

Google maps no país do Tiririca

Por Gilson Schwartz

Em 2002, um ano após a formalização da Cidade do Conhecimento como projeto da USP após um período de “incubação” no Instituto de Estudos Avançados (IEA), o portal da Fundação Banco do Brasil “Cidadania-e.com” repercutia as principais características do projeto de digitalização emancipatória sob minha coordenação após seleção em concurso público do IEA em 1999: “(...) pelo menos três transformações prometem muito: maior interatividade, mais inteligência e renovação de valores coletivos e comunitários. Digo 'prometem' pois nenhuma tecnologia traz em si mesma a garantia de um resultado, nunca é um processo automático. Existe o potencial, mas a sua realização depende de fatores culturais, sociais e econômicos”.

Dez anos depois de seu lançamento, uma década depois do *Livro Verde da Sociedade da Informação*, o potencial permanece praticamente intocado. Os indicadores de ampliação do consumo de massa de hardware, software e conteúdos importados, no entanto, exibiram performance explosiva, colocando em primeiro plano as empresas *start-up* que nasceram como *spin-offs* de “cidades de conhecimento”, como Stanford.

Margaret Pugh O'Mara publicou, em 2005, um livro que deveria ser traduzido e adotado em todas as escolas de engenharia, economia e negócios, comunicações e humanidades assim como livro de cabeceira de reitores, lideranças políticas e intelectuais, hackers e militantes de Pontos de Cultura e infocentros: *Cities of knowledge – cold war science and the search for the next Silicon Valley* (Princeton University Press).

Em 2005, eu estava procurando o “next Silicon Valley” na localidade da Praia da Pipa, município de Tibau do Sul, Rio Grande do Norte, em convênio com o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI) da Casa Civil da Presidência da República. Desde então, enredado nos tentáculos da máquina político-burocrática do Estado brasileiro, perdi mais tempo preenchendo formulários e concorrendo a editais do que fazendo trabalho de campo e laboratório propriamente dito. No entanto, o experimento foi um sucesso.

Escolhido pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) como um dos sete mais importantes projetos de inovação social e tecnológica em 2005, recebi da agência um convite para levar adiante os resultados que marcaram a extensão dos experimentos na Praia da Pipa para comunidades no interior do Pará (Município de Abaetetuba) e Mato Grosso (aldeia xavante no Município de Campinápolis).

Os *ringtones* xavante foram objeto de reportagem pela BBC de Londres, um simulador do celular com toques sagrados produzidos pelo índios da aldeia foi mostrado no portal *Globo.com* e resolvemos, em face da insuperável barreira das compras por pregão (inviável comprar equipamento para um projeto-piloto, depois de todas as torturas burocráticas o leilão correu sem atrair interessados e o projeto foi suspenso por impossibilidade de equipar o telecentro da rede Pipa Sabe). A Finep recebeu de volta cerca de R\$220 mil (era melhor devolver do que ser acusado de gastar o dinheiro sem gerar resultados). Felizmente, apesar da burocracia, surgiu no local a ONG EducaPipa, que assumiu o telecentro após vários ciclos de capacitação em gestão de mídias audiovisuais para o desenvolvimento local com a equipe de professores, estudantes, funcionários e pesquisadores da USP que ajudaram a instalar no polo turístico uma antena do programa Gesac (Programa de Inclusão Digital do Governo Federal).

A experiência burocrática atribulada, e em muitos momentos dolorosa, foi no entanto recompensada fartamente pela confirmação da hipótese de que a distribuição de hardware, software e knoware (ativos intangíveis) torna viável a criação de espaços de cidadania ou esferas públicas intensivas em serviços com valor agregado por exploração do conhecimento. Ou seja, ficou demonstrado que a Praia da Pipa é tão capaz

de gerar tecnologia, conteúdo e valor quanto Stanford.

O Nordeste, entretanto, não está na encruzilhada da Guerra Fria nem repousam suas praias sobre volumes monumentais de petróleo, ouro ou bauxita. Enquanto os missionários da Cidade do Conhecimento da USP dedicavam-se a projetos-piloto no Rio Grande do Norte, no Pará e no Mato Grosso, o investimento público e privado pós-crise da bolha pontocom (1998) na região do Vale do Silício voltava a acelerar, com profusão de “anjos de projetos” (*business angels*, em inglês), VCs (*venture capitalists*) e despesas militares e industriais ainda mais colossais após o 11 de Setembro, turbinando empresas como Google, Orkut, Twitter, Facebook e outros “big brothers” com rápida expansão em todo o planeta – quase como ponta de lança de uma nova sociodemocracia digital.

