

CIBERCULTURA, PLATAFORMIZAÇÃO E SUAS CONSEQUÊNCIAS NO ÂMBITO DA INFORMAÇÃO: aproximações ao debate

Rafael de Jesus Gomes¹

RESUMO:

Entender a relação que existe entre os seres humanos e a tecnologia abriu caminho para que os estudos em cibernética se ramificassem, entre eles, na cibercultura. O que os primeiros estudos e os mais recentes ainda têm em comum é a necessidade de se compreender a relação do homem e os dispositivos sociotécnicos com o consumo de informação nesse ambiente. Este artigo se propõe discutir como, desde o início das pesquisas em cibercultura (Levy, 1999); (Jenkins, 2009), até o cenário da plataformização das relações (Van Dijck, et al, 2018); (Saad, 2020), reverberaram na contemporaneidade, no consumo em múltiplas plataformas e, nesse sentido, uma das suas consequências é a existência de câmaras de eco (Recuero, Vieira e Zago, 2020) na distribuição da informação.

Palavras-Chave: Cibercultura, Plataformização, Governança, dispositivos sociotécnicos

ABSTRACT:

To understand the relation between human beings and technology opened a path to cybernetic studies branches to other studies, such as cyberculture. What the earliest studies and the more recent have in common is the need to understand the relation of human and sociotechnical devices with the consumption of information in this environment. This paper aims to discuss how, from the very beginning of researches in cyberculture (Levy, 1999); (Jenkins, 2009), until the platformization scenario (Van Dijck et al, 2018); (Saad, 2020) are reverberating nowadays in the consumption of multiple platforms and, in this way, one of the consequences is the existence of the eco chambers (Recuero, Vieira e Zago, 2020) in the distribution of information

Key-Words: Cyberculture, Platformization, Governance, Sociotechnical Devices

INTRODUÇÃO

Segundo informações da Agência Brasil de 01 maio de 2020, três em cada quatro Brasileiros acessam a internet. Um total que supera os 130 milhões de pessoas². Mais impressionante do que observar os dados que já ultrapassam mais da metade do número de habitantes do país são os seus hábitos de consumo, 92% dos usuários afirmaram usar a internet para acesso à programas de bate papo e redes sociais, tais como WhatsApp, Snapchat e Facebook.

Conforme Recuero (2009) as redes sociais digitais já nos são uma realidade há pelo menos 15 anos. Nem devemos considerá-las como novidade e por isso mesmo, já fazem

¹ Doutorando Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP/Bauru. E-mail: rafael.j.gomes@unesp.br

² Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa> Acesso em: 18 out. 2023.

parte da rotina social. É a reconfiguração da esfera pública habermasiana que encontrou nos bits & bytes o espaço necessário para proliferar em um ambiente onde os **controles** não são (ou seriam) feitos por empresas ou conglomerados midiáticos tradicionais.

Se observamos o trabalho de pesquisadores como Douglas Kellner (2001), Henry Jenkins (2009), Pierre Levy (1999), Derrick de Kerckhove (2015) entre outros, há uma sintonia entre eles quanto à positividade sobre os espaços digitais serem assumidos como instâncias onde a democracia do conhecimento e a cultura participativa seriam suficientes para desenvolver relacionamentos entre os atores humanos e os não-humanos (Latour, 2012), ou de certa forma, criando alternativas às indústrias culturais e se tornando elas mesmas produtoras e consumidoras de suas próprias produções. Mas, ao que parece, a utopia não só parece levar a questões mais complexas, como também mais urgentes de serem debatidas, conforme Rüddiger (2016) é preciso debater sobre a cultura do narcisismo digital no cenário de tecnologia.

E, o próprio autor nos dá um indício de como isso acontece. A partir do momento em que, somos cidadãos imbuídos de vontade e ingressamos nas redes digitais. (Rüddiger, 2016). Deixamos nossos rastros desde o primeiro dia que ingressamos na internet (D'Andrea, 2021)³ E isso tem um grande impacto não só pelas escolhas que fazemos, mas quando percebemos quem tem acesso a elas e como isso é trabalhado, sobretudo pelas Big Techs (Van Djick; Poell; De Wall, 2018); (Saad, 2020) na customização dos nossos gostos, ou na forma como o algoritmo trabalha para favorecê-lo.

