comunicação de massa pouco ou nada podem ajudar na compreensão das convenções que ocorrem nas salas de bate-papo na Web, por exemplo” (Primo, 2011: 9). Considerando que esses estudos fundadores acabam sendo pouco considerados na análise da cibercultura, o que resta é, quase sempre, uma coletânea de impressões sobre o que está visível.

No caso da interação, transparece um otimismo exagerado sobre as reais condições do que pode ser realizado pelo público comum, o que nos faz entender que as possibilidades e inovações da tecnologia digital não farão da interação algo muito maior do que ela sempre foi. Fernando Iazzetta, em “Música e mediação tecnológica”, por exemplo, verifica que os processos interativos decorrentes da disseminação dos *softwares* de produção musical não despertou efetivamente uma transformação significativa sobre o aspecto gerador da cultura: “A interação refere-se muito mais a um encantamento com a possibilidade de intervir na obra de arte do que a uma participação ativa em sua concepção” (IAZZETTA, 2009: 177).

Entendemos, por fim, que todos os posicionamentos, ainda que divergentes (ou até mesmo principalmente estes), contribuem para o debate e permitem que o conhecimento avance dentro da área dos estudos sobre comunicação e cibercultura, campo em que esperamos também contribuir.

Referências

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- FEENBERG, Andrew. Racionalização subversiva: tecnologia, poder e democracia. *In*: Neder, Ricardo T. (org.) – **Andrew Feenberg: racionalização democrática, poder e tecnologia**. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina/Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS. Ciclo de Conferências Andrew Feenberg. _ série Cadernos PRIMEIRA VERSÃO: CCTS - *Construção Crítica da Tecnologia & Sustentabilidade*. Vol. 1. Número 3. 2010. ISSN 2175.2478.
- FELINTO, Erick. **A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- IAZZETTA, Fernando. **Música e mediação tecnológica**. São Paulo: Perspectiva; Fapesp, 2009.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMO, A. & LÉVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.
- PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
- SÊGA, Christina. **Sociedade e interação: um estudo das diferentes formas de interagir**. Brasília: editora Universidade de Brasília, 2011.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.