



**A CULTURA DA CONVERGÊNCIA NA INDÚSTRIA CULTURAL 2.0**  
**SUBMETIDO AO CONBRACE/CONICE/2017: GOIÂNIA, GOIÁS**

Rodrigo Ferrari, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), [rd.ferrari@gmail.com](mailto:rd.ferrari@gmail.com)

Carlos Cardoso, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), [c.cardoso@ufsc.br](mailto:c.cardoso@ufsc.br)

**RESUMO**

*Apresentamos uma reflexão teórica sobre o conceito de Cultura da Convergência proposto por Henry Jenkins a partir do conceito de Indústria Cultural considerando suas relações com as tecnologias digitais. Este texto é um recorte de uma pesquisa coletiva, em andamento, mais ampla sobre a cobertura midiática dos Jogos Olímpicos 2016 – JO2016. Como resultado desta reflexão, apresentamos relações objetivas entre os operadores da Indústria Cultural, convergência midiática, cultura participativa e a inteligência coletiva, pressupostos conceituais da Cultura da Convergência. Esta reflexão serve como ponto de partida para posteriores análises críticas sobre os dados coletados sobre os JO2016.*

**PALAVRAS-CHAVE:** *Cultura da Convergência; Indústria Cultural 2.0; Jogos Olímpicos 2016.*

**1 INTRODUÇÃO**

A cultura da convergência é apresentado por Jenkins (2008) a partir de três conceitos: convergência midiática; cultura participativa e inteligência coletiva. Henry Jenkins<sup>1</sup> é professor da *University of South California* nas áreas de comunicação, jornalismo e cinema, e é neste contexto teórico e profissional que a expressão Cultura da Convergência emerge, sobretudo, a partir da análise de casos diretamente relacionados com a Indústria Cultural<sup>2</sup>, por exemplo, as franquias *Matrix*, *Harry Potter*, etc.. Segundo o autor, o termo convergência se refere ao fluxo de conteúdos por diversas plataformas midiáticas, a cooperação entre diversas indústrias midiáticas e as novas possibilidades técnicas e criativas de produção, recepção e reprodução de conteúdos. Nesse sentido, a cultura da convergência representa uma nova organização dos processos de produção de significados relacionadas com o consumo e produção de informações e conhecimentos.

<sup>1</sup> Disponível em <http://henryjenkins.org/aboutmehtml>. Acesso em: abril de 2017.

<sup>2</sup> O conceito de Indústria Cultural foi publicado apresentado no capítulo A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas do livro *Dialética do Esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).



Convergência midiática é definida pela integração da produção e consumo de conteúdos midiáticos digitais. Com os avanços tecnológicos da internet, das indústrias de *hardware* e *software*, conteúdos digitais podem ser produzidos e consumidos em aparelhos de televisão, *desktops*, *notebooks*, *tablets*, *smartphones*, *ipods*, relógios, etc.. A cultura participativa se refere às condições tecnológicas e interações simbólicas de produção e consumo colaborativo de informações e conhecimentos. Inteligência coletiva é uma expressão difundida por Levy (1999) e é entendida como a potencialização da inteligência do sujeito a partir da internet integrada ao desenvolvimento de *softwares* e *hardwares*.

A Wikipedia é um exemplo de convergência midiática, cultura participativa e a inteligência coletiva. Levy (1999) e Jenkins (2008) anunciam que as tecnologias digitais poderiam despolarizar as interações tradicionais entre produtores e consumidores de informações e conhecimentos características dos meios de comunicação de massa, como o cinema, rádio e televisão. As transformações tecnológicas são evidentes e simples de descrever, porém, as transformações culturais e sociais dos meios de comunicação de massa são dimensões analíticas mais complexas e com múltiplas possibilidades de referência. Nesse contexto, apresentamos uma reflexão crítica sobre a Cultura da Convergência (JENKINS, 2008) a partir do conceito de Indústria Cultural (ADRONO e HORKHEIMER, 1985), publicado originalmente na década de 1940.