Este trabalho busca através de um ensaio teórico, discutir como o cenário tecnológico contemporâneo, que começou com as discussões sobre cibernética e cibercultura repercutem os estudos sobre cultura digital em um ambiente de plataformização das relações. Além disso, nossa proposta é apontar as consequências do consumo de informação nessas plataformas e como elas abrem caminho para que se produzam e disseminem conteúdos como em nenhum outro lugar e isso pode trazer consequências.

A partir de uma revisão de literatura, busca-se aqui entender como os fluxos de informação reverberam os padrões de comportamento social nesses ambientes.

OS PRIMÓRDIOS DA CIBERCULTURA

A nível de contextualização, nos é caro retomar alguns conceitos clássicos trabalhados por diversos pesquisadores sobre cultura digital, cibercultura e cibernética. Embora estejamos amplamente familiarizados sobre eles, nas suas origens é necessário relativizar o espaço/tempo em que foram criados e como acabaram sendo reconfigurados pela própria evolução dos estudos.

³ O professor Carlos D'Andrea (UFMG) explicou em sala de aula sobre a relação entre os rastros digitais e a relevância dos dados gerados na internet na disciplina do prof. Dr. Alex Teixeira Primo: "Comunicação e Interações", do PPGCOM-UFRGS/2021, da qual o autor deste artigo foi aluno.

Por exemplo, quando se fala em cibernética, o trabalho de Norbert Wiener, além de pioneiro é de suma importância para a compreensão do mundo que se descortinou num período pós segunda guerra mundial até a contemporaneidade. Ainda na década de 1940, Wiener abriu caminho para que se pensasse em um mundo em que biologia e sistemas técnicos são equivalentes à cálculos matemáticos. Para o autor, tudo o que envolve em relação à física das coisas (biológicas, sociais ou não) respondem à um estímulo, seja ele energia, matéria ou informação.

O termo cibernética abriu caminho para que outros estudos como inteligência artificial, ciência de dados, entre outros se tornassem tão comuns quando os seus usos. Em comum, eles buscam entender a dinâmica, a massividade e uma forma de controlar o volume de informações (Chaves, 2015). Nesse sentido é preciso ter em mente que embora, se esteja falando em cibernética, a relação entre informação e controle sempre estiveram próximas, não tanto pela capacidade de armazenamento que ferramentas e tecnologias possuem, mas, sobre os usos por ela dados.

Não se deve temer que a informação armazenada em um banco de dados governará o mundo, mas as informações regulam as ações daqueles que o governam. A Cibernética influenciou vários campos científicos, inclusive o estudo do homem, e inspirou vários cientistas a pensar a tecnologia dos computadores como uma extensão das capacidades humanas. (Chaves, 2015, p. 06)

E nesse sentido, a cibernética se funde com outras ciências, não só as exatas, mas também as sociais e as humanas. Da cibernética deriva o termo cibercultura ao qual, diversos autores já se debruçaram ostensivamente sobre isso (Lemos, 2002); (Levy, 1999). Mas aqui, antes de ingressarmos sobre a cibercultura, se torna fundamental discutir outros aspectos que envolvem a relação homem-máquina ou, em outras palavras: o ciborgue.

Klynes & Kline (1960/1995) cunharam o termo pela primeira vez com o propósito de definir a fusão que um organismo orgânico poderia alcançar com a união de aparatos técnicos para melhorar suas capacidades, ou através do melhoramento técnico ou de uma inteligência artificial. Razão pela qual, na cultura popular, o termo ciborgue geralmente é relacionado à personagens de franquias de filmes, como Exterminador do Futuro, Robocop só para citar alguns exemplos.

Na atual ambiência tecnológica, diversos são os avanços técnicos para melhorar a vida de um indivíduo, desde a elaboração de uma prótese para um membro até à implantação de chips de computador para identificação são exemplos bem corriqueiros de como a ficção científica pode muito bem emular a realidade.

Donna Haraway (2000) em Manifesto Ciborgue expõe para o leitor sobre a relação que envolve o homem e a máquina. A autora, na verdade mostra que essa relação vai muito além dos enredos de filmes “sci-fi” – mostra que o ciborgue é um produto, uma

imagem da realidade social do fim do século XX, carregado de simbolismos e ideologias em que questões que envolvam a sociedade e os dispositivos tecnológicos se amalgamaram de tal forma que essa realidade se assemelha à um jogo e por isso, a autora busca discutir e criticar os elos que envolvem a sociedade capitalista baseada na ideia de classe e gênero:

[...] I argue for a politics rooted in claims about fundamental changes in the nature of class, race, and gender in an emerging system of world order analogous in its novelty and scope to that created by industrial capitalism; we are living through a movement from an organic, industrial society to a polymorphous, information system—from all work to all play, a deadly game. [...] (Haraway, 2000, p. 26)

A preocupação da autora sobre a relação entre tecnologia e o biológico aparece em estudos de outros autores. Entre os quais, podemos destacar os trabalhos de Sodré (2002) e os de McLuhan (1969). Ambos se estendem e abordam as problemáticas que envolvem o homem inserido em um contexto de cibersocialidade, seja na forma como as tecnologias e a mídia se tornam próteses das nossas realizações diárias ou, através das experiências sensíveis produzidas por elas.

