

A INTERNET COMO INSTRUMENTO DA ALDEIA GLOBAL

*Ronaldo Pedroso da Silva**
*Cristiano Alvarenga***

RESUMO

O conceito de aldeia global, do filósofo canadense Herbert Marshall McLuhan, aborda a globalização. Com a modernização e o crescimento tecnológico, o conceito começa a se concretizar, principalmente com a ascensão da internet. Este artigo cita exemplos, que vão desde produtos da indústria cultural até campanhas publicitárias. O objetivo é debater a internet como veículo indissociável da Aldeia Global como objeto de alienação ou instrumento de educação.

PALAVRAS-CHAVE: Aldeia Global. Internet. Globalização. Educação. Comunicação.

INTRODUÇÃO

A difusão da internet trouxe mudanças radicais nos hábitos das pessoas, diminuindo as distâncias, interligando culturas e criando um novo modelo de mundo: o virtual. As fronteiras geográficas caíram nesse mundo virtual unificando povos. Hoje, comunidades virtuais romperam com as relações interpessoais presenciais, inserindo um novo tipo de relação, onde um simples programa de tradução on-line quebra as estruturas da língua e permite duas ou mais pessoas interagirem como se estivessem presentes. De acordo com Ferrari (2008), “O poder de transformação causado pelo uso do e-mail¹ também pode ser colocado como um dos grandes avanços da internet até o final do século XX”.

O conceito de aldeia global, do filósofo canadense Herbert Marshall McLuhan, já previa essa interação entre povos. Aldeia global quer dizer que o progresso tecnológico está reduzindo todo o planeta à situação de uma aldeia, ou seja, que as pessoas têm a possibilidade de se intercomunicar diretamente umas com as outras, independentemente da distância.

O conceito de Aldeia Global para McLuhan é um paradigma, uma vez que ele elegeu a televisão como o meio de comunicação de massa que melhor exemplificaria a teoria, já que a forma de comunicação em uma aldeia é entre dois indivíduos, ou seja, bidirecional e a televi-

* Ronaldo Pedroso é acadêmico do 4º período de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade Católica de Uberlândia. ronpedd@hotmail.com

**Cristiano Alvarenga é jornalista formado pelo Centro Universitário do Triângulo - UNITRI, editor do jornal da Universidade Federal de Uberlândia e docente da disciplina Pesquisa em Comunicação na Faculdade Católica de Uberlândia. jornalisticrisudi@yahoo.com.br

¹ E-mail, correio eletrônico

são, até então, era unidirecional. Com a modernização e o crescimento tecnológico, o conceito começa a se concretizar não só com a televisão, que com o advento da TV digital passa a ser bidirecional, mas também com a ascensão do telefone celular e da internet, que interligam o mundo inteiro.

De acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em outubro de 2009 havia 1.916.242 de habilitações, um crescimento de 1,15%. Com isso, o Brasil chega a 168.037.030 de acessos do Serviço Móvel Pessoal (SMP) e densidade de 87,6 acessos por 100 habitantes. São 8 celulares para cada 10 habitantes. Na internet, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2008 divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em setembro, a taxa de lares com computador saltou de 26,5% em 2007 para 31,2% no ano seguinte, somando 17,95 milhões de domicílios e as conexões domésticas, de 20% em 2007 para 23,8% em 2008.

O diretor Alejandro González abordou o tema “Aldeia Global” no filme *Babel*², onde são contadas três histórias diferentes, porém todas interligadas, mostrando como um fato, aparentemente isolado, pode interferir do outro lado do mundo, graças à globalização. Metaforicamente, um mundo falando várias línguas, com seus povos interligados entre si, porém sem *saberem* se comunicar, mesmo com todas as condições para tal.

O princípio que preside a este conceito é o de um mundo interligado, com estreitas relações econômicas, políticas e sociais, fruto da evolução das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), particularmente da World Wide Web, diminuidora das distâncias e promotora da emergência de uma consciência global interplanetária, pelo menos em teoria.

