

---

# Representações Culturais na Esfera Cibernética

---

**Narrira Lemos de Sousa\***



A sociedade pós-moderna é marcada pela imposição de uma nova cultura de mídia, que pode ser classificada ou não como cultura de massa. Para entender o espaço que essa cultura de mídia alcança em termos tecnológicos e como ela se organiza no sentido de cooptar internautas e virtualizar as relações sociais, é necessário conceituar a cultura de massa e delimitar o pós-modernismo, também acentuado por alguns como pós-humanismo.

Desde meados da década de 1950, o Brasil experiencia uma nova fase na área de comunicação: a televisão. A televisão caracteriza um período de inovação, os meios comunicativos que antes só transmitiam a voz e a escrita podiam agora também serem vistos através de imagens. Com a sua popularização, o aparelho televisivo eclodiu em um salto alto para a publicidade; sendo objeto não só do mercado, mas também do governo e quaisquer mecanismos políticos. Aí se encontra o problema dessa nova tecnologia, não havia um espaço de interação, mas sim um meio usado principalmente por instituições, que não só detém o capital para tal, mas também o poderio, que cada vez mais crescente com sua popularização, se tornou político e influenciável, tal como influenciado. Pois agora, a política e a mídia deveriam discutir conjuntamente em favor de seus interesses – e não do povo.

Em contraponto, a partir do século XXI, abrimos contato com algo ainda mais inovador, o que vai expandir a interação em tempo real com a televisão, o rádio e as pessoas de todo o mundo: a internet. A internet, além do computador, inova e interfere diretamente no pensamento social, por ser além de tudo objeto de ação humana. O pós-humano é o estado dessa interação, é onde a relação homem-máquina ultrapassa suas barreiras, e segundo algumas especulações é possível que passe a se tornar máquina-homem, a partir do momento em que a máquina tomar ciência de sua existência. O

---

\* Mestranda em Sociologia pela UFG – Universidade Federal de Goiás.

termo pós-humano foi inventado pelo intelectual Ihab Hassan que refletia a “imagem do recorrente ódio do homem por si mesmo”, publicado no ensaio *Prometeus as Performer: Toward a Posthumanist Culture*, 1977 (FRANCO, 2007).

De certo modo, podemos creditar essa referência de Hassan, afinal, o que mais seria a tecnologia do que a imagem do próprio ser que a criou? O grande diferencial para a sociedade ocidental que desfruta desse acesso são os níveis que as implicações sócio-econômicas-culturais vão atingir; considerando que a tecnologia se moverá pelo princípio de comunicação, criando uma nova cultura de mídia, Lúcia Santaella cita F. Sabbah para sintetizar esse surgimento:

“Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicação de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor”.(2003)

Essa nova mídia é caracterizada pela multiplicação dos meios cibernéticos, em especial, a possibilidade da interação em todos os aspectos possíveis de mídias, possibilitados não só pelo computador, mas especialmente, pela Internet.

### **Cultura virtual: suas representações e mecanismos de controle**

Ainda que a Internet tenha surgido na década de 1980, sua popularização no Brasil estendeu-se somente nos anos 2000, e o que a torna um meio tão fantástico de comunicação? O que já foi dito, que é o seu leque de possibilidades e de interação, não tão somente com a máquina, mas com outras pessoas que mergulham em seu mesmo universo, por mais distante que estejam, possibilitando essa troca:

“Eu não quero simplesmente exaltar a Internet – mesmo achando que as pessoas que tornam possível essa forma de expressão devam ser louvadas. Eu desejo, sim, apontar a importância dessa forma de expressão. Assim como a Kodak, a Internet possibilita às pessoas capturar imagens. E como um filme de um estudante nos ônibus *Just Think!*, as imagens podem ser misturadas com sons ou textos.” (LESSIG, 2005, p.62)

Mas o que é mais estarrecedor é que, apesar da interação com outras pessoas independente de ser o vizinho, a amiga, ou outra pessoa desconhecida; ela cede ao usuário a possibilidade construir seu próprio perfil, seu próprio meio social e sua própria classe, sem que haja a temerosidade do conflito com a realidade. E é assim que as instituições midiáticas aproveitam da sua abrangência para não perder seu poderio. A criação de uma cultura virtual ultrapassa o real, apesar de interagir com ele.

