



## **Integrações entre comunicação e economia após a primeira década da web comercial<sup>1</sup>**

André Fagundes Pase

Professor da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

### **Resumo**

Este artigo observa as relações entre a comunicação e a economia diante da utilização da Internet como um meio de comunicação. Além disso, revisa uma década depois a obra *New Rules for New Economy*, do sociólogo Kevin Kelly, pioneira na análise das interfaces entre as duas áreas, atualizando os postulados com a justaposição de outras pesquisas e análises sobre o tema, principalmente de Nicholas Negroponte e George Gilder. Por fim, estes links são reforçados com observações de Morin sobre o paradigma da complexidade.

### **Palavras-chave**

Internet, comunicação, economia, Kevin Kelly, complexidade

A história dos meios de comunicação social não apenas revela seus avanços e constitui um panorama da área, mas também da cultura e economia das sociedades envolvidas. As tensões e os rumos observados durante as evoluções e movimentos entre as mídias e os personagens envolvidos no processo servem como base não apenas para a compreensão do estado atual, mas também para analisar as possibilidades que irão compor o porvir.

Os últimos anos do século XX foram marcados no setor pela crescente digitalização, consequência das novas configurações das telecomunicações e apropriações das mesmas pelas pessoas. Paralelo a isso, o contexto *online* surgiu e conquistou mídias. As linguagens transformaram-se em 0 e 1 no ritmo do aumento da largura da banda de dados, provocando convergências e hibridações entre os meios de comunicação.

Ao longo da sua história, a comunicação mostrou ser influenciada por fatores como os econômicos, tecnológicos, sociais/culturais e políticos, entre outros, mas andando em ritmos muitas vezes sincronizados ou até mesmo opostos. O contexto novo releva estas referências, mas também as ultrapassa. Diante disso, o mapeamento das interfaces entre

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na NP Tecnologias da Informação e da Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



comunicação, tecnologia e economia torna-se importante. A questão do vídeo digital e suas diversas aplicações, paralelas com a implantação da TV Digital, reforçam a necessidade desta perspectiva.

As pesquisas de Kevin Kelly indicaram, na década passada, uma mudança na dinâmica das redes e nas relações com outras áreas. Porém, passados alguns anos, a expansão do Google e dos sites com a participação do público, impulsionados por mais conexões e presença ativa na rede, provocou alterações. Não apenas nos moldes observados por Don Tapscott e Anthony Williams, mas em um uso da Internet no cotidiano.

Neste contexto, política e cultura estão interligadas, de forma complexa, com a economia. Porém, na cultura digital, relações deste porte estão em constante transformação. As pesquisas de Manuel Castells, em *A Sociedade em Rede* (2006), e Thomas Friedman, em *O Mundo é Plano* (2005), fornecem uma visão ampla das mudanças, consequência de manobras do capital que colocam em choque companhias tradicionais contra empresas novas. Um exemplo disso foi a compra da *Time Warner* pela *America Online* em 2000, quando uma empresa com duas décadas de operação adquiriu parte de um conglomerado de mídia (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2000).

Esta operação simbolizou um processo chamado de bolha da *Internet*, quando investidores e organizações investiram valores altos em "empresas ponto com", provocando mudanças até mesmo na mídia, com a retirada de profissionais dos espaços tradicionais para comunicar em *sites*, recebendo um salário maior. Neste período surgem os portais da *Internet*, endereços que reúnem diversas páginas de uma mesma companhia. A fina camada de sabão inflou e estourou após o *Bug* do Milênio que não foi observado, a partir da retirada do capital de investimento. Diversas empresas encerraram atividades, provocando um realinhamento no mapa financeiro (TAS, 2005).

A partir disso, o investimento no campo *online* contou com novas expectativas. O atual valor da marca *Google* – e seu consequente império através de *sites* como *YouTube* – é observado por alguns economistas como indício de uma nova bolha. Porém, em contrapartida, observa-se que as operações envolvendo a nova economia permanecem, delineando um cenário onde empresas de mídia contam com conteúdo e



tradição mas necessitam de espaço e acesso no mundo virtual, característica observada ao contrário em *sites* como *YouTube* e *MySpace*, por exemplo.