De acordo com McLuhan e Fiore (1971), essa profunda interligação causaria uma enorme rede ou teia de dependências mútuas entre todas as regiões do globo e, desse modo, promoveria a solidariedade e a luta pelos mesmos ideais. Porém, isso provou não ser saudável, como já se vê na economia, quando uma quebra nos setores bancário e imobiliário dos Estados Unidos, coração econômico do planeta, causa uma imensa leva de crises em outros países. Exemplificando, esse mesmo *efeito dominó* se vê com o problema do gás na Bolívia ou com periódicas crises financeiras nos *Tigres Asiáticos*: é a globalização.

2 Uma enorme torre, construída pelos descendentes de Noé, com milhares de tijolos empilhados, colando-os uns sobre os outros, com betume, para fazer com que um dia o seu ápice penetrasse nos céus. Provavelmente sua intenção era agradecer à divindade por terem escapado ao grande dilúvio. Mas, conta-se na Bíblia, não foi assim que Jeová entendeu. Não viu aquele colosso se erguer no meio do nada como um possível agrado a ele, mas sim como prova da soberba dos homens. Queriam rivalizar-se com Ele. Resolveu intervir. Desceu em meio aos construtores e num gesto Dele todos começaram a dizer palavras em línguas diferentes. Ninguém mais se entendeu.

Na verdade, esse fenômeno já se evidenciava através do *Efeito Borboleta*, parte da complicada *Teoria do Caos*³, onde um acontecimento em determinada parte do mundo, por mais que pareça aleatório, tem efeitos a uma escala global, como mostra, por exemplo, as flutuações dos mercados financeiros mundiais.

ALDEIA GLOBAL: GLOBALIZAÇÃO E ACULTURAÇÃO

Para muitos críticos da obra de McLuhan, a Aldeia Global trata-se mais de um conceito filosófico e utópico do que real, devido ao seu caráter humanista e comunitário. A idéia de ter a comunicação como forma de aproximar as pessoas e estreitar as relações não se compatibiliza com a sociedade capitalista contemporânea. Além disso, a inclusão digital mundial é uma verdade muito longe de ser alcançada, mesmo que não seja impossível. Percebe-se essa dificuldade principalmente nos países subdesenvolvidos, como por exemplo, no continente africano⁴. Cepaluni e Mendonça (2006) explicam o problema de renda.

“A possibilidade de obtenção de renda por meio de recursos naturais, como em Serra Leoa, distorceu as instituições e a vida política de Angola, permitindo que as elites tomassem o poder pela força. Elas tinham capital para sustentarem seus exércitos ao mesmo tempo em que mantinham altos níveis de corrupção, contribuindo para o déficit fiscal e, conseqüentemente, prejudicando a diversificação da economia”.

Dentro da idéia defendida por McLuhan, a telenovela brasileira “Escrava Isaura”, produzida pela Rede Globo e exibida entre 11 de outubro de 1976 e 5 de fevereiro de 1977, é o primeiro grande exemplo característico dessa teoria na televisão brasileira. Adaptação do romance de Bernardo Guimarães, “Escrava Isaura” foi a primeira novela de exportação brasileira, sendo recordista de exibição dentro e fora do país. No Brasil, teve 5 reprises pela própria Globo e uma segunda versão do romance, desta vez pela Rede Record, com o título de “A escrava Isaura”, exibida de 18 de outubro de 2004 a 29 de abril 2005.

Foi a telenovela brasileira que mais viajou pelo mundo, exibida em mais de cem países, e a primeira a ser exibida na Rússia. Foi campeã de audiência na China, levando a atriz

3 Teoria criada pelo meteorologista Edward Lorenz, em 1960 através do artigo “Previsibilidade: o bater de asas de uma borboleta no Brasil desencadeia um tornado no Texas?”, que estabelece que uma pequena mudança ocorrida no início de um evento qualquer, com fatos aleatórios, pode ter conseqüências no futuro. A teoria tem várias aplicações para a física, matemática, meteorologia, finanças.

4 Décadas de guerras civis em, por exemplo, Angola, Somália, Ruanda, Timor Leste mataram milhões de pessoas e paralisaram a economia e a evolução tecnológica.