Como entender o surgimento de empresas milionárias como a *Google*, *Facebook* e a mais nova *Twitter*? Essa mesma expansão de interrelacionamentos entre pessoas também possibilitou um rastreamento monstruoso por parte de grandes empresas para entender o perfil dos consumidores atuais, a fim de construir ferramentas que compreendessem seus interesses e enriquecessem suas empresas de modo mais ingênuo, no papel do contribuinte, de modo mais medonho, no papel do rastreador: o ataque à privacidade do usuário.

Usemos como exemplo principal a empresa *Google*, ela que surgiu inicialmente como um singelo navegador de buscas da Internet e que, rapidamente, ultrapassou o reconhecido *Yahoo!*, sendo campeã em buscas e logo, em propagandas – discretas. A melhor forma de rastrear e padronizar um usuário é delimitar o seu ambiente, para isso é necessário classificá-lo, conhecê-lo: a *Google* criou uma conta para seus serviços; não satisfeita somente com sua criação, cedeu essa conta de acesso, que incluía acesso à *e-mails*, somente via convite vindo de alguma pessoa que já possuísse uma conta. Há método mais sedutor que o privilégio?

A ampliação de serviços não parou por aí, de contas de e-mail foi para rede sociais, que pode ser considerada, inclusive o melhor método de padronização sociocultural de um ser humano. A criação da rede social *Orkut* foi uma febre difícil de ser contida no Brasil, ela que também como as contas de e-mail, só comporia usuários que tivessem o convite para participar.

Aprofundemos mais em redes sociais. A lógica de uma rede é estabelecer ligações, tais como uma teia. A ligação pode ser dada em três possibilidades: 1. de pessoa para pessoa, 2. de pessoa para comunidade para pessoa, 3. de pessoa para pessoa para uma terceira pessoa (que pode seguir para uma *N* pessoa). Esse tipo de ligação pode ser dado em termos de parentesco (que inclui não somente família, mas também relações de amizade), de trabalho ou de interesses. Os interesses, geralmente, são determinados pelas comunidades afins. As comunidades são criadas pelos próprios usuários para refletirem um comportamento ou gosto comum, por exemplo “Eu amo cerveja”.

No meio cibernético, toda a cultura é temporária e inovadora. Programas viciados tendem a se tornar passageiros e ser substituídos por outros mais criativos e interativos com o usuário final (classifica-se usuário final a pessoa que apenas “usa” o programa produzido). Dessa forma, as redes sociais tornam-se cada vez mais objetos de grupos, são criadas além das com seus papéis de relacionamentos gerais, outras com objetivos de relacionamento determinado: *devianart.com* (rede de artistas, ilustradores com produções próprias), *linkedin.com* (rede de profissionais e empresas), *flickr.com* (rede de fotógrafos), *delicious.com* (rede de compartilhamento de *links*), *dailymugshot.com* (rede de compartilhamento de fotos diárias pessoais), etc.

O *orkut*, após quase uma década, deixa de ser a ferramenta principal dos internautas brasileiros para se tornar, especialmente, um espaço para *spams* (propagandas em massa ou vírus) e *fakes* (perfis de usuários falsos); sendo um exemplo de rede viciada – e não mais viciosa. Novas ferramentas surgem para ocupar esse espaço, como o *Twitter*, programa de mensagem curta instantânea que constrói uma rede social de contatos a critério de classificação de seu usuário.