Entender a relação que envolve o uso de tecnologias pelos humanos e seus reflexos no cotidiano podem ser vistos de formas tanto positivas, quanto negativas. A partir do momento em que o uso civil da internet toma alcances globais e a era da multiplicidade da oferta (Bolaño, 2000) passa a mesclar as produções midiáticas juntamente com a ideia de “liberdade” a partir da sua utilização, diversos pesquisadores se colocaram bem definidos nessa balança.

Tomemos como exemplo o autor Pierre Levy (1999). No livro *Cibercultura*, a existência da internet busca criar uma nova era de relações entre a cultura digital e a produção social do conhecimento. Para a educação, Levy se mostra em diversos momentos, extremamente otimista quanto às possibilidades que o ambiente digital pode oferecer no sentido de “democratizar” a educação em sua era de virtualidade.

Aliás, vale lembrar que sua ideia de virtualidade, em que, “É virtual a entidade desterritorializada sem estar presa a um lugar ou tempo (1999, p. 47) nos dá um indício de que esse cenário sem “fronteiras” e sem barreiras oferece múltiplas e infinitas possibilidades para a proliferação da aprendizagem e do conhecimento nesse ambiente.

Além de Levy, não se pode esquecer também de Jenkins (2009). Em *Cultura da Convergência*, o autor evidencia que o cenário midiático contemporâneo está calcado na era da transformação entre os produtores e consumidores a partir da internet. Esses atores estão no mesmo plano, tanto a indústria midiática quanto o público em geral. Com isso têm se a impressão de que, a convergência é, uma reconfiguração da forma de agir no cenário digital:

A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos [...] não ocorre por meio de aparelhos, mas no cérebro das pessoas (Jenkins, 2009, p. 27-28)

Para o autor, o fato de a convergência ser uma reconfiguração na forma como as pessoas se relacionam com os dispositivos e, por conseguinte, como esse relacionamento interfere a forma de comunicação entre empresas e pessoas é a tônus da cibercultura contemporânea. É possível, novamente, perceber uma breve lembrança dos estudos de McLuhan (1969) nas visões de Jenkins (2009) ao deter sua atenção na forma como o conteúdo passa por processos de mediação através das tecnologias.

Mas, tanto Levy (1999) quanto Jenkins (2009) parecem ter visões bastante esperançosas quanto ao benefício da internet, da cibercultura, da inserção de tecnologias no cotidiano das pessoas. Rüdiger (2016) esclarece que uma das suas principais indagações dentro dos estudos em comunicação e tecnologia reside na ideia de que estes, se concentram no aspecto da técnica e de que, dessa forma, a pesquisa em cibercultura está maculada por uma ideia que o próprio autor chama de otimista ao não considerar os impactos que as tecnologias têm na construção de sentido. Ou seja, segundo o autor, diversos estudos supõem haver um “pé de igualdade” entre produtores e consumidores através das redes sociais digitais. O que, seria tão falacioso quanto capcioso ao não tensionar a forma como essas relações estão sendo assumidas no plano digital.

O que autores como Levy e Jenkins não levam em conta são as relações que se apresentam nesse contexto. Enquanto que Levy em diversos estudos acredita em uma relação muito mais justa no processo de aquisição de conhecimento e, em que professores e estudantes podem contribuir e circular informações em um benefício constante e mútuo, semelhante a Kerkhove⁴ (2015), este não considera o papel que o capitalismo exerce na democratização do acesso à rede em suas mais diversas esferas e, Jenkins (2009), parece não considerar que as relações de poder que se apresentam na internet e, sobretudo, nas redes sociais digitais não são isentas e, na atualidade, passam pelo crivo necessário de seus principais atores no setor.

O que também se pode depreender dessas temáticas é que, tanto no início dos estudos em cibernética, da relação entre tecnologia e biologia, da internet e de uma cultura digital em profusão, o tráfego de informações, que se colocou como um dos objetivos nesse cenário, buscou também, encontrar formas de controlar ou ao menos monitorar a forma como esse fluxo é gerido.

