

A questão da produção amadora no ciberespaço e o impacto no mainstream media

Fernando Firmino da Silva*

KEEN, Andrew. **The Cult of the amateur**: how today´s internet is killing our culture. New York: Currency Book, 2007, 228p.

A expansão da participação do público no processo de produção e disponibilização de conteúdo digital no ciberespaço (notícias, fotos, vídeos, músicas, filmes e outros produtos), - a partir do início deste século XXI impulsionada pelo uso de ferramentas disponíveis na internet -, vem gerando uma discussão em torno das alterações que este fenômeno impõe ao *mainstream media*. Nota-se um deslocamento do acesso e da produção de conteúdo da indústria da comunicação e do entretenimento de massa tradicional para plataformas colaborativas e redes de relacionamento constituídas no ciberespaço como *Flickr, Wikipedia, Youtube, Ohmynews, Digg, Orkut, Facebook, Myspace, Slashdot*. A disseminação de tecnologias móveis digitais como celulares, câmeras digitais, aparelhos gravadores e tocadores de *mp3* e *pen drives* favoreceram ao surgimento deste ambiente paralelo denominado Web 2.0 onde os cidadãos não apenas são usuários, mas também produtores de conteúdo.

* Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia.
Fernando.milanni@globo.com

O livro de Andrew Keen (2007), "The cult of the amateur: how today's internet is killing our culture" ("Culto ao Amador: como a internet de hoje está matando nossa cultura", sem tradução ainda em português), trata-se exatamente de uma crítica a este ambiente da Web 2.0, a produção amadora na internet e uma defesa intransigente do *mainstream media*. Dividido em oito capítulos (1. *the great seduction*, 2. *the noble amateur*, 3. *truth and lies*, 4. *the day the music died (side a)*, 5. *the day the music died (side b)*, 6. *moral disorder*, 7. 1984 e 8. *solutions*), o livro se desdobra em argumentos de que o amadorismo está destruindo "a nossa cultura". Andrew Keen é um historiador inglês e um dos pioneiros da internet na década de 1990, na Califórnia, com o Audiocafe.com, um sítio de música. Formou-se em história moderna pela Universidade de Londres e é mestre em Ciência Política pela Universidade da Califórnia, em Berkeley.

Desde o início do livro o autor sinaliza que desenvolverá uma abordagem polêmica apresentando os pontos negativos que a revolução digital exerceria sobre a cultura, a economia e os valores. Na verdade é uma visão alarmista e extrema de que a internet caminha para a destruição da "credibilidade" que somente a grande mídia e a indústria de entretenimento teriam devido aos seus mecanismos de filtros (*gatekeeping*) construídos por informações coletadas, apuradas e publicadas por profissionais. Para Keen não é possível identificar quem publicou determinada informação na internet e, portanto, pode-se disseminar boatos pela rede sem controle da fonte. Dentro deste contexto, a blogosfera, na percepção de Keen, é povoada por uma infinidade de macacos produzindo conteúdos que são lidos por milhões de pessoas contribuindo para a mediocridade na internet. "Instead of creating masterpieces, these millions and millions of exuberant monkeys - many with no more talent in the creative arts than our primate cousins - are creating an endless digital forest of mediocrity" (KEEN, 2007, p.2-3).

O livro "*the cult of the amateur*" de Keen é um nítido contraponto ao livro "*The long tail*" ("a cauda longa", já traduzido em português) de Chris Anderson (2003), que traça um perfil do mercado consumidor atual (dominado pelos nichos) em contraposição ao mercado de massa (dominado pelos hits). Anderson desenvolve a teoria de que com a internet e as novas formas de produção e distribuição de música, vídeos, livros e uma série de outros produtos, a tendência é que o modelo do mercado tradicional diminua seu impacto em relação às preferências das pessoas e os nichos de mercado assumam uma posição de mais relevância. O conceito da cauda longa vem da economia/estatística e significa um gráfico em que o topo seria os hits e a cauda horizontalizada do gráfico os nichos, as vendas de baixa quantidade, mas com impacto quando somados, fazendo frente aos hits do topo ou, nas palavras do autor, "em estatística, curvas como essas são denominadas 'distribuições de cauda longa', pois seu prolongamento inferior é muito comprido em relação à cabeça" (ANDERSON, 2003, p.10). Os aspectos de democratização das ferramentas e da produção descentralizada apresentados por Anderson são frontalmente atacados por Keen que analisa esta perspectiva de um ponto de vista diferente, significando para ele, o fim da informação com qualidade: "Infinite monkeys providing infinite information for infinite readers, perpetuating the cycle of misinformation and ignorance" (KEEN, 2007, p.4). O autor tenta desconstruir as empresas do mundo Web 2.0 como exemplos de destruição da cultura contemporânea devido à participação de amadores no processo de produção e, por isso, propõe que o modelo ideal deve ser o controlado pelo *mainstream media*.