O mais importante de entender a mutabilidade das ferramentas da Internet não é o seu caráter de inovação, mas sim a necessidade que é imposta ao usuário que esteja sempre atualizado, e que, além de viver em um estado permanente de emergência, não se permita ter tempo para se relacionar em aspecto real com pessoas, portando um meio social formado por pessoas e grupos virtuais da rede. Essa questão não surge somente da Internet, o mercado de trabalho exige pessoas inovadoras, com ideias inovadoras e dedicação exclusiva à criação – especialmente àqueles que trabalham no meio 'ciber'; caráter inovador enaltecido por Martins, citado em artigo da Prof<sup>a</sup> Dr. Vera Toledo Piza: “A mídia pareceria entender; pois, um dos aspectos mais transparentes da iniciativa privada, ou seja, a mutabilidade constante do produto a ser vendido”.(1993)

Vivemos em um tempo de ilusão discreta de temporalidade insatisfatória: o tempo que aí está não é suficiente para nossas vãs realizações. Essa urgência intermitente é explorada e extrapolada pelas empresas – que usam de seu rastreamento tecnológico para nos fornecerem as tecnologias que (não) precisamos, por exemplo, um celular-computador. Aonde quer que o internauta vá, seus amigos navegadores vão juntos, sua comunicação vai junto. A aversão ao mundo empírico combina com fone de ouvidos durante uma caminhada ao mercado da esquina, se é que seja necessário; há como pedir suas compras pela internet – já não temos necessidade de sair por nenhum motivo: escolas *online*, trabalho *online*, compras *online*, relacionamentos *online*.

Como chegar a ponto de que todos os nossos movimentos são ditados por uma regra cibernética? E, além disso, como entender que isso deixa de ser uma possibilidade para ser uma imposição de um novo mercado, que apesar de oferecer uma ferramenta, controla tudo o que há por traz dela, sejam fotos nuas, declarações, conspirações.

Todas as empresas, mesmo as da Internet, contém uma tímida “Política de Privacidade”, que provavelmente estará em letras pequenas no rodapé da página de seu serviço ou no ato de inscrição do mesmo. Esse imenso contrato, que poucas pessoas têm a disposição de ler, diz exatamente o que a empresa pode fazer com os dados pessoais dos usuários de sua ferramenta, seja distribuir amplamente, seja vender para outra empresa, seja ceder para governos e polícias. Vejamos o que diz os princípios de privacidade<sup>16</sup> da empresa *Google*:

---

16 Ver princípios de privacidade a empresa Google em: <http://www.google.com.br/intl/pt-BR/privacy.html>

1. Usar as informações para fornecer aos nossos usuários produtos e serviços relevantes.
2. Desenvolver produtos que reflitam sólidos padrões e práticas relativos à privacidade.
3. Tornar a coleta de informações pessoais transparente.
4. Dar aos usuários a oportunidade de fazer escolhas significativas para proteger a própria privacidade.
5. Ser um guardião responsável das informações que possuímos.

Acredito que seja visível a intenção que a Google tem em coletar os dados e informações que são transmitidos pelos usuários através de seus serviços, ainda, em sua política de privacidade<sup>17</sup> podemos grifar: “*Você pode optar por não enviar informações pessoais para nenhum dos nossos serviços. Nesse caso, o Google pode não conseguir oferecer esses serviços para você*”. Ou seja, geralmente, não só essa empresa como a maior parte, senão todas as outras fornecem as mesmas opções: ou você abre mão de sua privacidade para usar os nossos serviços ou você não usa nossos serviços.

Entretanto, é passível de entendimento que não seja muito sedutor abrir mão de utilizar os serviços das grandes empresas da Internet, afinal, são elas que cedem tantas possibilidades de relacionamentos e de expansão em comunicação. Mas havendo outra porta de saída, ou mesmo de entrada, para manter relações e trocas de informação pela internet, por que continuar utilizando a mesma ferramenta que ataca nossos direitos constitucionais?

Em 1999, em Seattle, nos Estados Unidos, durante as manifestações contra o encontro da OMC (Organização Mundial do Comércio) um grupo de ativistas cansados de terem seus protestos distorcidos pela grande mídia criaram um *website* chamado Indymedia.org, um centro de mídia independente, a proposta, ainda vívida, é que as pessoas façam mídias quando perceberem que é necessário, para desconstruir o poderio das grandes instituições. O grupo cresceu sendo dimensionado em âmbito global, o que inclui também a presença do Brasil. O *website* dos ativistas da Rede *Indymedia* foi o primeiro a propor uma interação com seus leitores – que passam de ser somente passivos para poderem também publicar, desde que de acordo com a política editorial do grupo.