O ponto de partida é o contexto econômico e político do capitalismo da Cultura da Convergência. Segundo Bauman (2001), a principal diferença entre o capitalismo pesado, industrial, e leve, financeiro, é que na modernidade líquida estamos “viajando” rumo ao progresso à toda velocidade e estamos sendo guiados por algoritmos e processos automatizados que criamos e que perdemos o controle. Porém, o mito do progresso continua se materializando como regressão, barbárie (BENJAMIN, 1994) desde seu surgimento, o progresso que vivemos é o aumento das incertezas e inseguranças subjetivas e sociais, crises econômicas e políticas globais, genocídio em Aleppo (Síria), golpe de estado no Brasil, etc.. Nesse contexto, o progresso sempre foi um projeto anunciado como mentira, no máximo ingenuidade, estampada em nossa bandeira nacional. A “essência” do capitalismo permanece igual, as mesmas relações de dominação e exploração de uma elite sobre o restante explorado, apesar das transformações.

De acordo com relatório publicado em 2016, 07% da população mundial, o equivalente a 33 milhões de pessoas possui 47% de toda riqueza mundial (CREDIT SUISSE, 2016). Objetivamente, isto significa que se a Cultura da Convergência representa uma transformação do capitalismo, esta deve



ser interpretada como uma intensificação e radicalização do projeto econômico e político capitalista. Em outras palavras intensificação da concentração de renda e das desigualdades sociais e culturais.

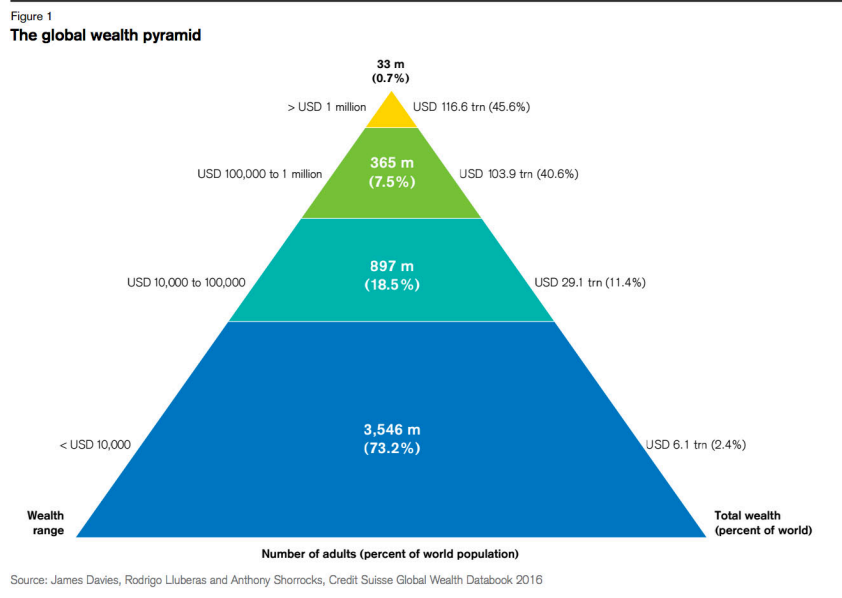


Gráfico disponível em Credit Suisse (2016).

No âmbito mais específico do campo da comunicação esta análise crítico-reflexiva pode ser conduzida via o entendimento das relações entre os operadores da Indústria Cultural (DUARTE, 2011) com a Web 2.0 (O'RILEY). Segundo Duarte (2011), estes operadores podem ser categorizados em: **manipulação retroativa; usurpação do esquematismo; domesticação do estilo;** despoticização do trágico; e fetichismo da mercadoria cultural.