Para reforçar sua argumentação em torno desse contexto, Keen apresenta a *Wikipedia* como um fenômeno desencadeador da destruição da cultura na atualidade por apresentar possibilidade de edição dos conteúdos por qualquer pessoa como ocorreu com empresas como McDonalds e *Wal-Mart*, alteraram informações em benefício próprio. Em relação ao *YouTube* estariam sendo disseminadas apenas vídeos amadores com situações ridículas de pessoas dançando, cantando, dirigindo, fazendo caras e bocas.

Para ele a idéia de que a web formaria uma inteligência coletiva seria um engano porque sítios colaborativos como *Digg*, *YouTube* e *Reddit* são desinformados sobre assuntos mais sérios como guerra no Iraque ou o conflito entre Israel e o Hezbollah, trazendo banalidades que não contribuem para a formação das pessoas. Para essa função de formar a opinião pública de maneira criteriosa o autor acredita que só o *mainstream media* teria a capacidade por meio dos filtros e da estrutura profissional por trás das notícias, que são tratadas por especialistas e editores. "The ordering of the headlines on these sites reflects what other users have been reading rather than the expert judgment of news editors" (KEEN, 2007, p.6). Keen considera a Web 2.0 um terreno de narcisismo onde as pessoas produzem conteúdo digital visando uma auto-imagem. "As traditional mainstream media is replaced by a personalized one, the internet has become a mirror to ourselves" (KEEN, 2007, p.7).

Uma das principais causas para a destruição do *mainstream media* é a pirataria digital e a conseqüente negação ao *copyright*. Keen apresenta diversos dados que comprovariam sua tese nesta direção como o caso da indústria de Hollywood que perdeu 20% das vendas domésticas nos últimos cinco anos. Em conseqüência da descentralização ou democratização da produção e consumo, diversas empresas estariam demitindo funcionários e diminuindo a produção. Alguns casos citados são a *Disney*, que anunciou demissão de 650 pessoas em 2006; da *Tower Records* que extinguiu 3.000 empregos com a venda da empresa; a NCBCU 2.0 planejava demitir 700 pessoas em 2006; O *The New York Times* desligou 200 funcionários em 2005; o *Boston Globe* e *Worcester Telegram e Gazette* 500 em 2005; no *Chicago Tribune* foram 200; em 2006 foram 17.809 empregos de jornalistas cortados nos Estados Unidos e em diversos setores da mídia. Para Keen a Web 2.0 não gera empregos e a versão de que quando se extingue empregos num setor se cria em outros não funciona em relação a Web 2.0 porque as empresas são enxutas e os produtores de conteúdos são amadores. Diante disto, a mídia tradicional estaria em face de extinção diante das conseqüências da revolução digital levando a qualidade da

informação a decair em decorrência destes fatores centrados na produção dominada pelo amadorismo.

Este discurso percorre todo o livro de Andrew Keen. Ele relata que sua experiência no Vale do Silício com a criação do Audiocafe.com o fez gradativamente perceber que a lógica da revolução digital era outra e se transformou num cético por identificar que havia hostilidade em relação à mídia tradicional e à indústria do entretenimento que resultaria em baixa qualidade da informação e falência das indústrias do setor. Para ele a idéia da democratização na Web 2.0 é um erro porque valoriza a ascensão dos amadores rompendo a separação clássica emissor-receptor tornando audiência e autor um só. Esta condição gera conteúdos deturpados e incompletos na web 2.0 uma vez que existe apenas "[...] superficial observations of the world around us rather than deep analysis, shrill opinion rather than considered judgment" (KEEN, 2007, p.16). O amadorismo estaria destruindo os valores da mídia tradicional porque as conseqüências reais da revolução da web 2.0 é "less culture, less reliable news, and a chaos of useless information. One chilling reality in this brave new digital epoch is the blurring, obfuscation, and even disappearance of truth" (KEEN, 2007, p.16).