Há dez anos, a possibilidade de publicar coletiva e colaborativa era uma inovação, já não é mais. A maior parte dos *websites* de notícias contém um espaço para o leitor questionar as matérias, comentar ou até mesmo enviar a sua própria, sendo um artigo, imagem ou vídeo. Mesmo assim, o espaço virtual do grupo de ativista se mantém vivo, e agora, mais do que antes, surgem outras propostas como a do mesmo grupo de surgiu em 1999. Inúmeros sítios *online*, *blogs* de postagens escritas, imagens ou vídeos surgem com propostas de construir suas próprias mídias e desaconselham o uso de

17 Ver Política de Privacidade da Google em: <http://www.google.com.br/intl/pt-BR/privacypolicy.html>

ferramentas corporativas, fornecendo também uma nova possibilidade em meio a tanta tecnologia.

Esses novos espaços na Internet, cheios de posições políticas, denúncias e convocações, não são benquistos nem pelos governos, nem pelas grandes empresas – apesar de muitas vezes não serem considerados um perigo real para a perda de credibilidade das mesmas. Também há de se notar o surgimento de grupos disseminadores de cultura proprietária, são esses que criam *blogs* e *websites* para publicarem discos, livros e vídeos que têm licença *copyright* e não são autorizados para a distribuição gratuita – esses sim, são os mais temidos e estão em constante disputa com as grandes empresas.

Justamente pelo aumento cada vez mais crescente de internautas que insistem em publicar e divulgar conteúdo “ilegal” que as nações do mundo vem se reunindo para criar leis colaborativas no sentido de rastrear e criminalizar esse tipo de ação, nomeada de 'ciberativismo', na 'cibercultura':

“Essa nova cultura só apresenta um problema: ela é ilegal. Graças ao sistema de direitos autorais que herdamos do século XIX e que continua a ser sistematicamente ampliado ao longo do tempo (inclusive globalmente, através da Organização Mundial do Comércio), cada obra ou artefato cultural existente na Internet ou em qualquer outro lugar, tem dono. E utilizar a obra, para qualquer finalidade (copiar, distribuir, alterar, modificar etc.) é uma violação dos direitos de propriedade do autor ou de seus intermediários”.(LEMOS, 2005)

Em novembro de 2001, durante uma convenção em Budapeste, Hungria, mais conhecida como Convenção do Cibercrime, foi firmado um tratado entre países do Conselho Europeu e outros países convidados sobre as leis que devem permutar a internet. A partir de 2004, os países signatários passaram a ratificar esse tratado, que visa a cooperação entre os Estados para o combate aos crimes dentro do meio virtual; tem a pretensão de impedir atos contra a confidencialidade, integridade e disponibilidade em Sistemas de Informáticos, redes e dados; e também impedir fraudes do mesmo, etc.

Podemos entender como crime confidencial ataques à dados pessoais registrados em *websites*, como bancos, instituições, etc. (sendo esses dados, senhas, nomes, endereços, etc). Para a integridade, conferimos o termo integridade de dados, que significa manter íntegro ou mesmo puros o conteúdo trafegado na rede – ou seja, não pode ser interceptado, modificado ou divulgado (ilegalmente). Disponibilidade também pode ser referida à disposição de dados na rede virtual, tanto quanto materiais exibidos sem o consentimento prévio ou usufruídos de forma ilegal ('baixar' da rede sem o devido pagamento aos autores ou editoras).

É importante destacar que essas referências citadas nos tratados e projetos de leis são burladas pelo próprio sistema que as cria. Por exemplo, para conferir que os dados

trafegados na rede estão íntegros, a lei obrigará que a provedora do acesso de internet (por exemplo: *Net Virtua*, *Speedy*, etc.) armazene os dados que passam por ela por alguns anos e forneça às entidades institucionais, como a polícia, quando requerido. O fato de armazenar dados pessoais de uma pessoa usuária da internet já é por si só uma invasão de privacidade e confidencialidade.