Durante a primeira expansão da *web*, pré-Bolha, o sociólogo e jornalista Kevin Kelly definiu, em 1998, um manifesto para a nova economia. Mesmo com as alterações na topografia vistas desde então, os indicadores permanecem válidos.

Uma a uma, cada uma das coisas que importam para nós na vida são tocadas pela ciência e então alteradas. A expressão humana, o pensamento, a comunicação e até a vida humana foram infiltradas pela alta tecnologia. A cada setor transformado pela alta tecnologia, a ordem tradicional é subvertida e novas regras estabelecidas. Os bravos tremem, os outrora confiáveis buscam ajuda desesperadamente e os espertos ganham uma chance de prevalecer (KELLY, 1998, p. 1).<sup>2</sup>

A presença da *Internet* no cotidiano é cada vez maior e as transformações na vida real são constantes. Serviços como o *Skype* provocaram mudanças na telefonia tradicional, além da profusão de vídeos no *YouTube*, formando um banco de dados audiovisual sob demanda e maior a cada dia. A força da multidão conectada é tamanha que cenas de novelas, filmes ou gols marcados horas antes estão na página, colocados ali por outro usuário e não pela geradora do conteúdo.

Há uma ruptura na ordem tradicional, provocada pelo uso das ferramentas digitais. Elementos adjacentes, como a propaganda e a indústria de eletrônicos, também sentem as conseqüências. *Softwares* como o *Microsoft Messenger*, que conta com 39 milhões de usuários apenas no Brasil (ESTADO DE SÃO PAULO, 2007), também contam com espaços para anúncios, disputados pelas empresas. O cenário é diferente do vivido uma década antes e assim os produtores tradicionais de informação atualmente buscam novas saídas para a sua sustentabilidade. A sobrevivência de um veículo, por exemplo, também passa a depender da tecnologia utilizada.

Mas enquanto a revolução tecnológica do avanço rápido é manchete em todos os jornais, algo muito maior acontece por baixo. O controle pelos lançamentos de novas ferramentas interessantes e objetos de desejo constitui uma nova ordem econômica. A geografia das riquezas é remodelada pelas nossas ferramentas. Agora vivemos em uma nova economia criada pela diminuição drástica dos computadores e expansão das comunicações (KELLY, 1998, p. 1).<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Tradução livre do autor.

<sup>3</sup> Tradução livre do autor.



A reunião das mídias em apenas alguns aparelhos foi diluída em muitos outros com a digitalização e a cópia idêntica dos arquivos. Desta forma, dispositivos novos ganham as ruas diariamente. Os meios de comunicação legitimam seu posto de extensões do homem não mais apenas pelo comunicar, mas também pelo carregar consigo da mobilidade e pelo conter, como um *iPod* que armazena a discografia inteira de vários artistas na palma da mão. Vídeos criados e produzidos para a *Internet* contam com mais audiência que alguns programas de TV e encontram veiculação através dos nichos, além do custo reduzido para o armazenamento. A mudança do *broadcast* para o *on demand* subverte a ordem tradicional e diminui os custos, reforçando uma nova cartografia entre os produtores de conteúdo.

Além disso, a forma como o cidadão usa um aparelho transforma ainda mais esta economia. Mesmo equipamentos caros, como um *iPhone*, são imitados e replicados após seu lançamento, numa economia também marcada pela transgressão digital.

Ao colocar que “Apenas observamos o começo da ansiedade, perda, excitação e ganhos que muitas pessoas vão experimentar enquanto nosso mundo muda para uma nova e altíssima economia técnica planetária” (1998, p. 1)<sup>4</sup>, Kelly reforça um ponto observado por outros autores, como Lévy e Castells, o impacto da *Internet* e das redes digitais na sociedade é recente. A influência do capital volátil dos investimentos financeiros nos países, decorre da possibilidade de transferir valores para o mundo sem sair de casa. Casos como o processo contra o Napster são sintomas da aceleração dos caminhos e fluxos, agora globais, também na produção de conteúdo.

