

RESENHA  
DE LIVRO*CONECTADO: O que a Internet fez com você e o que você pode fazer com ela.*

JULIANO SPYER

Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 2007, 256 pp.

POR **MARIA JOSÉ BALDESSAR**

Um livro interessante, embora de leitura simples e rápida. Assim é *“Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela”*, do historiador Juliano Spyer, lançado pela Jorge Zahar Editora, em fins de 2007. Já no prefácio de Caio Túlio Costa encontramos um relato dos primórdios da rede e de como ela era usada por jornalistas e pesquisadores. E olha que esses primórdios, no caso de Caio Túlio, datam o ano de 1988.

O livro é dividido em três partes: 1ª. Teoria e tecnologia; 2ª. Prática e comunidades virtuais e projetos colaborativos; 3ª. Casos e debates; e já no sumário nos deparamos com a diversidade de assuntos que serão abordados pelo autor. Tal quantidade de informação, no entanto, não compromete a qualidade da obra. Dá a ela um caráter de exploração e entendimento de um fenômeno que vem alterando a vida na atualidade e que para muitos é ainda cheio de segredos e mistérios.

A Web é hoje instrumento de trabalho, pesquisa e entretenimento para uma variedade de usuários – estudantes, pesquisadores e profissionais de todas as áreas. *Conectado* pode guiar um leitor leigo ou sem um conhecimento específico para pensar sobre como é ou será a vida num mundo interligado não só por mercados econômicos, mas por redes sociais invisíveis. É um bom roteiro para professores e estudantes da área de comunicação – inclusive o Jornalismo, pois aprofunda a discussão da internet como “mídia social”, ou como querem alguns, uma mídia composta por ferramentas, plataformas e práticas usadas para o compartilhamento de opiniões e experiências.

Por ter esse caráter, ser quase um manual, e ser interdisciplinar, o

livro traz dois elementos importantes: um glossário (p. 243) com termos já consolidados – como *spam*, e outros em ascensão, como “*netiqueta*” - termo formado pela associação das palavras “net” (rede) e etiqueta. Refere-se às convenções em relação a respeito e comportamento entre participantes de comunidades online; e uma lista com sugestões de leitura (p.246) – para que o leitor, se quiser, possa aprofundar algumas questões e incorporar outras discussões.

### **Economia da doação**

O que é a economia da doação? “É aquela onde as trocas de presentes ocorrem geralmente em contextos culturais onde existe uma expectativa de retorno ou de que a dádiva seja passada adiante de alguma maneira. Os intercâmbios são de bens ou serviços de valor comparável, apoio político, lealdade, favores, honra para o doador, entre outras formas” (p. 30).

O que faz com que as pessoas participem dessa economia? Entre os fatores que motivam as pessoas a participar de negócios colaborativos estão: reciprocidade, prestígio e incentivo moral e social. Em grandes grupos, um doador de informação espera que quando precisar toda a comunidade possa retribuir. Mas o que também acontece é a existência de “parasitas” – pessoas que não contribuem e apenas usufruem das informações dos outros. Nessa economia, as pessoas acabam buscando, geralmente, reconhecimento e networking. “Busca de diversificação dos relacionamentos sociais.” (p. 35) Por que projetos como os blogs, Youtube e Orkut dão certo?

Tentar entender essas novas formas de estabelecimento de contato social, além de apresentar projetos originais que já estão na rede – tal como o empréstimo comunitário – é o objetivo do livro. A experiência, que vem dando certo nos Estados Unidos e Europa, consiste na formação de uma rede socioeconômica na qual a pessoa precisa abrir sua situação financeira e bancária para obter crédito sem a mediação de banco e mediante juros combinados entre as partes.

Aqui uma recomendação: no capítulo 3, leia e navegue nos sites sugeridos pelo autor no tópico “*Negócios em rede*”. Além de ser educativo, no sentido da amplidão de exemplos, mostra que a economia da colaboração já integra uma vasta gama de oportunidades – muitas delas que renderam milhões para seus criadores.

### **Jornalismo e a crise da imprensa**

Mas o livro não foge de polêmicas e começa com aquela que diz que a rede não é confiável e que as informações nela postadas muitas vezes

necessitam de veracidade e invasão de privacidade, e chega na crise do jornalismo impresso e a função dos jornalistas a partir de experiências de colaboração e maior disponibilidade de informações.

