

### Cibercultura, tecnologia e inteligência: Pierre Lévy

Escrevendo em 1996 sobre como seria a educação nos próximos anos, Pierre Lévy afirmou que “a internet ameaça o atual sistema de ensino”. Pensando na realidade francesa, destacava que o modelo de transmissão de conhecimento baseado em uma relação professor-aluno passaria por várias mudanças. Naquele momento, a ideia de alunos usando mídias digitais em aula parecia ficção científica – em muitos lugares ainda é. No entanto, a expansão, irregular e limitada, do acesso aos equipamentos e conexões se tornou um desafio à realidade. A proposição de Lévy não era uma percepção isolada, mas parte do crescimento de um tipo de relacionamento humano que ele denomina *cibercultura*.

Em linhas gerais, o termo designa a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço. Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por um computador – ou algum dispositivo semelhante – a outros computadores.

A cibercultura mantém relações com o que acontece nos ambientes *offline*, mas, ao mesmo tempo, apresenta uma série de especificidades. Certamente as relações sociais, as ideias e as práticas que circulam nas redes de computadores existem também no mundo desconectado, mas a ligação via máquina imprime características específicas a essas práticas.

Dessa maneira, a cibercultura não é um marco zero na cultura da humanidade, mas traz uma série de particularidades por acontecerem em um espaço conectado por computadores. Em outras palavras, é a cultura – entendida em um sentido bastante amplo como a produção humana, seja material, simbólica, intelectual – que acontece no ciberespaço.

Isso não significa dizer que, na cibercultura, a tecnologia *determina* as ações humanas. Para Lévy, as tecnologias criam as condições de algumas práticas. O que separa a “cultura” da “cibercultura” é a estrutura técnico-operacional desta última: a cibercultura, a princípio, refere-se ao conjunto de práticas levadas a cabo por pessoas conectadas a uma rede de computadores.

O resultado é uma série considerável de ações e práticas que não aconteceriam, por conta da ausência de um aparato tecnológico adequado, em outros momentos ou lugares.

Posso tentar encontrar um amigo que não vejo há muitos anos perguntando por ele na escola onde estudamos ou no bairro onde ele morava. No entanto, a dimensão tecnológica – o ciberespaço – cria as condições para que retomemos o contato sem deslocamento físico. A cibercultura é a transposição para um espaço conectado das culturas humanas em sua complexidade e diversidade.

Nesse sentido, pensando em um fundamento filosófico da cibercultura, Lévy a define como sendo um “universal sem totalidade”.

A palavra “universal” refere-se ao conjunto complexo e caótico das produções da mente humana que podem ser encontradas nas redes de computadores. É um retrato do imaginário humano – desorganizado, no qual os pontos não se encaixam perfeitamente –, de onde a “ausência de totalidade” ou de unidade: a cibercultura se caracteriza pela multiplicidade, pela fragmentação e desorganização.

Não há um elemento unificador, como uma teoria política ou uma crença religiosa, que dê uma forma ou organize todos os elementos presentes na cibercultura. Falta, portanto, algo externo para estabelecer seus fundamentos, de onde a falta de uma “totalidade”, isto é, um elemento comum a todas as produções.

As transformações da tecnologia permitem um acesso cada vez maior às redes de computadores. Quanto mais o ciberespaço se expande, maior o número de indivíduos e grupos conectados gerando e trocando informações, saberes e conhecimentos. Além disso, cria as condições, na cibercultura, para que novos saberes sejam desenvolvidos – aplicativos, *sites*, programas, e assim por diante.

A aceleração das mudanças técnicas, como processadores mais poderosos e baratos, leva o processo de volta ao início, multiplicando sua velocidade.

Daí a sensação, diante da cibercultura, de mudança constante e a perspectiva de que se está sempre atrasado em relação ao espaço aonde se está.

Lévy destaca quatro elementos como sendo os responsáveis, em sua articulação, pela cibercultura – o ciberespaço, o virtual, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva.