Lucélia Santos, que interpretava a protagonista na primeira versão, a status de ídolo naquele país.

Outro exemplo da ação de Aldeia Global utilizando *Escrava Isaura* como objeto de estudo é que a coleção *Som Livre Masters* lançou a trilha sonora original da novela pela primeira vez em CD. No Brasil, foi lançado apenas um compacto com 6 músicas e nenhuma delas era tocada com frequência na novela. Na Venezuela, foi lançado um LP com músicas instrumentais como "Retirantes", além das músicas de ação, o tema de Rosa e o tema de Leôncio.

Seja na televisão ou até mesmo com as músicas de sua trilha sonora, *Escrava Isaura* tornou-se ícone midiático e espalhou a cultura brasileira por todo o mundo, reduzindo-o à escala de uma aldeia, tal qual a teoria do filósofo canadense. Nesse contexto, percebe-se que a globalização está sempre presente nos veículos de comunicação como TV e internet.

A professora doutora em Comunicação Social Maria Cristina Gobbi resenha o livro de Lucena Filho, resultado de sua tese para o doutorado, com conceitos e raciocínios acerca da festa de São João, em Campina Grande, e dos mecanismos de marketing utilizados para a publicidade da festa.

Na resenha, a globalização é vista como ferramenta para o marketing da festa. É a disseminação de um produto especificamente regional nos meios de comunicação, o marketing usando a regionalização como forma de aguçar a curiosidade de pessoas de outras partes do Brasil e do mundo.

“... “O Maior São João do Mundo”, como é conhecida a festa aqui no Brasil, evidencia que os processos de globalização pelos quais o mundo atravessa, consolidam a priorização do regional em uma constante busca de mecanismos que transcendem as questões nacionais.”

A globalização trouxe para muitas sociedades a aculturação. Grupos locais perderam a força de suas culturas frente ao poderio propagandológico de grandes empresas de comunicação, que deixaram de lado as fronteiras de seus países de origem, para se difundirem mundialmente, seja fisicamente, mas particularmente pela ascensão da internet. Esses grupos sem pátria utilizam até de particularidades regionais como maneira de se infiltrar e começar o seu processo de domínio cultural. Na rede existe um novo mundo virtual, com cultura própria imposta por grandes conglomerados comerciais.

Com a massificação da notícia pelos veículos de comunicação, especificamente pela internet, o individualismo e o livre pensar ficam comprometidos. A cultura de massa tende a mostrar um modelo pronto, justamente mesclando real e imaginário para oferecer ao indiví-

duo um produto cultural pronto para o consumo que atenda à maioria dos espectadores, mesmo que seja através da dinâmica entre a estandarização e a inovação. O resultado dessa massificação com o produto cultural “pré-fabricado” pode gerar uma sociedade composta por indivíduos alienados com mentes preguiçosas, sem pensamento crítico.

Temer e Nery (2009) explicam que, através do conceito psicológico de comunicação, o indivíduo “transmite estímulos verbais ou não verbais buscando **interferir** no comportamento do outro”. Entretanto, essa interferência é tão intensa ao ponto de tornar-se uma espécie de linguagem persuasiva de tal envergadura que massifica ainda mais a sociedade. Não se trata de um grupo específico, mas de toda a sociedade.

Principalmente com a globalização, a publicidade deixou de ter fronteiras e nacionalidade. Campanhas publicitárias giram por todo o globo unificando diversas culturas em um só grupo, o de consumidores, seguidores de marcas multinacionais, corporativas. A mesma campanha publicitária usada pela Coca-Cola, por exemplo, pode ser veiculada em vários países diferentes. Além da Coca-Cola, isso também vale para outras grandes marcas como a Nike, a GM, McDonald’s, entre outras.