⁴ Kerkhove (2015) defende a ideia de que a tecnologia é o definidor do homem. E que, a transparência dos dados gerados através das redes é o único caminho para uma revolução social no contexto tecnológico.

A ERA DA PLATAFORMIZAÇÃO NAS RELAÇÕES SOCIAIS

Até agora, é possível perceber que nos primeiros estudos que envolvem a cibercultura. Ainda que não fosse uma intenção objetiva entender como dinamizar e ampliar o fluxo de informações sempre foram preocupações de pesquisadores. Da mesma forma, entender o papel que eles podem assumir para as sociedades cuja dependência da circulação de conteúdo é de vital importância (Castells, 2003); (Fuchs, 2014).

Mas na contemporaneidade, o círculo de informações e conteúdos nas redes assumem um contexto de monopólio (Valente, 2019). É nesse cenário que o termo plataforma vem se colocando. Para melhor compreensão do termo Van Djick, Poell & De Wall (2017) afirmam que a plataforma:

[...] refers to a society in which social and economic traffic is increasingly channeled by an (overwhelmingly corporate) global online platform ecosystem that is driven by algorithms and fueled by data [...] (Van Djick et al, 2017, p. 12).

Ou seja, para os autores, ela é baseada na forma como os principais atores na rede, como o Google e o Alphabet, a Amazon, Facebook, Microsoft, entre outras empresas estão ramificando suas atuações. Não se concentram mais que exclusivamente em tecnologia e redes digitais, mas também em outros serviços. Saad (2019) nos diz que as formas de pensar, agir, compartilhar e produzir conteúdo se baseiam hoje a partir dos cenários platformizados pelas Big Techs. Para a autora, significa dizer que o desenvolvimento de relações nesse cenário:

[...] concentram, simultaneamente, todo o universo de transações e interações ali abrigadas, além do armazenamento de dados de tudo o que trafega nos seus ambientes. A famosa nuvem computacional, onde muitos de nós guardamos nossas fotos, textos e documentos, tem donos e ocupa fisicamente imensos data centers que armazenam, processam e distribuem informações mundo afora (Saad, 2019, online)⁵

Ou seja, essas grandes empresas de tecnologia são hoje espaços de circulação de informação (mídiação) e, ao mesmo tempo, promovem através das tecnologias de informação e comunicação como smartphones e tablets, o encurtamento das distâncias entre os setores de produção e o consumo e vice-versa (mediação). Não é à toa que, nesse

⁵ Em: Sociedade digitalizada: “plataformização” das relações e uma privacidade “zerada”
http://jornal.usp.br/artigos/sociedade-digitalizada-plataformizacao-das-relacoes-e-uma-privacidade-zerada/?fbclid=IwAR0YWg3YYKxHcQW986UCHz_6DcJNFLiC7Pnz8OTVdpcDfpOqo8UYDDp3DVM
Acesso em 10 out. 2023.

contexto a sociedade midiaticizada esteja tão ávida por informação e por se comunicar o tempo inteiro. De acordo com Raposo e Terra (2020), as plataformas:

[...] se consolidaram na contemporaneidade como locais agregadores de comunidades, de trocas de mensagens, transações comerciais e de consumo de bens e de informação mediados por sistemas algorítmicos controlados e ajustados com frequência para a mercantilização dos dados dos usuários. (Raposo; Terra, 2020, p. 03).

Segundo os autores, o termo “plataformizado” vem da expressão “Walled Garden” que significa “Jardim Murado”. Para ilustrar essa expressão, pensemos em uma casa que possui um jardim de inverno. Todas as plantas, flores, folhagens estão em perfeita harmonia em um ambiente que é devidamente controlado pelos raios de luz solar que a residência permite e que também o seu proprietário se predispõe a cuidá-lo.

A lógica é a mesma quando pensamos em como isso funciona pelas empresas e redes sociais digitais como o Facebook e Twitter. A partir do ecossistema disponibilizado ali, são produzidas relações, se consome informação, música, vídeo, entretenimento, todo um contexto de midiaticização é restrito aos espaços disponibilizados e geridos por essas empresas (governança). E dessa forma, a partir da multiplicação de serviços em que essas grandes empresas atuam, a forma como a base de dados de usuários está sendo compartilhada ajuda a ofertar outros serviços que não apenas na internet e que são alcançadas pela forma como o algoritmo é trabalhado.