A manipulação retroativa (DUARTE, 2011) é a imposição do consumo de produtos de baixa qualidade sob a justificativa mercadológica de que os mesmos são demandados pelos consumidores. É a manipulação retroativa que, analisada na metade do século XX, explica a produção em série de sucessos de bilheterias padronizado. A história do cinema *Blockbuster* é apenas um caso para compreender e observar a manipulação retroativa em ação. O mercado cinematográfico continua dominado pelos estúdios de *Hollywood*, os filmes podem parecer diferentes, mas a receita, as histórias e, sobretudo, a ideologia continua sendo a mesma.

A franquia *Matrix* é utilizada como modelo por Jenkins (2008) para demonstrar o que é uma narrativa transmidiática. Não por acidente, *Matrix* também é um exemplo de manipulação retroativa. Apesar do aumento de complexidade das narrativas transmidiáticas, caracterizadas pela



soma dos conteúdos cinematográficos, de jogos digitais, quadrinhos, série de desenhos, etc., o sentido da mesma não oferece um desafio cognitivo mais profundo para a audiência do que os desenhos do Pato Donald. A fórmula continua a mesma, desde o mito religioso adaptado e empobrecido do messias até a violência que nos anestesia, conforta e conforma.

Na medida em que os filmes de animação fazem mais do que habituar os sentidos ao novo ritmo, eles inculcam em todas as cabeças a antiga verdade de que a condição de vida nesta sociedade é o desgaste contínuo, o esmagamento de toda resistência individual. Assim como o Pato Donald nos cartoons, assim também os desgraçados na vida real recebem a sua sova para que os espectadores possam se acostumar com a que eles próprios recebem (ADORNO E HORKHEIMER, 1985, p. 66).

O sentido de todos os conteúdos de Matrix são entregues praticamente prontos para serem assimilados pelos sentidos, sem necessariamente passarem por processos reflexivos de análises e interpretações mais densos. Sinteticamente, os produtos da Indústria Cultural são produzidos para serem consumidos sem que os sujeitos tenham o trabalho de interpreta-los. O nome desse processo é usurpação do esquematismo.

O cinema também é arte e para compreender a dimensão estética da Indústria Cultural, Duarte (2011) explica como a domesticação do estilo opera através da imposição da lógica mercadológica na estética. Isto ocorre via o aumento do valor de troca da arte no capitalismo que funcionaliza a arte. Matrix não é apenas um sucesso de bilheteria cinematográfica, somente a ampliação da narrativa para o videogame aumentou seu valor com mais de 5 milhões de cópias vendidas do *game*.

A fórmula do cinema Hollywoodiana tradicional e também das narrativas transmidiáticas são conhecida pela sua eficiência mercadológica e os diretores que se arriscam em não seguir estas “fórmulas” ideológicas povoam os circuitos *undergrounds* das artes revolucionárias. O final feliz de Matrix é um bom exemplo da administração da tragédia. Ao invés do contato com os conflitos humanos mais profundos que a tragédia suscita, os produtos da Indústria Cultural **anestesiaram os indivíduos**. A diferença principal é que a tragédia é libertadora, potencia do próprio existir, enquanto os produtos da Indústria Cultural são domesticadores, impotência a serviço da opressão. Isto é a despotencialização do trágico (DUARTE, 2011). No *game*, *Enter The Matrix*, os espectadores assumem o papel de *Niobe* ou *Ghost* para ajudar Neo à salvar o mundo. O trágico é ainda mais despotencializado em sua versão videogame, pois após “zerar” o jogo, os jogadores retornam satisfeitos para enfrentar mais um dia de trabalho na frente de seus computadores.



Por fim, Matrix é apresentada um sistema vivo inorgânico segundo o conceito de Autopoiesis (MATURANA, 1995). Esta ficção é uma boa transição para refletir sobre o **fetichismo da mercadoria cultural** (DUARTE, 2011). A franquia Matrix, como mercadoria da Indústria Cultural possui um alto valor de troca, um marco revolucionário de lucro da Indústria Cultural 2.0. Como mercadoria cultural, o fim de Matrix era o lucro, concebida para ignorar deliberadamente a autonomia de fruição dos sujeitos, alienando da experiência estética a grande maioria de seus consumidores e seu retorno financeiro é a prova de seu sucesso.