### O ciberespaço

Ao que tudo indica, a palavra “ciberespaço” foi usada pela primeira vez no livro *Neuromancer*, de William Gibson, publicado em 1984. Referia-se a um espaço imaterial ao qual seres humanos eram conectados através de aparelhos eletrônicos. Essa definição inicial ainda guarda alguma semelhança com o conceito desenvolvido por Lévy.

O ciberespaço é a interconexão digital entre computadores ligados em rede. É um espaço que existe *entre* os computadores, quando há uma conexão entre eles que permite aos usuários trocarem dados. É criado a partir de vínculos, e não se confunde com a estrutura física – os cabos, as máquinas, os dispositivos sem fio – que permite essa conexão.

Uma das características do ciberespaço é sua arquitetura aberta, isto é, a capacidade de crescer indefinidamente. É fluido, em constante movimento – dados são acrescentados e desaparecem, conexões são criadas e desfeitas em um fluxo constante.

Cada pessoa com acesso à internet faz parte do ciberespaço quando troca informações, compartilha dados, publica alguma informação, enfim, *usa* essa infraestrutura técnica. Embora seja possível estabelecer algumas distinções mais sutis, pode-se dizer que, ao se conectar à internet, o indivíduo está presente no ciberespaço.

Assim como nos espaços reais nem todas as pessoas são igualmente ativas, engajadas em questões políticas ou em conversas, no ciberespaço as conexões não são iguais. Mas assim como é impossível acordar sem estar imerso em um ambiente físico qualquer, com o qual obrigatoriamente se estabelecem relações, é difícil estar no ciberespaço sem um mínimo de conexões.

Por outro lado, a expressão “estar no ciberespaço” pode levar a metáfora geográfica um pouco longe demais. “Estar lá”, no caso, significa ter a possibilidade de navegar entre documentos, páginas, textos e informações diversas. Isso implica que o ciberespaço não “está lá” até que se converta

em algum tipo de interface em uma tela, seja de um computador, *tablet* ou celular; ao mesmo tempo, cada computador é parte de um conjunto maior de elementos, formando uma espécie de “computador único”, no qual o número de trocas tende potencialmente ao infinito.

Levy destaca quatro componentes na estrutura do ciberespaço:

- Memórias com informações e programas a serem compartilhados pelas pessoas conectadas.
- Programas, instruções a respeito do que deve ser feito pelo computador.
- Interfaces, que permitem interação e acesso aos dados do ciberespaço; para “estar lá” sem ser um programa é preciso ver na tela os dados dos computadores.
- Codificação digital, isto é, transformação de todos esses elementos em fórmulas matemáticas que permitem sua manipulação por computadores e seu armazenamento em memórias.

A digitalização é uma condição *sine qua non* da existência no ciberespaço. Para ser compartilhada, qualquer coisa é transformada em sequências de 0s e 1s nos processos de digitalização – ao se escanear uma imagem, por exemplo, as cores e formas são transformadas em instruções binárias que permitem ao computador calcular exatamente o brilho e a cor de cada pedaço da imagem.

Uma vez digitais, dados ganham uma qualidade – tornam-se *virtuais*.

### O virtual

O termo “espaço virtual” ou apenas “virtual” é empregado muitas vezes como oposto ao “real”, como se aquilo que é “virtual” não tivesse existência. Lévy considera que o “virtual” é parte integrante do “real”, não se opõe a ele. O contrário de “virtual”, nesse sentido, é “atual”, no sentido de algo que está acontecendo neste momento. Vale a pena examinar um pouco mais de perto essa definição.

No ciberespaço todas as informações e dados existem, mas não são acessados ao mesmo tempo. Estão lá, nas memórias de computadores e servidores. Existem como algo que *pode ser*, algo *virtual*, e vão se tornar um *ato* quando forem acessados e se transformarem em figuras, imagens, textos e sons na tela. Os dados do ciberespaço são todos virtuais até que se transformem naquilo que devem ser.