Ainda, segundo Raposo e Terra (2020):

O algoritmo possui papel fundamental em um jardim murado, e quanto mais tempo um usuário passa dentro de tais “muros, mais se conhece sobre ele e suas preferências, direcionando conteúdos que culminem em monetização (Raposo; Terra, 2020, p. 4)

O algoritmo aqui assume um papel muito decisivo. Valente (2019) explica que em meio a avalanche de dados que podem ser vistos ao se buscar analisar padrões de comportamento a partir da análise das redes sociais digitais, o algoritmo representa o sucesso da sua visibilidade ou não.

Para o autor, “[...] opera como um regulador de visibilidade do indivíduo e dos conteúdos nas redes de plataforma. A visibilidade, neste caso é premiação pela adaptação às condições estabelecidas como mais valoráveis” (p. 16). É por essa questão que o papel da plataformização da seguinte forma:

As plataformas digitais podem ser compreendidas como sistemas tecnológicos em que se desenvolvem atividades sobre uma base tecnológica, comandados por proprietários (uma empresa, como no

caso do Google, ou cooperativas, como a plataforma de comércio europeia Fairmondo), mas dos quais participam outros agentes (produtores, intermediários, usuários), cujos controle e gestão jogam papel organizador chave e nos quais operam lógicas econômicas, práticas culturais e normas diversa (regulatórias e internas), a partir das quais os ST promovem uma mediação ativa nas atividades onde estão inseridas (Valente, 2019, p. 169)

O que determina então um perfil, ou o seu conteúdo ter um maior alcance, não cabe apenas a relevância da produção do conteúdo ou até mesmo, à produção de sentido construída pelo usuário. Mas a capacidade que o algoritmo possui de premiá-lo como “importante” a partir de uma adequação de sua construção e acordo ao que for proposto pelas mídias sociais em que, conteúdo, usuário e alcance estão inseridos na plataforma.

Cabe ressaltar o que o autor define como norma diversa. Valente (2019) entende que é um acordo tácito entre o usuário e as empresas de tecnologia (Google, Facebook, Twitter, entre outras) em que lá estão regidos os termos de uso e a condição para que o usuário, aceite ou não usar a plataforma.

Ananny e Crawford (2016) explicam que atualmente há uma busca por uma transparência nos dados. Mas, no entanto, a forma como os dados são tratados e utilizados pode variar muito a depender de que lado se olhe. E como tal, a busca por uma transparência advém muito mais do medo de que a autoridade governamental se insira regulando a atividade. Para tanto, os autores mostram que a ideia de governança não é tão recente e dá como exemplo, profissões que usam da própria classe para auto regulação de suas ações.

Da mesma forma, podemos pensar no cenário da tecnologia. A partir do momento em que, é colocado termos de uso por empresas como o Google ou Facebook, o usuário está se sujeitando a obedecer e acordar com as regras impostas por um dos lados. E, como tal, o uso dos dados fornecidos pelos usuários acaba sendo utilizado a bel prazer para qualquer tipo de uso que seja dado por essas empresas, desde aumento de base de dados de usuários para outras empresas do mesmo grupo, ou para a publicidade no intuito de granjear clientes (Valente, 2019).

O que se percebe nesse cenário é que, o conceito de plataformas digitais e também de governança, conforme Van Djick, Poell & De Wall (2018), Valente (2019) Saad (2020), entre outros têm em comum é considerar que a realidade da plataformização nas relações contemporâneas têm em comum a oferta de múltiplos serviços e o caráter de atuação difuso, pregam informação, entretenimento, dinamização de serviços e a facilidade e novas formas de trabalho.

No entanto, suas formas de auto regulação, uso de base de dados coletados de seus usuários, criação de empresas em cenário offline com carta de clientes já conquistada a partir dos dados obtidos das próprias redes, e a aceitação de termos de uso por entre usuários e empresas mostram que a busca pelo controle do fluxo de informações para

diversos usos, sempre foi uma busca que perpassa os primórdios dos estudos em cibercultura e se mantém até então.

DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO VS CÂMARAS DE ECO

Se os efeitos considerados pelo cenário da plataformização das relações integram uma variedade de múltiplos serviços que ultrapassam o mero entretenimento, por outro também ampliam a oferta de conteúdos com a mesma diversidade. Junior (2020) explica que falar em plataformização significa perceber que a comunicação e a distribuição de conteúdo passam, necessariamente por entender como esse fluxo funciona nesse ambiente. Segundo o autor:

O conceito de plataformização da web, segundo proposição de Helmond (2015), elucida duas facetas desse processo: a primeira pertinente à infraestrutura – duplo movimento de encapsular o conteúdo da internet em apenas um site para monetizar a atenção gerada via anúncios direcionados, enquanto espalha portas de entrada e instrumentos de monitoramento para outros websites; e a segunda acerca dos efeitos políticos e econômicos que os modelos de negócio dessas plataformas provocam em outros subsistemas sociais. (Junior, 2020, p. 04)

Ou seja, se considerarmos que o atual cenário de produção de conteúdo tem como vistas o compartilhamento através das redes sociais digitais. É nelas, que a distribuição e, por conseguinte consumo desses conteúdos que esse ocorre. Numa tentativa de manter ainda mais o usuário dentro de uma dessas redes, as Big Five (Saad, 2019) exercem total controle sobre a forma como o conteúdo deve se mostrar para o usuário, ainda que ele não perceba necessariamente como ele simplesmente ‘apareceu’ para ele.

E isso impacta consideravelmente na forma como o público recebe o conteúdo. Em 2016, uma pesquisa da Universidade de Columbia confirmou que 59% das pessoas (usuárias de internet) compartilhavam o conteúdo sem lê-los na íntegra⁶. Adorno e Silveira (2018) explicam que esse é um cenário que surgiu como consequência da era da pós-verdade. Não é nossa pretensão discorrer sobre esse tema, entretanto os autores o utilizam como forma a capitanear a ideia de que o compartilhamento de conteúdos sem lê-los ou, de simplesmente acompanhar os comentários das postagens já seriam suficientes para validá-lo como verdadeiro.

A segunda parte ao qual Junior (2020) faz questão de lembrar nesse contexto de plataformização tem ligação direta com as consequências políticas que as ações assumidas por essas empresas empregam nesse cenário. Não só a partir dos modelos de

⁶ Em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/tecnologia/2016/06/59-das-pessoas-compartilham-links-sem-ler-o-conteudo-antes.html> Acesso em: 4 nov. 2023.

negócio e sua monetização, mas também a forma como essas empresas enxergam o capital social, político e cultural que assumem nas relações desenvolvidas em seus ecossistemas.

Valente (2019) ao lembrar que a “premiação” por cada perfil ou página compartilhar determinado conteúdo e torná-lo relevante numa espécie de “edgerank” das redes sociais é uma das formas mais claras que os algoritmos atuam. Nesse sentido, é possível problematizar os efeitos que determinados conteúdos assumem no cenário de circulação da informação (Braga, 2012).

Um deles, além de colocar em risco a segurança da informação na rede é, a proliferação de conteúdos que visam a desinformação (Bennet & Livingston, 2018) até à distribuição de notícias falsas. Cada uma delas causando problemas muito específicos. Sobre a desinformação e sua propagação, os autores afirmam que o recrudescimento da confiança nos media decorre entre sobretudo, de três fatores:

We suggest that public spheres in many nations have become divided and disrupted as growing challenges confront the democratic centring principles of (a) authoritative information, (b) emanating from social and political institutions that (c) engage trusting and credulous publics. (Bennet & Livingston, 2018, p. 126-127)

Ou seja, para os autores, a perda da autoridade da informação gerou uma cobrança social das instituições que, ao não saberem o que fazer (sobretudo, nas redes sociais) proliferou o ambiente para que teorias de conspiração e desconfiança se propagassem (Jenkins; Ford & Green, 2014) justamente e principalmente por essas plataformas.

Mas o debate parece não só se dirigir sobre o que deve ser considerado como conteúdo inverídico ou não, mas sim como consegue propagar nas pessoas a referência necessária para delimitar o que parece ser verdadeiro ou não, dando ao conteúdo compartilhado o status de veracidade e contestando o que é produzido pela mídia de massa, seguindo todos os seus preceitos que envolvem a construção da notícia (Alsina, 2009). Para essa fatia de público, a informação (conteúdo) gerada ganha mais prospecção se ela se apresenta para eles enquanto verdadeira e se tem capacidade de engajar e ampliar a rede contanto que a linha de pensamento seja compartilhada.