A TECNOLOGIA COMO INSTRUMENTO DE ALIENAÇÃO OU EDUCAÇÃO

Existe um paradoxo: a tecnologia é hoje uma extensão dos nossos próprios sentidos. Usa-se mais a ciência do que a rudeza das ferramentas manuais de outrora. A educação é o grande difusor dessa mudança, produzindo pessoas mais críticas e preparadas para os desafios profissionais, pessoais e sociais. Torna-se um círculo aparentemente infinito de saber, onde a educação gera indivíduos que criarão novas teorias e tecnologias, que precisarão ser ensinadas a outras, de volta à educação. Portanto, a mesma tecnologia que pode alienar também pode ensinar a pensar. É apenas um mecanismo, uma ferramenta que pode trabalhar dos dois lados.

O advento da internet trouxe comodidade e rapidez para a troca de informações. Entretanto, o uso indiscriminado de ferramentas do mundo virtual no local e em horário de trabalho levou muitas empresas a restringir sua utilização, na tentativa de ganhos produtivos, evitando a desatenção, a falta de concentração, além do iminente risco de ataques de vírus às redes corporativas.

Em relação à linguagem, o “internetês”⁵ utiliza-se de abreviaturas e até de figuras para representar o que quer ser dito, ou melhor, escrito. Beijo vira “bj”, também vira “tb”. Essa associação causa problemas profissionais e acadêmicos, onde não se permite outra forma de escrita a não ser a estritamente culta, caso de ofícios, trabalhos acadêmicos, memorandos e outras comunicações parecidas. O internetês é mais do que uma moda, sendo associado a um fundo psicológico individual, particular de cada usuário.

A internet realmente revolucionou a comunicação. Entretanto, essa revolução não foi somente de cunho pessoal, como o internetês. A Petrobras criou um canal utilizado por milhares de pessoas de uma forma, no mínimo, ousada. O blog⁶ “Petrobras fatos e dados” alvorçou a imprensa brasileira ao divulgar conteúdo editorial de outros veículos, referente à empresa, em primeira mão na íntegra.

O motivo da criação do blog é a saraivada de tiros levada pela estatal nos últimos tempos pela imprensa, que trouxe à tona suspeitas de irregularidades na sua gestão e o andamento da Comissão Parlamentar de Inquérito - CPI da Petrobras. O Globo, por exemplo, critica veementemente o blog, por divulgar o que alega ser um conteúdo de propriedade e autoria do jornalista e do veículo que ele representa. Portanto, a Petrobras não teria o direito de publicação antes da veiculação.

Já a Petrobras alega estar defendendo-se de acusações sem nexos e que os veículos de comunicação estariam “perseguido” a empresa. Seria essa, então, a saída encontrada para o que a estatal chama de “transparência do relacionamento da Petrobras com a imprensa”.

A divulgação das matérias de outros veículos fura a pauta de muitos jornais. E abre uma enorme brecha para que matérias e entrevistas direcionadas e opinativas sejam tratadas antes mesmo da argumentação dos jornalistas. A pauta negativa seria tratada antes mesmo de ser veiculada.

Tratando-se de um veículo opinativo em sua origem, o blog claramente defende a empresa, e não poderia ser diferente. O que deve ser questionado é a maneira como isso é feito. Os rumos da comunicação estão mudando. Podemos estar vivendo um novo marco.

No mundo globalizado, a velocidade da informação é um dos fatores preponderantes. E essa velocidade vem com o conhecimento das novas técnicas de veiculação da notícia. Sa-

5 Linguagem comumente utilizada na internet para conversas em salas de bate papo.

6 Blog, ou "Web log", é um site de atualização rápida com artigos, ou "posts", geralmente organizados de forma cronológica inversa, tendo como foco a temática proposta do autor, ou “blogueiro”. No início, era tido como um diário on-line.

be-se que no mundo acadêmico a dinâmica é imensa e a atualização dos meios didáticos se dá de forma exponencial.

Já no mercado de trabalho, a cobrança por renovações e inovações se dá inversamente proporcional às possibilidades e oportunidades de desenvolvê-las. É onde entra a faculdade formando profissionais dinâmicos, técnicos e teóricos, nas diversas áreas humanas fundamentais para o exercício do pensar e da argumentação. Como já foi dito, a comunicação é apenas uma ferramenta que pode alienar ou educar.