Esta breve introdução teórica têm por objetivo apresentar o argumento de que a Cultura da Convergência descrita por Jenkins (2008), representa também a nova versão, melhorada, da Indústria Cultural 2.0 (DUARTE, 2011). Essa mudança de perspectiva teórica é um deslocamento metodológico para investigar, sobretudo, as narrativas transmidiáticas audiovisuais. Algumas estatísticas do *Youtube* aumentam ainda mais as possibilidades de investigação de parte da novidade da Web 2.0 que já nasceu velha. O *Youtube* têm mais de um bilhão de usuários, milhões de horas de vídeo são consumidas por dia. Bilhões de visualizações. O *Youtube* atinge mais consumidores do que qualquer rede de TV a cabo do EUA. A maior audiência da história do *Youtube* continua sendo o vídeo clip *Gangnam Style*, com quase 3 bilhões de visualizações. O *Youtube*, articulado com o *Google*, já pode ser considerado como o maior mercado de publicidade da história da humanidade, conseqüentemente ter um canal no *Youtube* não é mais uma opção alternativa de publicidade.

## LA CULTURA DA CONVERGENCIA EN LA INDUSTRIA CULTURAL 2.0 SUBMETIDO AO CONBRACE/CONICE/2017: GOIÂNIA, GOIÁS

### RESUMEN

*Presentamos una reflexión teórica sobre el concepto de la Cultura de la Convergencia propuesto por Henry Jenkins articulado con el concepto de la Industria Cultural teniendo en cuenta su relación con las tecnologías digitales. Este texto es un fragmento de una investigación colectiva en curso sobre la cobertura mediática de los Juegos Olímpicos de 2016 - JO2016. Como resultado se presentamos las relaciones objetivas entre los operadores de la Industria Cultural con la convergencia de los medios, cultura participativa y la inteligencia colectiva. Esta reflexión sirve como un punto de partida para posteriores análisis de los JO2016.*

**PALABRAS CLAVE:** *Cultura de la Convergencia; Industria Cultural; Juegos Olímpicos de 2016.*



A CULTURA DA CONVERGÊNCIA NA INDÚSTRIA CULTURAL 2.0  
SUBMETIDO AO CONBRACE/CONICE/2017: GOIÂNIA, GOIÁS

ABSTRACT

*We present a reflection about the Convergence Culture proposed by Henry Jenkins from the perspective of the critical concept of Culture Industry considering its relations with digital technologies. This text is an outline of a broader collective research about the media treatment of the 2016 Olympic Games. As a result, we present objective relations between the Cultural Industry operators with the media convergence, the participatory culture and the collective intelligence, conceptual statements of Convergence Culture. This study is a starting point for further critical analyzes about the 2016 Olympic Games.*

KEYWORDS: *Convergence Culture; Culture Industry 2.0; 2016 Olympic Games.*

REFERÊNCIA

ADORNO, W. Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro (RJ): Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CREDIT SUISSE. **Global Wealth Report 2016**. 2016. Disponível em <http://publications.credit-suisse.com/tasks/render/file/index.cfm?fileid=AD783798-ED07-E8C2-4405996B5B02A32E>. Acesso em: abril de 2017.

DUARTE, R. **Indústria Cultural 2.0**. Revista de Teoria Crítica, Constelaciones, n. 3, p. 90-117, Dezembro de 2011. Disponível em: [constelaciones-rtc.net/article/view/750](http://constelaciones-rtc.net/article/view/750). Acesso em: abril de 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo (SP): Aleph, 2008.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOUREIRO, Robson. **Educação, Cinema E Estética: Elementos Para Uma Reeducação Dos Sentidos**. Educação e Realidade, v. 33, p. 135-154, 2008.



MATURANA, Humberto R.; VARELA G., **Francisco. A árvore do conhecimento: as bases biológicas do entendimento humano.** Campinas: Psy II, 1995.

O'RILLEY, Tim. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em abril de 2017.