Recuero, Vieira e Zago (2020) falam em especial desse ambiente de ressonância a qual denominam de câmaras de eco. Nas palavras dos autores:

[...] entendemos “câmaras de eco” como grupos que filtram o conteúdo que compartilham, dando preferência a informações que reforcem uma narrativa política em particular [...] as informações compartilhadas por usuários em uma câmara de eco representam uma “dieta midiática”

distinta daqueles que não fazem parte do grupo. (Recuero, Vieira & Zago, 2020, p. 05)

Ou seja, para os autores, há um perigo ainda maior que, gerado por conta da cibercultura e alimentado em grande parte pelo cenário da plataformização das relações (Valente, 2019); (Saad, 2020) podem gerar um problema maior: aqui, não importa se o conteúdo seja falso ou não, mas sim que ele alimente a ideologia que corresponda aos interesses de quem compartilha e/ou produz para que seja distribuído entre os seus pares.

Os autores também lembram que é por conta desse cenário que termos como hiperpartidarismo acabaram invadindo o ambiente de produção de conteúdo nas redes sociais digitais e também inflando debates, quando não fomentando ataques não só a entidades políticas, mas também convocando para mudanças sociais e culturais (como o ocorrido no Brasil através do movimento Gigante Acordou) e também da invasão do capitólio por simpatizantes do governo do ex-presidente Donald Trump, em janeiro de 2021.

O que cabe salientar nessas observações pontuais dadas pelos autores é que, desde os anos 40 com os estudos sobre cibernética, cibercultura e mais recentemente com o cenário da plataformização das relações, a ideia de controle de conteúdo precisa lidar diretamente sobre a forma como as principais empresas controlam a disseminação da informação por meio de suas plataformas, ao mesmo tempo em que precisa delas para a própria sobrevivência. Nesse sentido fica cada vez mais claro observar que a ideia de controle, privacidade, conteúdo e governança nessas redes são mais do que apenas palavras, e sim instituições que ainda não alcançam o debate mais objetivo nas mídias digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos em cibercultura na contemporaneidade passam por diversas fases. Desde o período em que há uma aparente empolgação com o processo que envolve o uso de tecnologias em benefício de uma cultura onde a partilha de conhecimento é definida através da inclusão das pessoas através das redes (Levy, 1999), para um momento em que a internet põe em escala de igualdade, produtores e consumidores de produtos midiáticos e que essa relação distribui benefícios para ambos os lados (Jenkins, 2008) e chega em um momento em que é necessário perceber o que realmente deu certo e tentar consertar as arestas perdidas (Santaella, 2016); (Rüddiger, 2016).

Em comum, todos os estudos contemporâneos não negam o papel que a tecnologia e as ferramentas conseguiram disponibilizar para a sociedade. Diminuíram as distâncias, fortaleceram laços sociais, discutiu-se a relação entre os atores humanos e os não-humanos (Latour, 2012). Criou-se uma relação de dependência entre o homem e suas próteses (Sodré, 2002) e estas estabeleceram novos processos de circulação de informações.

Nos primórdios dos estudos em cibercultura, ainda na descoberta e nos primeiros usos da cibernética, Norbert Wiener em 1940 e seu pioneirismo ao tentar englobar sistemas biológicos e técnicos para ampliar experiências humanas mostra que, embora não fosse esse o objetivo inicial dos seus estudos (tanto quanto ao momento em que se criou a internet), a evolução tecnológica levou o homem para um caminho: o do fluxo ininterrupto de informações.

Haraway (2000) alertou para a necessidade de um efeito ciborgue do homem em que, não se trata de sistemas técnicos, mas de outros elementos construídos que amplificam as experiências desse homem contemporâneo e, que mais importante do que entender como os homens se relacionam nesses contextos é entender a capacidade que a informação e o conteúdo têm de estruturar as suas atitudes.

A aparente era da plataformização das relações se trata de mais uma face desse ambiente. Se antes, falar em ciborgue era canalizado para uma ideia midiaticizada através de filmes e produções culturais como lembra Haraway (2000), hoje é muito mais comum do que se imagina porque essa relação sociotécnica entre o homem e a tecnologia, como lembrada por McLuhan (1969) por exemplo, passou por diversas adaptações não apenas para ser entendida a partir do ponto de vista midiático, mas para toda uma relação nova de serviços com os quais o homem contemporâneo se torna totalmente dependente e, do qual esse cenário de vêm sabendo tirar proveito.

Quando se considera o papel que as Big Techs exercem na rotina das pessoas na atualidade, quando se percebe a forma como os algoritmos são trabalhados a fim de estudar o comportamento do usuário, quando a avalanche de dados que isso disponibiliza é utilizada a fim de customizar relações de consumo e também, quando se considera as estratégias utilizadas pelas principais empresas no intuito de criar regras e estabelecer contratos tácitos entre elas e o usuário (Valente, 2019), percebe-se que os estudos em cibercultura e seus primórdios ainda na década de 40 do século passado mantém relação na busca e na forma em como entender e controlar o fluxo de informação gerido entre o homem (sistemas biológicos) e outros sistemas sociotécnicos.