A grande disputa atual no meio cibernético, que é o que tem gerado reviravoltas no parlamento, é a propriedade intelectual. Lawrence Lessig explica bem a distorção que há entre os governos e as grandes empresas em busca de seus interesses singulares, ele cita Armstrong precursor da transmissão via rádio FM que foi esmagado pelo império RCA (AM) no final dos anos 1930, império que usou de seu poder no governo para dificultar a disseminação dos rádios FM, levando seu criador a suicidar-se diante de sua derrota:

“É dessa forma que algumas vezes a lei funciona. Nem sempre de forma tão trágica, e raramente com esse drama heróico, mas algumas vezes é assim que a lei funciona. Para começar, o governo e suas agências são vítimas de cooptação. Elas normalmente são cooptadas quando um interesse poderoso é ameaçado tanto por uma mudança legal quanto técnica. Esse interesse poderoso freqüentemente exerce sua influência em um governo para que este o proteja. A retórica para essa proteção é sempre baseada, claro, no bem público, mas a verdade é muito diferente.” (LESSIG, 2005, p. 34)

A mobilização não é unilateral, enquanto as nações se organizam para bloquear a distribuição dos conteúdos *copyright* ou que “ataquem” a propriedade do indivíduo, internautas se organizam dentro de suas próprias redes sociais de contatos e articulam movimentações concomitantes nos mais diversos espaços das cidades. Uma dessas mobilizações é o *flash mob*, apesar do termo já existir há mais de duzentos anos, seu significado hoje está completamente modificado. *Flash Mob* quer dizer mobilizações rápidas, especialmente em áreas urbanas. A primeira dessas ações foi organizada via e-mail de forma anônima a fim de aglomerar pessoas em frente a uma loja, que soube antes do evento, acionando a polícia e frustrando a mobilização.

Até mesmo esse tipo de organização cibernética é mutável esse seu critério é construído principalmente pelo fato de que a organização é aberta, sendo passível de modificações, de interações e de repetições; ela nunca ou raramente será a mesma. O próprio *flash mob* que têm para alguns o princípio essencial de 'ação rápida' para outros pode ser tornar uma passeata, como o *Zombie Walk*, onde pessoas se vestem de zumbis, se encontram em um ponto comum e compartilham de um mesmo trajeto.

É perceptível que as ações rápidas podem ter caráter político ou não. No Brasil, em 2008, internautas revoltados com a possibilidade da aprovação do Projeto de Lei 89/2003 proposto pelo senador Eduardo Azeredo sobre a criminalização de usuários da Internet, se organizaram a fim de se encontrar e realizar um rápido protesto em várias

idades do Brasil. Recentemente, o Movimento Mega Não que atua contra a criação e implantação de leis de caráter de crimes cibernéticos, convidou internautas para realizarem uma mega blogagem no dia 21 de abril de 2010, contra o ACTA, um tratado comercial internacional que pretende estabelecer padrões para o cumprimento da legislação de propriedade intelectual.

Sem adentrar na questão da propriedade intelectual, tentemos desmistificar o sentido de 'propriedade' e seus sistemas, Lessig diz que:

“(...) embora a propriedade intelectual seja uma espécie muito peculiar de propriedade, ela de fato é propriedade. (...)”

Se temos um sistema de propriedade, e se esse sistema está ajustado apropriadamente à tecnologia de seu tempo, então é errado se apropriar de propriedade sem a permissão de seu dono. É exatamente isso que “propriedade” significa.”(2005, p. 85)

O atual sistema de propriedade é, de certo modo, confuso e fora da nossa realidade; em que as tecnologias ditam as regras. Seu principal caráter é ser mutável, especialmente quando pensamos em temporalidade. Se o principal objeto de ação do homem de hoje é a tecnologia, que não passa de sistema de inovações, o nosso sistema de propriedade, especialmente intelectual, deveria tal como ser mutável. Dessa forma, também surgem novas propostas de licenças que dão margem à possibilidades de distribuição, modificação ou apropriação de materiais, independentes de serem cibernéticos ou materiais.