Esta nova economia tem três características distinguíveis: é global. favorece coisas-ideias intangíveis, informação e relacionamentos. E também é intensamente interligada. Estes três atributos produzem uma nova espécie de mercado e sociedade, com raízes em redes eletrônicas ubíquas (KELLY, 1998, p. 2).<sup>5</sup>

As três características observadas por Kelly podem ser aplicadas para a comunicação. O conteúdo publicado em um país torna-se global ao ir para a Rede, as barreiras geográficas deixam de ser impedimento para a difusão de um programa. Os seriados de televisão exemplificam isto, pois a exibição em um país é gravada e logo após colocada para download para todo o mundo.

---

<sup>4</sup> Tradução livre do autor.

<sup>5</sup> Tradução livre do autor.



Além disso, as ações estão interligadas – são complexas, como apontaria Morin – pois dados são trocados entre pessoas pelo mundo instantaneamente. Kelly também afirma que sempre as economias foram “conectadas” – fato que se observa em outra velocidade nas navegações do século XVI, por exemplo –, porém a agilidade dos movimentos e a influência da tecnologia marcam o tempo presente. Empresas como *El País* (Espanha) e *BBC* (Reino Unido) buscam mercados globais e oferecem conteúdo em alguns casos específico para algumas regiões.

A economia tradicional permanece forte, mas as idéias colocadas *online* são replicadas – como os *sites* de relacionamento ou *messengers*, que se tornam modelos de negócios. Em alguns casos, empresas tradicionais adaptam-se aos modelos novos e buscam relações novas com seus leitores – *Fox* e o *MySpace*, Estado de São Paulo e comunidade *Link*, por exemplo. Os elementos de uma *Internet* mais pessoal e colaborativa também podem reforçar marcas tradicionais.

Escrito em 1998, o livro indica como exemplo de companhia atual a Microsoft, por vender conhecimento intangível (mesmo que armazenado em *CDs*) e ditar regras não apenas para a sua área, mas também para setores interligados. Porém, o contexto *online* é tão mutante que menos de uma década depois uma empresa deste porte e modelo é enfrentado por outra. O modelo *Google*, gestado no final dos anos 90, coloca em xeque o simples organograma tradicional administrativo e informático visto também no contexto *online* através do *Yahoo*.

O modelo *Web 2.0*, definido por O’Reilly, coloca investimentos e lucros no mesmo nível das ações dos usuários. A economia dos *Wikinomics*, conforme definição de Don Tapscott e Anthony Williams (2007), age com a divisão das idéias com o consumidor. Trata-se não mais do registrar apenas quando finalizado e recolher conseqüências favoráveis disso, porém colocar o pensamento no plano *online*, dar um verniz de sempre em construção (o *Beta* presente nos *sites*) e buscar o posto de melhor espaço que realiza tal tarefa. O *YouTube* não foi o primeiro *site* com vídeos na *Internet*, porém a facilidade para inserir e assistir vídeos é característica da marca e seu maior trunfo perante outros concorrentes. Nos últimos meses, as mudanças realizadas pela equipe gestora provocaram inclusive a criação de um espaço para *feedback*. As informações são coletadas e analisadas, refletindo nos passos futuros (YOUTUBE, 2007).



Não há a perda do controle, porém as ferramentas utilizadas pelo público refletem mais a sua vontade ao receber e armazenar conteúdo produzido pela própria “audiência” tradicional. A programação de televisão com os padrões de qualidade das emissoras também é colocada neste plano, porém de forma diferente do simples exibir em um único horário, o tradicional *broadcast*. A possibilidade de gravar e depois trocar arquivos *online* ou publicando em algum *site* modifica como um programa é apreciado pela audiência.

Este uso do material difere do modelo de negócios vigente e provoca questionamentos sobre a validade dos indicadores de popularidade e como anunciar neste contexto. Na Grande Rede, um *site* torna-se popular pela sua utilidade, pelo modo como é manipulado pelo público e as informações publicadas no espaço tornam-se parte do cotidiano. Registra-se esse fenômeno não apenas no *YouTube*, mas também com *Flickr*, *MySpace* e *Orkut*. E esta troca de informações, com relações importantes para a vida fora do computador, é global. O perfil de uma pessoa em um *site* de redes sociais é observado por pessoas antes da contratação e por amigos, por exemplo, e encontra-se hospedado em outro país, muitas vezes. Assim como ocorreu com a economia e os investimentos globalizados, os dados e relações pessoais, além das informações assimiladas durante o dia, trafegam pela rede mundial.

