



## II JORNADA “DIVERSIDADE CULTURAL E NOVAS TECNOLOGIAS”

19 de maio de 2016

Reladoras: Lilian Richieri Hanania e Giuliana Kauark

<b>Introdução</b> (original em português)	<i>Dra. Lilian Richieri Hanania</i> (vídeo) (CEST/USP, Universidade Rouen, Universidade Paris 1)
--	---

Em introdução ao evento, Lilian Hanania lembrou que a Convenção da UNESCO sobre a Diversidade das Expressões Culturais (CDEC), com 144 Partes no início de junho de 2016 (143 Estados + União Europeia), aborda a cultura e o objetivo de diversidade cultural de um ponto de vista econômico, focado na criação, produção, difusão, distribuição e acesso às expressões culturais veiculadas por produtos e serviços culturais. A CDEC trata de indústrias culturais e criativas, e do mercado de produtos e serviços culturais, respondendo adequadamente ao que se chama hoje de “economia criativa”.

A negociação dessa convenção foi impulsionada para permitir que políticas culturais discriminatórias (de proteção da cultura local, ou que dêem preferência para somente alguns países com que se tem um vínculo histórico e cultural, por exemplo) possam continuar a ser adotadas e desenvolvidas, garantindo espaço no mercado para a produção nacional e maior diversidade dos produtos e serviços oferecidos. A diversidade só existe quando o consumidor pode ter acesso efetivo a uma oferta diversificada de conteúdo, tanto de dentro quanto de fora do país. A Convenção de 2005 oferece apoio nesse sentido. Ela reafirma e legitima o direito dos Estados de adotar e manter políticas culturais e oferece um enquadramento para “políticas relativas à proteção e à promoção da diversidade de expressões culturais”. Através de políticas apropriadas adotadas com base nessa convenção, busca-se maior diversidade e maior equilíbrio nas trocas de produtos e serviços culturais. Para ajudar nesse sentido, uma segunda faceta da CDEC é a da promoção da cooperação internacional na área cultural, inclusive a favor do desenvolvimento. Ela reafirma o papel da cultura como parte integrante do desenvolvimento sustentável e reconhece a necessidade de integração da cultura em todas as políticas de desenvolvimento.

Ademais, a Convenção de 2005 é tecnologicamente neutra: a diversidade de expressões culturais é levada em conta quaisquer que sejam os meios e tecnologias utilizados. Do ponto de vista do equilíbrio e da diversidade de conteúdos culturais:

- Por um lado, as novas tecnologias trazem oportunidades, entre as quais estão o espaço ilimitado para disponibilizar conteúdo cultural na internet (maior quantidade de produtos e serviços) e o maior potencial de cooperação e colaboração entre diferentes culturas.
- Por outro lado, trazem também desafios para as políticas culturais:
  - Como promover a diversidade de origens de filmes, músicas, livros ou outras formas de expressão artística na internet?
  - Como transpor, por exemplo, a lógica das “quotas de conteúdo nacional” para TV, cinema ou rádio para essa nova realidade?



- A Internet naturalmente parece ajudar com a disponibilização de maior número de produtos e serviços culturais variados, mas esses produtos e serviços são visíveis? São facilmente descobertos pelo consumidor?
- Como agir na diversidade do consumo *online*?

Antes de dar início às apresentações e debates, Lilian Hanania enfatizou a atualidade do tema no âmbito da UNESCO: a aplicação da Convenção na era digital está sendo presentemente discutida na UNESCO para a preparação de diretivas operacionais específicas para impulsionar e promover a aplicação da CDEC no meio digital.

\*\*\*

<b>PAINEL I</b> (original em português)	<b>09h30min – 11h00min – Painel I - Diversidade de expressões culturais na Internet</b> Moderação: <i>Piatã Kignel</i> (Gestor cultural, U40) - <i>Prof. Dr. Luis A. Albornoz</i> (IIGG, UBA/CONICET, Argentina) - Audiovisual na Internet: homogeneização ou diversidade cultural? - <i>Prof. Dr. Carlos Affonso Souza</i> (ITS Rio) - Liberdade de expressão, neutralidade da rede e diversidade cultural na Internet. - <i>Prof. Dr. Demi Getschko</i> (CGI) - Quais medidas técnicas para medir e promover a diversidade na internet?
--	---

## **RESUMO DAS EXPOSIÇÕES** (original em português)

- *Audiovisual na Internet: homogeneização ou diversidade cultural? – Prof. Dr. Luis A. Albornoz (IIGG, UBA/CONICET, Argentina)*

Luis A. Albornoz organizou sua fala em torno de três ideias centrais relativas à homogeneização ou diversidade do audiovisual na internet.