O primeiro sistema de licenças criado após o *copyright* foi o *copyleft*, que fez uma paródia ao seu antecessor, nos anos 1980; *copyright*, que tem por essência “todos os direitos reservados” e *copyleft* “todos os direitos revertidos”. Entretanto, a terminologia na verdade refere-se à Licença Pública Geral do GNU<sup>18</sup> (GPL), criada por Richard Stallman, numa ânsia de poder criar e publicar objetos em domínio público. Essa licença dá a liberdade do usuário em posse do objeto em questão de copiá-lo, modificá-lo, compartilhá-lo e distribuí-lo, impondo algumas restrições como que o objeto só poderá ser distribuído mantendo a licença original – tornando assim de completo domínio público.

Em 2001, Lawrence Lessig, lançou o projeto *Creative Commons*, que compõe várias possibilidades de licenciamento de um produto, inclusive a possibilidade de que o próprio autor produza sua licença abaixo da *Creative Commons*. A licença pode adequar-se ao produto, ao autor e ao público; sendo propriedade coletiva ou não. Ela abre, inclusive uma possibilidade que já não é mais permitida pela licença GNU/GPL, que a de comercializar o produto. O autor pode liberar sua produção em modo de liberdade de modificação, distribuição e comercialização ou não, do mesmo.

18 Ver a licença em: <http://www.gnu.org/copyleft/gpl.html>



Essa possibilidade de interação com o sistema de licenças leva-me a crer que esta seja a mais adequada para os tempos atuais. Ainda que, em minha opinião pessoal, a intelectualidade não é propriedade de ninguém a não ser de seu próprio universo, sendo que ela deveria ser amplamente distribuída, sem compreender a um só autor ou dono, como é o conhecimento. Estendemos, mais uma vez ao pensamento de Lessig:

“A acusação que tenho feito sobre a regulamentação da cultura é a mesma que os comerciantes livres fazem sobre os mercados reguladores. Todas as pessoas, é claro, concordam que alguma regulamentação de mercado é necessária – precisamos, minimamente, de regras contratuais e de propriedade, e de tribunais para garantir o cumprimento das mesmas. Do mesmo modo, nesse debate cultural, todas as pessoas concordam que ao menos alguma estrutura de copyright também é necessária. Mas ambas as perspectivas insistem veemente que, só porque alguma regulamentação é boa, não significa que mais regulamentação seja melhor. E ambas as perspectivas estão constantemente sintonizadas aos mecanismos que a lei usa para simplesmente permitir às indústrias poderosas de hoje se protegerem contra os competidores de amanhã.” (2005, p. 194)

E o que resta e continua é a disputa entre governos e indústrias e instituições poderosas, enquanto aqueles que buscam uma forma de aliviar suas ânsias culturais compreendem o submundo da pirataria e desconhecem o amplo universo de leis que chegam para combatê-la; sendo, inclusive, vítimas da emergência criada pelas grandes indústrias.

## REFERÊNCIAS

FRANCO, Edgar. *Será o Pós-Humano?* Ciberarte & Perspectivas Biológicas. 2007.

LEMONS, Ronaldo. *Prefácio à Edição Brasileira*. Em: LESSIG, Lawrence. *Cultura Livre: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade*, Francis, 2005.

LESSIG, Lawrence. *Cultura Livre: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade*, Francis, 2005.

PIZA, Vera. *Reflexões em torno do texto de Adorno: “A Indústria Cultural”*. Disponível em: [http://www.fecap.br/portal/Arquivos/Extensao\\_Rev\\_Liceu\\_On\\_Line/adorno.htm](http://www.fecap.br/portal/Arquivos/Extensao_Rev_Liceu_On_Line/adorno.htm). Acessado em 30 de abril de 2010.

SANTAELLA, Lúcia. *Da cultura de mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*.  
Porto Alegre: Revista Famecos, 2003.