O mundo virtual do ciberespaço, portanto, não se opõe ao que seria um mundo “real”, das coisas desconectadas. Ao contrário, a noção de cibercultura leva em consideração que essas duas dimensões se articulam. A expressão “mundo virtual” pode se opor a “mundo físico”, mas não a “mundo real”. O mundo virtual existe enquanto possibilidade, e se torna *visível* quando acessado, o que não significa que ele não seja real.

Os dados que constituem o ciberespaço permitem não apenas a duplicação de situações do mundo físico, mas também sua transformação. Um simulador de voo, por exemplo, pode calcular e duplicar elementos presentes na natureza, mas poderia calcular situações específicas além das condições climáticas da Terra. Dessa maneira, o espaço virtual é uma região potencialmente sem limites – mas nem por isso menos real.

### **A inteligência coletiva**

O vínculo entre diversas competências, ideias e conhecimentos, articulado na interação virtual entre indivíduos no ciberespaço, é chamado por Lévy de “inteligência coletiva”. Caracteriza-se, de saída, pela diversidade qualitativa entre seus componentes e pela expansão contínua por conta da articulação e troca constantes que o transformam e adaptam a novos contextos.

As comunidades do ciberespaço constituem-se na troca constante de conhecimentos que circulam, são modificados, reconstruídos, aumentados e editados de acordo com as demandas específicas de uma determinada situação.

Dessa maneira, sem perder a inteligência individual, todas as pessoas podem, potencialmente, contribuir com algum elemento para a constituição de um conjunto de saberes que, sem pertencerem especificamente a ninguém, estão à disposição de todos para serem usados e transformados.

Vale não perder de vista que a inteligência coletiva existe no ciberespaço como um aglomerado de saberes virtuais – isto é, existem em potência, prontos para se transformarem em ato quando necessário. Assim, uma inteligência coletiva não é de maneira alguma uma inteligência “total”, e menos ainda totalitária, como se poderia imaginar em ficções científicas mais sombrias, mas um aglomerado de saberes potencialmente à disposição de quem precisar se servir deles. E, como na ética das comunidades virtuais, a inteligência coletiva parte do princípio da reciprocidade – o conhecimento de um indivíduo poderá sempre ser útil para outra pessoa.

E, da mesma maneira que relações pessoais são pautadas por algum tipo de ética e/ou princípio moral, sejam eles de qual natureza forem, também as comunidades virtuais se fundam a partir das práticas consideradas corretas entre seus membros – uma das suas principais características é a auto-organização e o estabelecimento de regras próprias fundadas nos deveres e direitos de seus participantes. Para Lévy, pautam-se em uma ética da reciprocidade: a obtenção de informações deve ser retribuída com o acréscimo de informações e dados, bem como do respeito aos outros participantes. É no exame das comunidades virtuais que se pode notar as dimensões humanas da cibercultura – se é possível jogar com as palavras, a dimensão “cultura”, no sentido das práticas sociais, que se estabelecem nesses espaços, em uma ética da reciprocidade.

A noção de “inteligência”, neste caso, não se confunde com “formação” nem com “erudição”, mas com a dinâmica da transformação dos saberes dentro das práticas e relações humanas. A inteligência coletiva, ao que parece, indica que o valor de um conhecimento depende do contexto no qual se está.

Se alguém está com dúvidas sobre o sentido da vida, a resposta pode vir de um grande pensador – um livro de Sartre ou Schopenhauer pode facilmente resolver a questão (ou piorar as coisas). Quem está com dúvidas sobre como instalar uma tomada, um vídeo no YouTube tende a solucionar o caso. Cada conhecimento é valorizado dentro de seu contexto específico, sem necessariamente implicar na desqualificação dos outros.

Com isso, há uma equiparação entre os diversos tipos de saberes dentro de uma sociedade, divididos não mais de antemão em categorias distintas (“cultura universitária x cultura popular”, “escola x mercado”), mas recuperados em sua unidade para serem utilizados quando necessário – a necessidade, no contexto, é a medida do valor –, princípio exposto por Lévy e Michael Autier em seu livro *As árvores de conhecimento*.