Inicialmente, lembrou que a problemática da homogeneização no âmbito da cultura e da comunicação não é nova. Em sua visão, ela está diretamente relacionada com os processos de internacionalização das indústrias culturais, em especial o cinema e o rádio, ambos datados do século passado. Exemplificando sua afirmação, Albornoz apresentou alguns fatos históricos relativos aos campos da comunicação e da cultura, a saber: a inauguração do sistema de cotas de tela pela Grã Bretanha como forma de proteger seu mercado interno da expansão de filmes norte-americanos (em 1927); a organização de Conferências intergovernamentais sobre políticas culturais, entre os anos 1970 e 1980 pela UNESCO, visando discutir o controle do fluxo de informação pelos países centrais em oposição à proteção da diversidade e identidade das nações contra a mercantilização da cultura; a proposição, também no âmbito unesciano nos anos 1980, de uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação que, ao fim e ao cabo, não foi implantada.

Na sequência, Albornoz citou a Convenção de 2005 da UNESCO sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais como valiosa ferramenta para as políticas culturais contemporâneas, sobretudo ao reconhecer a natureza específica de bens



e serviços culturais e reafirmar o direito soberano dos Estados em proteger e promover suas expressões culturais. Ao apresentar tal instrumento jurídico, o pesquisador ressaltou sua origem no debate sobre uma cláusula de “exceção cultural” nos acordos comerciais e nas negociações de livre comércio travadas entre países no seio da Organização Mundial do Comércio. Dez anos após a aprovação da supracitada convenção, continuou Albornoz, uma pluralidade de elementos para avaliação de seus impactos encontra-se disponível, tais como: catálogos de boas práticas; relatórios quadrienais de aplicação; projetos financiados pelo Fundo Internacional da Diversidade Cultural; Diretrizes operacionais de artigos da Convenção; entre outros.

Finalmente, o professor Albornoz ressaltou que o novo ecossistema digital é um dos maiores desafios que deve enfrentar a Convenção de 2005. Segundo o palestrante, está em voga um discurso *tecnodeterminista*, no qual se afirma que “mais tecnologias digitais geram, automaticamente, mais diversidade cultural”. Contrário a esta visão, Albornoz afirma que tal discurso desconsidera o peso dos novos intermediários digitais. Tais intermediários possuem poder de restringir acessos e conteúdos disseminados na rede. Soma-se ainda o poder econômico e político desses intermediários na atual sociedade da informação - dentre as corporações mais rentáveis do mundo encontram-se o Google (que ocupa o segundo lugar), além da Apple, Facebook e outras. No encerramento de sua fala, o professor ressaltou a posição dos Estados Unidos como um exemplo da problemática entre a homogeneização e diversidade cultural na internet, já que o país que concentra os principais produtores mundiais de serviços culturais digitais e promotores do comércio digital se negou, com veemência, a assinar a Convenção de 2005.

• *Quais medidas técnicas para medir e promover a diversidade na internet?* – Dr. Demi Getschko (CGI)

Demi Getschko, do Comitê Gestor da Internet, iniciou sua fala ressaltando que a Internet gerou uma ruptura em muitas áreas, ainda insuficientemente medida. Em sua visão, ela afeta a todos os países, rompe barreiras jurídicas, permite a sobrevivência de expressões culturais e terá muitas outras consequências, ainda difíceis de antever.

Getschko se contrapôs à ideia de que a internet homogeneiza tudo. Para ele, as ferramentas permitidas pela internet em nível internacional podem ser usadas por comunidades e culturas locais, sobretudo pequenas. Em relação aos grandes intermediários, Getschko acredita que seja possível trabalhar com eles, desde que se favoreçam produtos intermediados que sejam mais diversos.

Neste sentido, para o palestrante, faz-se necessário reforçar conceitos, tais como: diversidade da rede, inovação e, sobremaneira, neutralidade da rede. Para tanto, o CGI, cuja composição é paritária entre governo e sociedade civil, criou o chamado “Decálogo” em defesa da internet - Princípios para a Governança e Uso da Internet ([www.cgi.br](http://www.cgi.br)).