As explosões sociais no Oriente Médio (Tunísia, Egito, Jordânia) e os problemas do Google na China, no entanto, puseram a nu (para quem se dispõe a ler mais que o WikiLeaks) a nova frente em que se trava uma ciberguerra de propaganda, educação e tecnologias de informação e comunicação.

Nesse contexto, os investimentos dos governos brasileiros (federal, estaduais e municipais) atravessaram a primeira década depois da proclamação da “sociedade do conhecimento” sem atingir os níveis e a qualidade exigidos para enfrentar e competir, em escala global, tanto nos aspectos mais luminosos e emancipatórios da arte e da cultura digitais quanto nas frentes menos evidentes da “crackolândia” virtual contemporânea.

Os dois experimentos críticos realizados pela equipe da Cidade do Conhecimento entre 2003 e 2005 foram a estruturação de uma cadeia produtiva de conteúdo digital para telefones celulares e a criação de uma moeda voltada para o desenvolvimento local, ou seja, uma combinação de *mobile learning* e *mobile payments* que continua atual.

Em 2009, esse projeto foi retomado a convite do Banco Central do Brasil, que realizava o seu I Fórum de Inclusão Financeira. No mesmo ano, o projeto “Moedas Criativas” recebeu dois prêmios do Ministério da Cultura: Interações Estéticas – Residências Artísticas em Pontos de Cultura (Projetos de Abrangência Nacional) e Cultura e Pensamento, para organização de ciclos de debates. Foi também em 2009 que a primeira *start-up* a surgir como *spin-off* da Cidade do Conhecimento veio à luz, conquistando o Prime – Primeira Empresa Inovadora, programa inédito da Finep que viabilizou o lançamento no mercado do videogame Conflitos Globais, que em 2011 começa a ser distribuído em escolas públicas e privadas.

Dez anos depois da criação da Cidade do Conhecimento na USP, o Brasil e os nossos projetos de cidades criativas, do conhecimento ou qualquer outro nome da moda que se prefira adotar, não chegam a ser gota d'água no universo digital da economia da informação e das novas mídias globais. Nossas sociedades continuam funcionando como “currais eletrônicos” (para usar a clássica expressão de Octavio Ianni), sufocadas entre a burocracia sem projeto, e a inovação sem rumo nem condições, seja de competir, seja de cooperar com o setor privado, o governo e a sociedade civil.

Retomo a entrevista de 2002: “A rede em si não garante a democracia. A máfia opera em rede. Os canais abertos de televisão operam em rede. As colônias étnicas são redes fortíssimas. Nesses casos a 'coesão' e a 'solidariedade' parecem muito mais próximas de mecanismos de repressão, autodefesa e obscurantismo do que propriamente oportunidades de democratização e universalização de valores. Aliás, nada cresceu mais com a internet, sobretudo entre os jovens, do que imagens como a de 'tribo'. No lugar da 'aldeia global' prevista por McLuhan, vemos principalmente aldeias tribais, particularistas, sectárias e apenas superficialmente globais. (...) a democratização é um processo histórico de longo prazo, com momentos terríveis de retrocesso em todo o mundo. Ainda assim, acho que se observarmos a história contemporânea, felizmente a democracia ainda é o 'menos ruim' dos regimes. Ela depende muito da inteligência coletiva,

portanto há uma espécie de círculo vicioso: a democracia avança apenas quando a inteligência se democratiza, mas essa difusão da inteligência e do conhecimento é possível apenas onde há mais democracia. Entre o ovo e a galinha, aposto que a humanidade ainda consegue evoluir em seu próprio benefício”.

Gilson Schwartz é professor de economia na Escola de Comunicações e Artes da USP, membro da Comissão do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais (PPMPA) e líder do grupo de pesquisa “[Cidade do Conhecimento](#)”. É também coordenador no Brasil do Consórcio [Pro-Ideal](#). Neste momento, prepara o lançamento do projeto “[Moedas Criativas](#)”, com patrocínio do BNDES e do Ministério da Cultura.