Kelly também reforça que a comunicação – seja no sentido apenas da troca de dados e principalmente na relação entre pessoas com compreensão de informação – atualmente forma a economia “Porque a comunicação – aquela formada pelas tecnologias e mídias digitais – não é apenas um setor da economia. Comunicação é a economia” (KELLY, 1998, p. 5).<sup>6</sup>

Não se trata de um pensamento alinhado com os conceitos de ondas formulados por Alvin Toffler nos anos 70, mas de constatar a importância das comunicações em rede para a manutenção do atual patamar de desenvolvimento mundial. Além disso, emergências como as vistas na questão do vídeo e da digitalização das mídias reforçam o movimento de enfatizar a comunicação no cotidiano observado no movimento do jornalismo participativo e apropriação popular das tecnologias. O planeta está interligado pela comunicação.

---

<sup>6</sup> Tradução livre do autor.



Kelly também enfatiza que a entrada apenas da informática com seus avanços não é parte completa da atual vanguarda, mas que os movimentos de desenvolvimento contam com aplicações sociais e humanas utilizando este aparelho para comunicar. Se a expansão do homem pelo planeta e a sua história é influenciada pelo ato de comunicar, comunicar com o computador altera os paradigmas.

É por isto que as redes formam um bom negócio. A comunicação está tão próxima da cultura e da sociedade em si que os efeitos das ações de implantação das tecnologias estão além das meras escalas de produção industriais (1998, p. 5).<sup>7</sup>

O impacto destas aplicações, portanto, chega até a raiz das vidas e está além das economias de ciclo e escalas, faz parte de uma transformação maior.

Tecnologias como o circuito integrado são classificadas por Kelly como “tecnologias habilitantes” (*enabling technologies*), pois provocam inovações em outras, assim como alguns setores provocam o mesmo movimento em outros quando alterados. Os *chips* de computador e a posterior interligação em rede encaixam-se nestes casos, pois mudanças na comunicação (tanto no sentido de informações bem como dados) ecoam em outras áreas.

Após a expansão não apenas do capitalismo, mas também da industrialização e das ligações financeiras do mundo, Kelly afirma que a nova economia está influenciada pelo movimento das tecnologias. “Assim como o mundo de *chips*, fibras óticas e aparelhos sem fio gira, gira o resto do mundo” (1998, p. 8).<sup>8</sup> Com estas constatações, formula algumas regras para a nova economia.

A validade dos postulados de Kelly está na observação dos comportamentos das redes, agindo de forma interligada. Este olhar centrado nas ações tecnológicas, porém partindo da *Internet* e não dos meios tradicionais, diferencia a linha de pensamento.

A rede é o nosso futuro.

De todas os empenhos que nós humanos estamos engajados, talvez o maior deles seja trabalhar na coletividade em nossas vidas, mentes e artefatos para produzir uma rede de escala global. Este grandioso trabalho é

---

<sup>7</sup> Tradução livre do autor.

<sup>8</sup> Tradução livre do autor.



realizado há décadas, mas recentemente nossa habilidade de conectar as coisas foi acelerada (KELLY, 1998, p. 9).<sup>9</sup>

A sociedade vive interligada por redes desde as tribos de índios, através das comunicações entre as aldeias. Séculos depois, o homem aprimorou as técnicas para o envio de mensagens sem sair do seu lugar.

Conforme ressaltado anteriormente, o processo de digitalização ligou empresas de comunicação de uma forma mais ágil, permitindo que textos, por exemplo, fossem repassados para uma redação de maneira instantânea por fax. A *Internet* e redes derivadas aceleraram o processo com uma velocidade maior.