No capítulo 3, há toda uma argumentação sobre os impactos da rede na mídia tradicional e como esta age ou deveria agir para não só consolidar suas audiências, mas conquistar novas através da participação e interação entre telespectador/leitor/veículo. Para o autor o modelo de audiência emissor x receptor (ou o do um para muitos) está em fase de esgotamento. Estaríamos na era da colaboração, fundada sob o paradigma do “de muitos para muitos”. E questiona: “... até que ponto o produto veiculado pelo JN contribui para a formação de uma audiência com o perfil Homer Simpson e também o quanto a internet desafia o poder da indústria da comunicação de continuar manufaturando consumidores passivos”. (p. 188)

Quanto ao mercado de mídia vigente e ao comportamento dos empresários do setor em relação à rede e as perspectivas de um modelo colaborativo, o autor é mordaz: “... a esfera pública mediada pela mídia dá a seus proprietários o poder de formar a opinião pública, um poder que podem usar em benefício próprio ou vender pelo melhor preço. Quando o dono da mídia comercial escolhe não exercer seu poder dessa maneira, o veículo tende a promover assuntos suaves ao invés daqueles com potencial de mobilização, e a supersimplificar discussões públicas”. (p. 189)

E complementa afirmando que a internet muda a nossa visão midiática de mundo e nos faz questionar a agenda das grandes empresas de comunicação: “A oportunidade de ‘garimpar’ fontes em todas as partes do mundo, de filtrar notícias segundo o interesse e de participar do fluxo de informação deixa a gente mais sensível àquilo que antes questionava. Por que tal notícia?” (p. 190)

Mas vai além. Parafraseando Rupert Murdoch, 75 anos, principal acionista da News Corporation, um conglomerado internacional de mídia que controla redes de televisão por satélite, estúdios de Hollywood e outras formas de mídia, polemiza: “A tecnologia está retirando o poder de jornalistas, de editores, do estabelecimento e da elite da mídia. Agora são as pessoas que estão assumindo o controle.” (p. 190) Ou para incorporar ao diálogo outro defensor da participação e da colaboração, Dan Gillmor, que no livro *Nós, os media*<sup>1</sup> resume a questão sobre as funções do novo profissional da mídia: “Nós vamos aprender que somos parte de alguma coisa nova, que nossos leitores/ouvintes/espectadores estão se tornando parte do processo. Eu tenho como verdade, por exemplo, que os meus

leitores sabem mais do que eu – e esse é um fato na vida jornalística que liberta, não que ameaça.” (p. 145)

E esse, talvez, seja o centro de uma questão que está perpassando reuniões de pauta e de planejamento e tem tirado o sono de profissionais, pesquisadores e, principalmente, gestores de grandes conglomerados.

Ainda sobre o jornalismo na internet, discute o conceito de *cross-mídia* e de como essa prática poderia conquistar audiências jovens. É bom lembrar que embora muitos pesquisadores estejam estudando a linguagem do jornalismo online e suas possibilidades, o conceito acima ainda é difuso e boa parte das empresas que mantêm sites noticiosos não explora as possibilidades oferecidas pela internet e suas ferramentas – tais como o *software* flash para a montagem e produção de matérias *cross-mídia*.

Teoricamente, o autor dialoga com dois pesquisadores, Kevin Kelly e Yochai Benkler, que acreditam que a sociedade pode perder o controle de sua vida para um organismo social emergente. Para Benkler, a internet acena com a possibilidade de a sociedade enfrentar uma liberdade de expressão social e subverter o poder das corporações. Já Kelly, vê uma sociedade “fatal”, interconectada e presa à máquina. Visões que destoam de outros pesquisadores, como a apresentada em *Internet, e depois?* Nesta obra, Dominique Wolton<sup>2</sup> questiona o poder da rede e de sua tão falada capacidade de revolucionar. Juliano Spyer dialoga, mas não confronta, e nos lança uma questão: “Internet – destino ou desafio?”

## | NOTES

- 1 GILLMOR, Dan. *Nós, os media*. Lisbon: Editorial Presença. 2005
- 2 *Internet, e depois?* Dominique Wolton. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.

**Maria José Baldessar** is Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Integrante do Núcleo de Estudos de Televisão Digital Interativa (NTDI/UFSC) e do Núcleo de Pesquisa e Produção Hiperfídia aplicados ao Jornalismo (NEPHIJor/UFSC). Professora convidada do programa de pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento/UFSC.