Outro problema apontado é que esta forma de produção de notícias na web também reflete sobre a questão da perda da autoria e da propriedade intelectual porque reinaria o *mashup* e o *cutting e pasting* (copia e cola) com o plágio de estudantes: "Copyright and authorship begin to lose all meaning to those posting their mash-ups and remixings on the Web" (KEEN, 2007, p.24-25). Ele critica duramente a democratização da mídia digital e enfatiza o "custo da democratização" afirmando que o amadorismo da mídia digital significa o declínio da qualidade da informação e não sendo mais possível distinguir entre leitor e escritor. Os blogs são apresentados como um dos principais problemas relacionados à questão da autoria, pois utilizam informações produzidas por empresas tradicionais de forma indevida e causando prejuízos com a agregação aleatória de conteúdo

digital. "The blogs and wikis are decimating the publishing, music, and news-gathering industries that created the original content those Web sites 'aggregate'" (p.27-28).

Para Keen todos podem ter opinião, mas poucos teriam experiência, conhecimento qualificado para gerar uma opinião sobre determinado assunto que pudesse apresentar uma perspectiva construtiva. O talento seria restrito a ambientes construídos a partir de uma estrutura preparada para isso como o *mainstream*. "Talent requires work, capital, expertise, investment. It requires the complex infrastructure of traditional media - the scouts, the agents, the editors, the publicists, the technicians, the marketers. Talent is built by the intermediaries." (KEEN, 2007, p.50-51).

Para o autor o debate sobre a concentração da emissão da informação na mídia tradicional como "ditadura dos experts", seria pior com democratização da mídia digital pois significaria a "ditadura dos idiotas", dos amadores que geram conteúdo sem qualidade, sem critérios. A troca da Enciclopédia Britânica (com seus especialistas) pela Wikipedia (com os amadores) seria um absurdo na visão dele. A Wikipedia ocupa a 70ª posição em termos de acesso na web enquanto que Britânica ocupa 5.128 posição (com 100 vencedores do Nobel da Paz e 4.000 contribuidores especialistas). O conteúdo FREE é prejuízo para as empresas de comunicação por impedir a manutenção da estrutura profissional com novos investimentos em pessoal e equipamentos. "So while the professionals - the editors, the scholars, the publishers - are certainly the victims of an Internet the diminishes their value and takes away their jobs, the greater victims of all this are us, the readers of Wikipedia and of the blogs and all the 'free' content that is insistently reaching out for our attention" (p.45).

O livro discorre ainda sobre os impactos no setor da música com o crescimento da pirataria e do P2P (compartilhamento de arquivos em rede). Entre 2003 e 2006, 800 lojas independentes de música fecharam. Em uma

década, entre 1995 e 2005 o mercado de CD caiu 25% representando uma queda de 2,3 bilhões de dólares na venda de música. Os negócios da indústria do cinema também estão sofrendo com a pirataria e a internet. Keen pensa de que as atitudes ilegais (como baixar música, piratear) construiria um caminho para a desordem moral com a cola, o *remixe*, a cópia da propriedade intelectual na Internet e o plágio na área de conteúdo jornalístico. Seria, então, a "geração do copia e cola (ctrl+c, ctrl+v).

O tom de todo o livro é quase o mesmo: uma oposição do *mainstream media* à web 2.0. Entretanto, o capítulo mais lúcido de Keen é o sétimo ("1984 - versão 2.0") em que ele trata das questões de invasão de privacidade e vigilância, principalmente em relação mecanismos de busca como *Google* e *AOL*. Ele compara esses mecanismos ao Big Brother do livro 1984 de George Orwell como uma "cultura de vigilância digital", ironizando com a frase "welcome to 1984, version 2.0". O autor fala dos bilhões de informações que circulam sob o controle dos buscadores do Google e do Yahoo e do perigo que isso representa para a privacidade dos dados, do roubo de identidades, de dados de cartões de crédito. Ele alerta principalmente para os *cookies* instalados invisivelmente nos computadores que podem capturar informações dos usuários. "Cookies transform our habits into data. They are gold mines for marketers and advertisers" (KEEN, 2007, p.175). Para ele diversos aplicativos (inclusive ferramentas agregadas ao *Google*) podem mapear toda nossa vida e prever nossos passos. As características do 1984 de Orwell com um Big Brother onipresente vendo tudo estaria se concretizando com a Web 2.0.

Por fim, o autor suaviza suas críticas afirmando que o objetivo do seu livro não seria voltar atrás em relação ao desenvolvimento tecnológico, mas proteger os legados do *mainstream media* como o *copyright*. Ele apresenta algumas sugestões para conviver com a revolução digital sem destruir a mídia massiva e seus valores: *copyright*, propriedade intelectual). "We need to find a way to balance the best of the digital future without destroying the institutions of the past" (p.185).

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do Mercado de massa para o Mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003