Dois avanços tecnológicos novíssimos – o *chip* de silício e as fibras óticas – em conjunto permitem aplicações e transmissões em alta velocidade. Como partículas nucleares colidindo ao mesmo tempo, a intersecção destas inovações provocaram uma força nunca antes vista: o poder da rede difundida. Assim como essa grandiosa rede espalha-se pelo planeta, uma agitado enxame cobre a superfície da Terra. Estamos cobrindo o globo com uma sociedade em rede (KELLY, 1998, p. 9).<sup>10</sup>

Portanto, no contexto conectado, a sintonia com o movimento das redes é importante. Esta força de muitos, também designada como força de vários pequenos Davids dos novos meios contra os Golias tradicionais por Glenn Reynolds, em *Army of Davids* (2006), provoca um jogo de forças que direcionam o trânsito das mídias.

Desta forma, a percepção dos autores mostra-se sintonizada com Negroponte. Na trinca de capítulos 13, 14 e 15 – “A Era da Pós-Infomação”, “Horário Nobre é Meu” e “Boas Conexões” –, o autor reforça que a TV deve buscar pensar menos como TV convencional e mais pela lógica das conexões digitais. Esta comunicação alteraria envios síncronos e assíncronos de acordo com a natureza do conteúdo transmitido (um jogo de futebol ou uma novela, por exemplo).

A base para o trânsito deste vídeo deve ser uma *Internet* de altíssima velocidade. George Gilder define tal caminho em *Telecosmo*, obra que centra a discussão na afirmação que quanto maior a largura de banda maior o uso de diferentes mídias em um ambiente convergente.

---

<sup>9</sup> Tradução livre do autor.

<sup>10</sup> Tradução livre do autor.



Essas tecnologias de fibra ótica, comunicação de alto espectro e as redes sem fio, juntas, constituem o telecosmo. O telecosmo torna a largura de banda – informação a uma velocidade enorme e escala praticamente infinita – a abundância que define uma nova era, eclipsando até mesmo a maravilhosa era do computador (GILDER, 2001, p. 11).

Portanto, o contexto técnico está apto para receber a torrente de dados. A crescente oferta de planos de acesso com distintas velocidades disponíveis no mercado indica isso. A quantidade de cabos e redes sem fio transmitindo informações criam uma nova pele de comunicação para o planeta, com o digital cobrindo o outrora domínio do envio de sinais analógicos.

No capítulo 13 de *Telecosmo*, Gilder reforça que as atuais estruturas que exercem poder no capitalismo – e em especial nos setores de informação – utilizam estratégias para provocar receio em novos investidores e atores que podem provocar mudanças em um cenário. “O governo e a mídia alimentam-se do medo de monstros” (2001, p. 191). Desta forma, conseguem apropriar-se de inovações ou mesmo bloquear seu acesso através de normas e leis, tanto criando novas bem como sem atualizar outras.

Falando sobre a economia das margens do Lago Ness, os eruditos investigam a escuridão em constante evolução do mercado e vêem por trás de toda mudança industrial a forma espectral de alguma serpente ou tubarão nadando em círculos, de onde apenas uma nova burocracia ou guarda liberal pode nos salvar (2001, p. 190).

Esta afirmação não apenas encaixa-se com situações como a de novos padrões de informática, mas também para descrever ações das empresas no limiar da digitalização. O próprio caso do Brasil, que trocou um modelo com características distintas das presentes no mercado por outras adequadas para as estruturas vigentes (e tradicionais) pode ser descrito por este caso.

Os reguladores nunca tiveram problemas para encontrar testemunhas para a ameaça iminente. Em suas campanhas de destruição criativa, qualquer capitalista provoca pânico no *establishment* para abastecer os bedéis com recursos para derrubá-los [os inovadores] (GILDER, 2001, p. 191).

Escritas em 2001, as frases poderiam servir para uma explicação dos anúncios das emissoras de TV durante a discussão sobre a entrada da TV Digital no Brasil, por exemplo. Informações sem contexto, como o custo da TV aberta e os interesses por trás do processo, apoiaram uma campanha das instituições oficiais que reforçou aspectos



novos ao meio televisivo, sem o devido esclarecimento da população. A realidade norte-americana do início do século permanece atual também no contexto brasileiro.