Não faltam críticas a Pierre Lévy, sobretudo por sua alegada falta de perspectiva crítica em relação aos problemas sociais e econômicos que, de alguma maneira, estão sempre próximos das discussões a respeito do ambiente *online*. Pensado algumas vezes como alguém “otimista”, talvez não aponte para uma felicidade generalizada com os dispositivos, mas, de fato, parece apostar nas possibilidades de uma tecnologia na interação entre seres humanos e da criação entre eles.

## A cultura da convergência de Henry Jenkins

Em meados de 2010, o *site* de vídeos *Vimeo* lançou um desafio público na internet. A ideia era refilmar integralmente *Star Wars*, de George Lucas, estreado em 1977. O filme seria feito pelos próprios internautas, no estilo que quisessem, no formato que achassem melhor. Os autores, de qualquer parte do mundo, deveriam enviar sua versão que, na montagem final, usaria no máximo quinze segundos de cada um dos filmes. O resultado é o longa *Star Wars Uncut*, feito a partir da interação entre fãs anônimos.

Para realizar esse filme, além de saber operar programas de edição de vídeo ou equipamentos para filmagem ou animação, era preciso um nível complexo de interação entre os fãs – era preciso que os autores, sem se conhecerem entre si, estivessem em sintonia a respeito de como filmar.

Essa relação entre pessoas que não se conhecem, mas dividem as mesmas referências, recriando as mensagens da mídia (e tornando-se, elas mesmas, produtoras) e compartilhando ideias espalhadas entre vários meios de comunicação em várias plataformas é um dos elementos do que Henry Jenkins denomina *cultura da convergência*.

\* \* \*

Não se trata, é bom explicar logo de saída, da reunião de várias funções em um único aparelho. Essa é apenas uma das dimensões, talvez nem mesmo a mais importante, do que acontece.

A convergência cultural acontece na interação entre indivíduos que, ao compartilharem mensagens, ideias, valores e mensagens, acrescentam suas próprias contribuições a isso, transformando-os e lançando-os de volta nas redes. Não é porque um telefone tem dezenas de funções além de fazer chamadas que se poderia falar em “convergência”: ela acontece, de fato, no

momento em que referências culturais de origens diversas, às vezes contraditórias, se reúnem por conta de uma pessoa ou de um grupo social – fãs, por exemplo.

A ênfase na dimensão tecnológica é chamada por Jenkins de “falácia da caixa-preta”, imaginando, como exemplo, que no futuro um único dispositivo – a “caixa-preta” – ocuparia o lugar de todos os outros, substituindo televisão, computador, telefone, câmera, e assim por diante. Se, por um lado, existem aparelhos que agregam funções anteriormente feitas por dispositivos diferentes, por outro lado isso não é o que caracteriza a cultura da convergência. É apenas um de seus aspectos.

A convergência é um processo cultural que acontece na mente dos indivíduos na medida em que podem ser estabelecidas conexões entre os elementos da cultura da mídia, isto é, das mensagens que circulam nos meios de comunicação, e a realidade cotidiana. Em seu nível mais simples, quando alguém vê uma pessoa na rua e a acha parecida com algum personagem de uma série de TV, é um momento de convergência – a associação da mensagem da TV com uma pessoa real em um processo que ocorre em minha mente.

A convergência, portanto, não existe exclusivamente por conta das tecnologias – embora tenham importância para isso. A tecnologia cria as possibilidades, mas depende de um outro fator para ganhar um tom mais próximo da produção humana – sua dimensão *cultural*.

### Culturas

Qualquer divisão da cultura em “níveis”, no sentido de pensar “alta cultura” ou “cultura letrada” em oposição a uma “cultura popular” ou “cultura de massa” perde sua razão de ser no conceito de “Cultura da Convergência” na medida em que essas separações (“alta”, “média”, “baixa”, “popularesca”) não se sustentam historicamente – o que era “popularesco” há trinta anos pode se tornar *cult* agora, séries de TV e filmes são adaptados de clássicos da literatura, e assim por diante. Para a cultura da convergência, a noção de “cultura” é dinâmica e plural, com traços de várias culturas se recombinando e modificando a cada instante.