No romance futurista *1984*, escrito em 1948 (84 ao contrário) por George Orwell e publicado pela primeira vez em 1949, a sociedade é controlada através de câmeras espalhadas por todos os lugares, inclusive nos dormitórios. Não há um só lugar onde se possa ter privacidade. Tudo é regido pelo "Grande Irmão", ou "Big Brother" (daí o nome do programa que faz sucesso em todo o mundo, onde pessoas são isoladas em uma casa com câmeras ligadas 24 horas por dia, e que na Globo tem a apresentação do jornalista Pedro Bial).

“...Dentro do apartamento uma voz sonora lia uma lista de cifras relacionadas com a produção de ferro gusa. A voz saía de uma placa metálica retangular semelhante a um espelho fosco, embutido na parede direita. Winston torceu um comutador e a voz diminuiu um pouco, embora as palavras ainda fossem audíveis. O aparelho (chamava-se teletela) podia ter o volume reduzido, mas era impossível desligá-lo de vez... Havia um cartaz na casa defronte, *O GRANDE IRMÃO ESTÁ TE VIGIANDO*, dizia o letreiro, e os olhos escuros procuravam os de Winston...”

A sociedade é massificada através de vídeos, de propaganda ideológica, não existe a filosofia, o pensamento livre. 1984 também virou filme e fez escola: outros tantos foram produzidos com temas semelhantes.

O que se pode tirar dessa ficção é a necessidade de tecnologias a favor do pensamento crítico a serviço da educação, e não da massificação. Escolas deverão se adequar à nova realidade que se instaura, investindo em pesquisa e desenvolvendo projetos que envolvam os corpos docente e discente, num processo inesgotável de aprendizagem.

A expansão da comunicação (que já se faz veloz) acelerará ainda mais, abrindo mais vagas no mercado, em um círculo infinito de crescimento e aperfeiçoamento.

CONCLUSÃO

Na história recente, há casos de uso da comunicação como meio de criar massas obe-

dientes a um regime específico, como o ilustrado anteriormente. Viu-se isso no Nazismo, no Stalinismo e se vê no comércio atual, através de grandes conglomerados mercadológicos, também já citados.

A interatividade e o poder de decisão do internauta não podem ser subjugados pelo comércio que vem entrando na rede, como entra em qualquer outro segmento comunicacional.

A aldeia global deve ser mais do que uma utopia. Deve ser algo a se buscar pela interatividade e pelo caráter comunitário, e não pela sua interdependência e aculturação, com uma sociedade engolindo a outra. As diferenças devem ser respeitadas. A internet, como qualquer outro meio de comunicação, está a serviço de homens, para o homem e pelo homem.

REFERÊNCIAS

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do>. Acesso em 29 de novembro de 2009.

CEPALUNI, Gabriel; MENDONÇA, Filipe: Resenha de “**As razões da guerra civil: necessidade, crença e ganância**” de Cynthia J. Arnson & I. William Zartan (EDS.). Revista de Sociologia e Política, número 027. Universidade Federal do Paraná. Paraná, 2006.

FERRARI, Paulo Celso; ANGOTTI, J. A. P.; TRAGTENBERG, M. H. R.: **Educação problematizadora a distância para a inserção de temas contemporâneos na formação docente: uma introdução à Teoria do Caos**. *Ciênc. educ. (Bauru)*, 2009, vol.15.

FERRARI, Pollyana: **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2008. 120 p.

GOBBI, Maria Cristina: **Folkmarketing e o maior São João do mundo**. 4 p. Resenhado de: LUCENA FILHO, Severino Alves de. A festa junina em Campina Grande – PB: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: UFPB/Universitária, 2007. 218 p.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2009.

McLUHAN, Marshall; FIORE, Q.: **Guerra e paz na aldeia global**. Rio de Janeiro: Record, 1971.

McLUHAN, Marshall: **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 9 ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

ORWELL, George: **1984**. São Paulo: Ibec Nacional. 29 Ed., 2003. 302 p.

TEMER, A. C. R. P.; NERY, V.C.A.: **Para entender as teorias da comunicação**. 2.ed. Uberlândia: EDUFU, 2009. 206 p.