“Agora, com a tecnologia da informação sendo a principal fonte de novas riquezas, existe uma caçada a novos monstros para justificar uma futura campanha governamental de tributação e regulamentação” (GILDER, 2001, p. 191). A criação das guias de desenvolvimento das novas mídias tornou-se a ocasião ideal para uma renegociação política e econômica. A alteração das leis – no Brasil a adaptação das leis de telecomunicações para permitir tele e radiodifusão sob demanda e o padrão *WiMax*, por exemplo – tornam-se instantes oportunos também para rever fontes de recursos e também a manutenção de estruturas geradoras de capital para o governo e empresas relacionadas.

Gilder não defende um campo para concorrência, um capitalismo tradicional com verniz contemporâneo, mas sim ações que caminhem para o reforço do proposto telecosmo. “Resumindo, o verdadeiro monstro que deve ser combatido são as regulamentações mal-orientadas” (2001, p. 199). A constatação carece de um complemento, não somente para economias em expansão como o Brasil, pois o monstro nesta metáfora também é formado pelas empresas que não compreendem as propriedades do novo meio digital e jogam suas forças no mercado para garantir a sobrevivência. Tal perpetuação do negócio como visto nos períodos analógicos não apenas concede forças aos monopólios, objeto suficiente para um outro estudo, porém veste de avanço iniciativas com potencial limitado, como o Sistema Brasileiro de TV Digital.

Com cada nova versão capenga da Lei das Telecomunicações, o Congresso americano afeta importantes jogadores americanos que ele deveria estar recompensando. Entretanto, a longo prazo, nem mesmo o progresso poderá parar o telecosmo (GILDER, 2001, p. 199)

A proposta de um padrão brasileiro para a TV Digital foi estimulada pelo governo, que meses depois cortou a atuação prática das universidades antes estimuladas. Apesar da definição contrária aos pensamentos do início do processo de prospecção do SBTVD e prioridade para os padrões já vigentes e seus interesses relacionados, o processo deixou como consequência um novo estímulo para pesquisa.



Tal impulso para o conhecimento não conta com tantos investimentos como outrora, porém novas alianças foram formadas em busca de alternativas. Apenas na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, por exemplo, a Faculdade de Comunicação Social iniciou projetos com a unidade da Informática e da Engenharia, tanto com troca de conhecimento com laboratórios como estudos para outros projetos.

A sabedoria adquirida neste processo está alinhada não apenas com o paradigma do pensamento complexo de Morin, mas também com o reposicionamento da cultura e das aplicações do homem – seja no nível social ou econômico –, provocado pela aceleração das redes e da informática.

Kelly salienta que, nesse contexto, a propriedade é descentralizada, conseqüência da facilidade para trocar arquivos de mídia, e centros de conhecimento e de especialistas fazem contraponto aos centros financeiros:

A distribuição da propriedade torna-se global, assim como a própria economia. Nos últimos anos, a Europa enviou muitos recursos para os mercados de ações... ao mesmo tempo, investidores famintos despejam volumes financeiros nos cofres dos mercados emergentes da Ásia e América Latina (1998, p. 157).<sup>11</sup>

Mesmo que existam locais como o Vale do Silício, com idéias e dinheiro concentrados, espaços como o CESAR (Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife), em Pernambuco, e a crescente busca por profissionais da área em países como Índia e Brasil alerta para esta importância do saber. Como etapa final desta cadeia de sucessões, o autor indica que conceitos econômicos tornam-se elementos decisivos em todas as etapas da vida.

Nesta economia das redes, a propriedade está fragmentada em uma miríade de partes, espalhada em caminhos eletrônicos, e dispersa entre trabalhadores, investidores, membros de parcerias e, em doses mínimas, até entre rivais. As redes provocaram uma nova distribuição do capitalismo (KELLY, 1998, p. 157).<sup>12</sup>

A difusão dos conhecimentos e padrões provoca uma nova paginação nas estruturas de negócios. O fato, por exemplo, é observado tanto para a construção de novas estruturas – caso do *Software* Livre e do *Linux* – ou também para a reformulação dos padrões – troca de arquivos em *MP3* e ajustes na indústria musical. Esta mudança

---

<sup>11</sup> Tradução livre do autor.

<sup>12</sup> Tradução livre do autor.



de etapas acontece com rapidez entre os utilizadores das mídias – não interessados em protocolos e regras, mas sim nos usos –, porém sem tanta rapidez entre as empresas e instituições responsáveis pela produção e regulamentação dos setores.