Outra premissa importante, além da questão tecnológica e cultural, é o fato dos indivíduos estarem acostumados à *linguagem* dos meios digitais, ou seja, a maneira particular de codificar a mensagem naquele meio. No início de uma conversa telefônica, ao atender a uma chamada, deve-se dizer

“alô”, “pronto”, “quem fala?” ou expressões semelhantes. Já a abertura de um programa de televisão implica algum tipo de apresentação, seja uma produção gráfica, seja uma música. No cinema, as técnicas de corte e edição são familiares do público.

A linguagem dos meios de comunicação, seus códigos e modelos de produção são referências compartilhadas pelos indivíduos e grupos, abrindo espaço para formas de criação.

\* \* \*

A ideia de “meios de comunicação” na cultura da convergência é bastante abrangente, e se refere desde as mídias de massa, como o cinema e a televisão, até as mídias digitais e as interações do ciberespaço. A convergência não significa que um meio novo destrua ou invalide um meio antigo, mas entende que ambos se modificam mutuamente em uma *intersecção* da qual emergem novos significados.

Assistir a uma novela ou a um jogo de futebol pela televisão, por exemplo, é estar diante de uma mídia de massa, vendo algo planejado de acordo com os parâmetros da indústria cultural. No entanto, quando o indivíduo compartilha nas redes digitais seus comentários a respeito do que vê, a experiência de ver televisão é alterada – aliás, deixa de ser, em termos mais estritos, um ato de apenas “ver” televisão, mas trata-se, sobretudo, de discutir e reimaginar a mensagem, que será recriada e compartilhada com outras pessoas.

Dessa maneira, a noção de convergência parte do princípio de que as diferentes mídias tendem a ser agregadas e ressignificadas na experiência dos indivíduos, gerando novas articulações na maneira como esses fenômenos são vivenciados.

Os processos de convergência são dinâmicos, e acontecem no momento em que o indivíduo recria, em sua vida cotidiana, as mensagens e as experiências em conjunto com as mensagens que chegam da mídia – e que ele, por sua vez, pode “re-criar”. A cultura da convergência representa uma alteração, aliás, na maneira como o indivíduo é visto no processo de comunicação.

É destacada uma outra concepção do processo de comunicação: embora a indústria cultural continue existindo e produzindo mensagens dentro de uma lógica empresarial, os receptores tornam-se capazes de elaborar/reelaborar suas próprias mensagens, compartilhando os códigos da cultura da

mídia, mas também reinterpretando e recriando esses elementos conforme é possível elaborar a partir de mídias digitais. O receptor se torna, na Cultura da Convergência, alguém produtivo, que não apenas vai reinterpretar as mensagens da mídia conforme seus códigos culturais, mas também vai *reconstruir* essas mensagens e lançá-las de volta ao espaço público pela via dos meios digitais.

\* \* \*

Uma das premissas mais importantes do conceito de Cultura da Convergência diz respeito à possibilidade de cada indivíduo ser potencialmente um produtor de mensagens. Neste ponto, o fato das tecnologias digitais estarem presentes no cotidiano facilita o trabalho de criação (ou recriação) por indivíduos fora do circuito da indústria cultural. Esses produtos assumem uma enorme quantidade de formas, desde a edição de um trecho de algum filme hollywoodiano com outra trilha sonora, até a criação autônoma de vídeos, áudios e textos.

Uma característica dessa produção que se afina com a noção de convergência é o fato de muitas delas, mesmo caseiras, buscarem de alguma maneira *emular* a cultura dos meios de comunicação – o estilo de telejornais, de programas de rádio ou *shows* de entretenimento é sempre um modelo possível para a elaboração das mensagens pelo público. A audiência produtiva da cultura da convergência não deixa de se basear nos códigos que viu, ouviu e leu a vida toda, temperados com suas próprias ideias e concepções, quando criam suas próprias produções.

