

Fabício Aparecido Breve

INTERNET E MUNDIALIZAÇÃO

Piracicaba, 2000

Fabício Aparecido Breve

INTERNET E MUNDIALIZAÇÃO

Este trabalho se destina a
avaliação da disciplina de
Teoria da Comunicação

Piracicaba, 2000

Sumário

Introdução	3
Desenvolvimento.....	4
Conclusão	8
Bibliografia	9

Introdução

O termo “mundialização” se refere à interferência cultural entre as várias nações e povos, e é intensificada pela facilidade de se viajar de um país a outro, de comunicação por rádio, TV, Internet, etc., meios pelos quais é possível ter acesso a inúmeros outros países e culturas. Toda essa facilidade de comunicação traz como consequência uma quebra de barreiras culturais, provocando influências entre as mais diversas culturas e levando a mudanças de comportamento de parcelas das novas sociedades.

Grande parte dessas pressões de um país sobre o outro, ocorrem em razão de disputas de mercado, da competição internacional pela colocação de seus produtos, defendendo seus interesses. Mentalidades, hábitos, estilos de comportamento, usos e costumes, são moldados com a finalidade de reproduzir o ciclo dos capitais em disputa.

Aqui serão apresentados alguns efeitos dessa mundialização através da Internet, como ela está afetando estas culturas, mudando hábitos e tradições.

Desenvolvimento

Tudo começou com uma pequena rede de um projeto militar, a Internet sofreu uma grande expansão quando passou a ser utilizada pelos meios acadêmico-científicos e por fim vai se firmando como um meio de comunicação importante. A grande quantidade de pessoas ligadas à rede indicava um mercado potencial. As empresas logo entraram e hoje há todo tipo de negócio na Internet: livrarias, lojas, bares, companhias de informática, jornais e, principalmente, bancos.

Ao contrário da avaliação do senso comum de que a informática só traz facilidades, novos problemas surgiram com a chegada dos computadores e da Internet. Muitas pessoas demonstram dificuldades com as novas tecnologias, e com isso a Internet é vista com um certo ressentimento, por aqueles que ainda não dominam sua linguagem.

Aos poucos a rede vai passando a fazer parte da vida das pessoas e, querendo ou não, elas terão de aprender a lidar com ela. Como se trata de algo novo, aparecem problemas e dificuldades e com isso muitas pessoas preferem o modelo tradicional. Por exemplo, o Imposto de Renda antes era feito manualmente, hoje é feito no computador e enviado via Internet, é mais rápido e mais prático. Mas ainda há pessoas que gostam mais do modelo tradicional que era “mais simples”.

Tanto os computadores quanto a Internet surgiram primeiramente nos Estados Unidos e, naturalmente, o idioma mais utilizado na rede é o inglês. Apesar disso, uma grande parcela dos usuários (no Brasil e no mundo) não domina o idioma o que não impediu a constante expansão da Internet. Termos em inglês relacionados à informática são muito comuns no nosso dia a dia, em jornais, em revistas, em livros, etc. Algumas palavras, como “download”, “mouse” e “backup”, já foram incorporadas, mas também é comum encontrarmos termos em inglês mesmo quando existem correspondentes em português, como: hard disk, keyboard, motherboard, etc. E mesmo termos que não estão diretamente relacionados com informática (about, feedback, welcome) são comumente encontrados em “sites” em português na rede.

Após esta recente popularização da Internet, também começaram a aparecer alguns produtos para aproveitar seu potencial, como é o caso dos E-Books, que são os livros eletrônicos, um equipamento do tamanho de um livro comum, com uma tela semelhante a dos notebooks, onde é possível armazenar vários livros em formato digital, livros que são comprados via Internet e transferidos para este equipamento. As vantagens são várias, é possível buscar uma palavra no texto, fazer anotações na própria tela, aumentar ou diminuir a letra, etc. Isto quer dizer que em breve os livros tradicionais vão desaparecer? A resposta é não, ao menos em curto prazo isso não vai acontecer. Muitas pessoas tendem a resistir ao novo formato, afinal, os livros sempre foram várias páginas de papel, já é uma tradição. E mesmo que o E-Book se popularize e se torne um padrão, ainda assim deverão existir por muito tempo os livros tradicionais, como um clássico, algo que não deverá ser esquecido, um patrimônio. Há não muito tempo atrás, antes dos Compact Discs (CDs), músicas eram gravadas e comercializadas em disco de vinil. Com o surgimento do CD, e com

sua popularização relativamente rápida, os discos de vinil começaram a se tornar cada vez mais difíceis de encontrar. Mas até hoje há quem defenda o disco de vinil por vários motivos, e ainda há bandas que lançam suas obras nesse formato, que podemos dizer, se tornou um clássico.