Desta forma, os vetores importantes para estes processos mudam suas propriedades.

Assim como as redes surgem, o centro retrocede. Não é coincidência que as redes globais apareceram paralelas com o movimento filosófico da pós-modernidade. Na pós-modernidade, não há autoridade central, não há dogma universal, não há uma premissa ética única (KELLY, 1998, p. 159).<sup>13</sup>

Sintomas do contemporâneo, o crescimento das redes informatizadas configura-se até mesmo como pós-moderno. Kelly recorda as definições de Steven Best e Douglas Kellner, em *The Postmodern Turn* (1997), para o estado das artes, ciências e políticas, fragmentadas, instáveis, indeterminadas e incertas. “Isto define a rede” (KELLY, 1998, p. 159).<sup>14</sup>

Não apenas trata-se de observar que o futuro das tecnologias – e das comunicações – está nas redes. “O futuro da tecnologia é formado pelas redes. Redes largas, grandes, profundas e rápidas. Redes elétricas de todos os tipos vão colorir o planeta e seus nós complexos vão definir nossa economia e colorir nossas vidas” (KELLY, 1998, p. 159).<sup>15</sup> Isto é observado antes da digitalização pelas grandes cadeias de rádio e televisão, além da expansão da telefonia, porém na contemporaneidade há a apropriação coletiva das técnicas para a comunicação e produção de conteúdo. As ferramentas outrora disponíveis para poucos são expandidas com a criação de novos *sites* na rede, como o *YouTube* e seus derivados.

Portanto, a *Internet* e suas ramificações – ou mesmo conexões com outras mídias – estão inseridas em uma economia da informação conectada. Vincent Mosco define este setor tradicionalmente como “estudo das relações sociais que constituem a produção, a distribuição e o consumo de recursos, incluindo os recursos da comunicação” (1999, p. 98).

---

<sup>13</sup> Tradução livre do autor.

<sup>14</sup> Tradução livre do autor.

<sup>15</sup> Tradução livre do autor.

Entende-se então que a economia da informação obedece a estes pressupostos, porém não mais compreende apenas a produção exercida pelos atores tradicionais. Não trata-se de ousar e afirmar que não há mais público, mas o contexto *online* favorece a expressão do espectador e concede a ele elementos para também influir no processo. O computador é ferramenta para expressão tanto dos emissores tradicionais quanto da audiência. Este público está situado em uma outra cultura, digital, e dialoga com os meios novos.

Conforme Lévy (2007) observa, neste atual contexto a população apropriou-se das mídias e da cibercultura, retirando poder dos agentes iniciais e difundindo tanto ferramentas quanto informações produzidas desta forma. Atribuições de definição e julgamento de valor da mídia e do conteúdo veiculado nela para a comunidade, seja de dimensão pequena ou grande, também são aferidas pela população. Além destes pontos, o plano geral é formado pela equação das forças das tensões observadas, com soma ou subtração em determinados pontos.

Desta maneira, há a formação de um fluxo da informação entre as mídias, um anel recursivo como observa Edgar Morin. É possível realizar uma metáfora com a biologia. A natureza digital dos dados e sua transmissão pela *Internet* e redes derivadas criam um manancial que serve de fonte de água (dados) para alimentar os seres vivos (mídias) que dependem deste recurso.

[...] Ora, na própria idéia de complexidade que enuncio, anuncio ao mesmo tempo em que ela contém em si a capacidade de unificar, a impossibilidade de acabamento, uma parte de incerteza, uma parte de indecidibilidade e o reconhecimento com o *tête-à-tête* final com o indizível (MORIN, 1996, p. 98).

Esta formação de um fluxo único não é pacífica e acontece tanto com estímulos e guias bem como através das práticas. A colocação do texto na *Internet* não previa o seu uso nas emissoras de rádio, porém os comunicadores contam muitas vezes com acesso à *Internet* dentro do estúdio, com empresas reduzindo custos de reportagem e enfatizando investimentos em materiais colocados online. Esta incerteza, este jogo do acaso pós-moderno que altera as mídias de maneira orgânica, unifica através da dependência. Por exemplo, a concentração das informações enviadas por agências através dos seus *feeds online* torna a imprensa tradicional dependente do recurso. Ao



simplesmente capturar as informações, sem trabalhar e diferenciar do *online*, replica informações e não torna seu meio diferente dos outros, mas sim pasteuriza o produto final.