Com alguns programas simples de edição de vídeo, uma pessoa pode reconstruir uma cena de novela em seu computador, colocar a trilha sonora que julgar mais adequada e dar significados diferentes do que o autor da novela e a emissora de TV imaginaram. Ao colocar essa sua produção disponível no ambiente digital, compartilha com outras pessoas essa sua reelaboração, alterando o circuito emissor-receptor.

Certamente isso não significa necessariamente que receptores produtivos anônimos e a indústria cultural estejam em pé de igualdade.

A recepção é uma atividade que se desenvolve em rede, na produção de conteúdos, discussões, troca de ideias e engajamento com as práticas relacionadas ao que se gosta – eventos reunindo fãs de filmes ou séries de TV,

por exemplo, costumam mostrar que o processo de recepção criativa segue por caminhos dificilmente imaginados pelas empresas de comunicação. Em uma cultura da convergência, não só as divisões entre formas de produção e recepção da cultura mudam, mas a própria maneira de contar histórias encontra outros caminhos.

### Narrativas transmídia

Para o público geral, *Matrix* é um filme. Quem gosta um pouco mais, sabe que se trata de uma trilogia de filmes – *Matrix*, *Matrix Reloaded* e *Matrix Revolutions*. Os fãs, no entanto, sabem que esses filmes são apenas uma parte do *iceberg* de todas as narrativas que compõem esse universo: além deles, há um grupo de curta-metragens de animação, feitos por cineastas de várias partes do mundo, chamado *Animatrix*, além do game *Enter the Matrix* e de diversas informações espalhadas pelo *site* oficial do filme e, segundo alguns, nos extras dos DVDs.

Cada um desses itens não é apenas uma repetição da história dos filmes; ao contrário, cada um deles acrescenta dados importantes à narrativa cinematográfica, explicando detalhes sobre o que aconteceu antes dos filmes ou entre alguns dos episódios. Essa maneira de contar uma história em várias plataformas, passando por cinema, televisão, internet e *games* é um dos principais elementos conceituais da cultura da convergência, a ideia de narrativa transmídia.

Em linhas gerais, uma narrativa transmídia é uma história que se desdobra em várias plataformas e formatos, cada uma delas trabalhando em sua própria linguagem e acrescentando elementos novos ao conjunto da história. No caso de *Matrix*, por exemplo, cada mídia apresenta sua própria contribuição ao desenvolvimento da história.

Sob outra perspectiva, narrativas transmídia são também uma maneira de atrair consumidores de diversos nichos para os produtos oferecidos. Por outro lado, o atrativo da narrativa transmídia é proporcionar, a públicos diferentes, maneiras específicas de viver as narrativas para além do que é apresentado no cinema ou na televisão.

Embora essa narrativa horizontal não deixe de ser ancorada em estratégias comerciais, seu sucesso se deve também à ação dos fãs e do público interessado que, trocando informações, ideias e especulações a respeito do que gostam, alimentam essa rede de narrativas. As empresas não teriam

o que oferecer se não houvesse uma demanda alimentada diligentemente pelos fãs em fóruns, listas de discussão e comunidades virtuais dedicadas a descobrir detalhes e conjecturar sobre seus filmes e livros preferidos.

O sucesso das narrativas transmídia dependem do engajamento do público com os produtos. Além disso, da perspectiva de que esse público também é capaz de criar e recriar suas próprias versões da história, além de se envolverem com toda a chamada “cultura material” decorrente dessas produções – é fácil encontrar, em lojas físicas ou virtuais, cópias dos óculos de Neo, dos paletós de Smith, de *Matrix*, sabres de luz de *Star Wars* ou varinhas mágicas das histórias da série *Harry Potter*.

Para além das convergências, no mundo dos fãs.

© *Leituras convergentes*

CANCLINI, N.G. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 1997.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2010.

SANTAELLA, L. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo: Paulus, 2005.