Os grandes jornais em todo o mundo já estão na Internet também, mas esta transição não foi algo simples, foi necessária toda uma adaptação na maneira como é feito o jornalismo. Na Internet a velocidade da informação passa a ser de fundamental importância, não existe mais o horário de fechamento da edição, o jornalista passa a ter de escrever a matéria o mais rápido possível. A ocorrência de erros em textos de jornais na Internet é muito maior, por outro lado, corrigi-los é também muito mais fácil. Em um jornal tradicional, de nada adianta perceber um erro depois que o jornal já foi para as prensas, enquanto que na Internet, o jornalista pode corrigir seu erro mesmo depois que a matéria já foi publicada. O retorno do leitor pela Internet também é muito mais rápido, ele pode terminar de ler a notícia, clicar em um botão, enviar um e-mail para o jornalista comentando alguma coisa, dando opiniões ou apontando falhas, tudo em questão de minutos ou até segundos.

A Internet também se caracteriza pelo seu lado “democrático”, qualquer pessoa que tiver uma idéia pode publicá-la na rede (desde é claro, que domine a tecnologia para colocá-la na rede, ou tenha alguém que o faça para ela), temos como exemplo o filme “A Bruxa de Blair”, um filme totalmente fora dos padrões de Hollywood, feito com um orçamento muito baixo, sem uma grande distribuidora e que, de repente, ficou famoso através da divulgação feita no início exclusivamente através da Internet. E não podemos esquecer, é claro, de grandes empresas como o Yahoo, ou o brasileiro Cadê, que também começaram com orçamentos modestos e são hoje as maiores do gênero no mundo e no Brasil respectivamente.

Localização geográfica é outro ponto cada vez menos importante com a chegada da Internet, tanto faz se o consumidor é brasileiro, ou argentino, ou americano, ambos compram seus livros na Amazon e seus CDs na CDNow ou na CD Universe com a mesma facilidade. Basta fornecer o número do cartão de crédito e receber a mercadoria em sua casa. O cidadão brasileiro que já comia hambúrgueres do McDonald's e tomava Coca-Cola, assim como fazem os americanos e tantos outros povos, agora também pode comprar o seu livro na Amazon que, ao contrário da Coca-Cola e do McDonalds, nem teve de abrir uma filial na sua cidade. O Arremate.com também já está no Brasil e em toda a América Latina. As fronteiras vão ficando cada vez menores, e cada vez mais a cultura local vai cedendo espaço para a cultura mundial.

Na Internet também é muito mais fácil direcionar a publicidade, o usuário entra em um site de busca procurando informações sobre um eletrodoméstico, o sistema "percebe" o que ele está procurando e mostra a ele um anúncio de uma loja de eletrodomésticos. Em quase todo site existem métodos de se obter informações do usuário, seja através de cadastros, questionários ou cookies (pequenos registros que os sites criam no computador do usuário para identificá-lo quando ele retornar, e desta forma saber com que frequência ele retorna, que seções ele visita, etc.) e, com isso, ir traçando um perfil sobre este usuário, classificando-o ou não como público alvo para determinado anúncio. Também pesa o fato de que os usuários da Internet no Brasil são em geral classe média ou alta (o equipamento necessário ainda é caro), é um público mais selecionado, da mesma forma que já acontece com os canais de TV por assinatura, é um público consumidor com um bom poder aquisitivo, o que é interessante para os anunciantes.

Conclusão

Assim como já aconteceu com o rádio, a TV, o telefone, etc., a Internet também acabou se tornando uma das principais responsáveis pela “mundialização”. Por facilitar a comunicação com os mais variados países e culturas, e através de sua constante popularização, ela acaba influenciando nos hábitos e tradições das pessoas, criando novas maneiras de se comunicar, de comprar, de fazer as tarefas do dia-a-dia, etc.

É claro que todas essas novidades têm um preço, para cada nova maneira de fazer alguma coisa, a maneira antiga é deixada para trás e as pessoas são obrigadas a se adaptarem. E sempre haverá pessoas que não conseguem ou se recusam a adaptar-se. Com isto alguns modelos antigos se transformam em clássicos ou patrimônios.

Mas apesar desta resistência por parte de algumas pessoas, a tendência é que a Internet se torne cada vez mais popular causando ainda mais mudanças nas vidas das pessoas.

Bibliografia

FORTES, Débora. "A morte da privacidade". *Info Exame*. Junho, 2000.

FRANCO, Marcelo Araujo. *Ensaio sobre as tecnologias digitais da inteligência*. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1997.

IANNI, Otávio. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civ. Brasileira

MANCINI, Euclides André. *Globalização, Subjetividade e Totalitarismo*.
(<http://www.aol.com.br/mance/gst/05.htm>)

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994