O que é necessário é compreender o modo de estruturação dos outros tipos de pensamento diferentes do nosso, e isto não só de cultura para cultura mas também no interior de uma civilização (MORIN, 1996, p. 32).

Em virtude do modo como as redes digitais costumam as mídias nesta adaptação para a era da cultura digital, em um prazo maior pode ser observada a autonomia do contexto *online*. Conforme observado no parágrafo anterior, se atualmente serve de base para os outros, a simples aplicação das informações em outros meios pode provocar na população adulta e idosa o fenômeno observado na juventude, que busca fontes mais ágeis para atualidades. Por exemplo, registra-se isso no atual estado dos jornais impressos, que perdem leitores tradicionais e tentam manter o público com a migração digital para a *web* e celular, e apenas expande-se com a entrada de publicações em classes menos favorecidas. A adaptação das mídias também reforça movimentos de formação de novos espaços convergentes.

Conforme observado por Morin, em *Terra-Pátria*, o mundo encontra-se conectado e a informação também.

Ademais, devemos dizer que o mundo encontra-se cada vez mais uno e cada vez mais particularizado, digamos cortado em pedaços. Uno no sentido de que cada parte do mundo cada vez mais faz parte do mundo em sua globalidade. E que o mundo em sua globalidade encontra-se dentro de cada parte (MORIN, 2002, p. 46).

No paradigma da troca de informações, sejam elas culturais ou políticas ou econômicas, a mundialização instantânea e suas conseqüências através das aplicações da Internet provocam alterações constantes na comunicação. Portanto, a área não só agrega valores de outras como outrora, mas também transforma e modifica o papel do comunicador. Seja através das redes sociais, informações publicadas em websites ou restrições para campanhas políticas online, é possível constatar que as idéias de Kelly continuam válidas, embora transformadas.



A justaposição com outros olhares não apenas permite uma compreensão da situação, mas uma atualização que carrega consigo passos evolutivos do meio e formam bases para a compreensão do porvir. Desta forma, o comunicador pode compreender os novos fluxos da informação, influenciados por fatores econômicos e pela participação do público. Cria-se um novo cenário, que requer também novos agentes de comunicação. Passados 10 anos, o olhar de Kevin Kelly continua atual e atraente para novas discussões.

### **Referências bibliográficas**

- BEST, Steven; KELLNER, Douglas. *The Postmodern Turn*. New York: Guilford Press, 1997.
- CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*. 8. ed. São Paulo : Paz e Terra, 2005.
- \_\_\_\_\_. *A Sociedade em Rede: a era da informação*. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>>. Acesso em: 13 de dezembro de 2007.
- FEDERAL TRADE COMMISSION. *FTC Approves AOL/Time Warner Merger with Conditions*. 2000. Disponível em: <<http://ftc.gov/opa/2000/12/aol.shtm>>. Acesso em: 7 de dezembro de 2007.
- FRIEDMAN, Thomas. *O Mundo é Plano*. Rio de Janeiro: Objetiva: 2005.
- GILDER, George. *Telecosmo*. São Paulo: Campus, 2001.
- KELLY, Kevin. *New Rules for New Economy*. New York: Penguin, 1998.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.
- \_\_\_\_\_. In: SEMINÁRIO. Porto Alegre: Faculdade de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 13 ago. 2007.
- MORIN, Edgar. *O Problema Epistemológico da Complexidade*. Lisboa: Europa-América, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Terra-Pátria*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- NEGROPONTE, Nicholas. *A Vida Digital*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- REYNOLDS, Glenn. *Army of Davids*. Nashville: Nelson Current, 2006.
- TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. *Wikinomics*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.
- TAS, Marcelo. *O aniversário do Estouro da Bolha da Internet*. 2 maio 2005. Disponível em: <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_conteudo=3562](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=3562)>. Acesso em 10 de dezembro de 2007.