REFERÊNCIAS

ANANNY, M; CRAWFORD, K. Seeing without Knowing: Limitations of the transparency ideal and its application algorithmic accountability 2016. *New Media & Society*, 2018 Vol. 20 (3).

ALSINA, M **A construção da Notícia**. 1. Ed Petropolis: Vozes 2009.

BENNET, W.L; LIVINGSTON, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. 2018. *European Journal of Communication*. 2018, vol. 33(2) 122-139.

BOLAÑO, C. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BRAGA, J.L. Circuito vs Campos Sociais. 2012. In MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., e JACKS, N., orgs. **Mediação & mídiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012.

CASTELLS, M. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Zahar, 2003.

CHAVES, V. **A revolução cibernética: a nova cultura**. 2015. Disponível em: <https://www.ufjf.br/ebiapem2015/files/2015/10/gd5_viviane_chaves1.pdf> Acesso em: 20 out. 2023.

CLYNES, M; KLINE, N. S. Cyborgs and Space in Astronautics. 1960 In GRAY, MENTOR, FIGUEROA. **The Cyborg Handbook**. New York, Routledge, 1995.

FUCHS, C. **Social Media: A Critical Introduction**. London: 1ª ed. SAGE. 2014.

HARAWAY, D. J. **Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX**. Belo Horizonte: Autêntica. 2000.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Editora ALEPH, 2014

JENKINS. H. **Cultura da Convergência**, São Paulo, Aleph, 2009.

JUNIOR, M. A. dos S. Plataformização da Comunicação Política: Governança algorítmica da visibilidade entre 2013 e 2018. In E-Compós. 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2101/2045> Acesso em: 10/10/2023.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001

KERKHOVE, D. de. Ética de Transparência na era do Big Data. 2016. In. LOPES, M & KUSCH, M (orgs). **Comunicação, Cultura e Mídias Sociais** 1ª ed. São Paulo: USP, 2016.

LATOURETTE, B. **Reagregando o social: Uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. 1ª ed. Bauru, SP, EDUSC, 2012.

LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MCLUHAN, Marshall **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Tradução Décio Pignatari. São Paulo Ed. Cultrix, 1969, 407 p.

RAPOSO, J. F.; TERRA, C. F. **Sobre comunicação e marcas “plataformizadas”: é preciso estar nos “jardins murados” para ter visibilidade.** 2020. Disponível em:

<<https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/55673/32327>> Acesso em: 10 out. 2023.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p

RECUERO, R; VIEIRA, F; ZAGO, G. **Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de eco: Como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter.** 2020. Disponível em:

<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/download/1154/1740/1823+&cd=3&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> Acesso em: 20 out. 2023.

RÜDDIGER, F. As redes e a armação: Da cultura do narcisismo ao fetichismo tecnológico. 2016. In LOPES, M & KUSCH, M (orgs). **Comunicação, Cultura e Mídias Sociais** 1ª ed. São Paulo: USP, 2016.

SAAD, B. A plataformização das relações sociais: reflexões sobre a ressignificação da atividade comunicativa. 2020. In FARIAS, L. A. de, LEMOS, E & REBECHI, C. N. (orgs) **Opinião pública, comunicação e organizações.** Convergências e perspectivas contemporâneas. Disponível em:

<<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002995848.pdf>> Acesso em: 18 out. 2023.

SANTAELLA, L. A cultura digital na berlinda. 2016. In In LOPES, M & KUSCH, M (orgs). **Comunicação, Cultura e Mídias Sociais** 1ª ed. São Paulo: USP, 2016.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VALENTE, J. C. L. **Tecnologia, Informação e Poder: das plataformas online aos monopólios digitais.** Tese de Doutorado apresentado ao programa de pós-graduação em sociologia da UNISINOS, 2019. 400 p

VALENTE, J.C.L Algoritmos e sites de redes sociais: uma discussão crítica sobre o caso Facebook. **Revista Pós**, Nº, 02; Vol. 14. Ago./ 2019. Disponível em:

<https://periodicos.unb.br/index.php/revistapos/article/view/26491/23167> Acesso em: 10 out. 2023.

VAN DIJCK, J; POELL, T; DE WALL, M. **The Platform Society: Public Values in a Connective World.** Oxford University Press, NY, 2018.