Sendo uma empresa privada, o CGI não possui poder regulador. Todavia, há dez anos vem desenvolvendo estatísticas relativas ao funcionamento da internet brasileira (a exemplo da pesquisa sobre o perfil do usuário brasileiro) que, por sua vez, contribuem na priorização da agenda de políticas públicas. Ao final de sua fala, Getschko anunciou que futuramente serão publicadas bianualmente pesquisas relativas à difusão da cultura na internet (IIC Cultura).



- *Liberdade de expressão, neutralidade da rede e diversidade cultural na Internet – Dr. Carlos Affonso Souza (ITS Rio)*

Na introdução de sua fala, Carlos Affonso Souza esclareceu que a noção de “internet freedom” não significa a inexistência de leis que a regule. Ao contrário, é justamente por meio da regulação que a liberdade na rede é garantida. Nesta linha, as leis devem tutelar que as liberdades que a tecnologia permite sejam mantidas e, portanto, que não sejam destruídas por novos modelos de negócios.

Vários princípios de governança da internet no Brasil indicados no “Decálogo” do CGI (assunto da palestra anterior) foram incorporados ao Marco Civil da Internet. E, na visão do professor, se há um direito fundamental que aparece clara e reiteradamente na legislação, é a liberdade de expressão. Com efeito, a liberdade de expressão é afirmada em cinco situações ao longo do Marco Civil, sendo elas: art. 2º, art. 3º, art. 8º, art. 19º no caput e no parágrafo 2º.

Trazendo o tema da liberdade de expressão para o rol de debates mais técnicos sobre internet, Souza infere que a ideia de neutralidade da rede, ou seja, de não discriminação do que trafega na rede, do igual tratamento de todo *datagrama*, é uma maneira de tratar da liberdade de expressão de maneira técnica. Numa alusão à Constituição dos EUA, o palestrante chama a discussão sobre neutralidade da rede de discussão da Primeira Emenda (*1st amendment*) do século XXI.

Em paralelo à questão da liberdade de expressão na internet, Souza reforça também o direito ao esquecimento. Tal conceito versa sobre a obrigação de provedores de conteúdo na internet de remover conteúdo em caso de solicitação de um terceiro. Exemplos reais foram trazidos, envolvendo ferramentas de busca como o Google, indicando que as remoções por vezes devem ser aplicadas não apenas no país do solicitante, mas nas buscas realizadas em outras partes do mundo.

O palestrante encerrou sua fala indicando que os meios jurídicos devem ser formulados com vias a garantir liberdade, neutralidade e diversidade. Destarte, se a internet for neutra, não tiver intermediários que interferiam no acesso aos dados, ela tem potencial de gerar impactos positivos para a diversidade cultural.

## **RESUMO DO DEBATE** (original em português)

---

No debate foram tratados os seguintes pontos: neutralidade e liberdade; reterritorialização da internet pelo *copyright*; neutralidade em aplicativos e redes sociais.

Sobre o primeiro ponto, foi reforçada a neutralidade como um princípio básico da governança da internet. Do ponto de vista técnico (Demi Getschko), os provedores de internet não devem ter qualquer interferência no conteúdo que oferecem – nem no sentido de discriminar ou filtrar conteúdos (claramente negativo), nem no sentido de melhorar a navegação para o usuário (supostamente positivo).

A respeito do segundo tópico, o professor Luis Albornoz indica que, na realidade, nem todos os serviços estão presentes em todos os mercados. Continuam existindo mercados



nacionais e mercados internacionais no mundo digital e esta separação advém, sobremaneira, do modelo de funcionamento dos direitos de autor (*copyright*), já que, até o momento, inexistem licenças transnacionais ou multiterritoriais. Contribuindo para o debate, o professor Carlos Affonso Souza afirma que o *copyright* é propulsor da fragmentação da internet. É possível analisá-la, portanto, sob a ótica contratual dos direitos autorais, ou seja, necessariamente o que está disponível na internet é fragmentado, pois uma obra autoral pode estar disponível num país e noutros não. Por fim, o palestrante mencionou que para garantirmos o devido respeito ao fluxo global de dados na internet, urge que as leis nacionais incorporem o conceito de T.I. de “interoperacionalização”.

O terceiro e último ponto trazido ao debate, relativo à neutralidade em aplicativos e redes sociais, contou com a participação dos três palestrantes. Inicialmente, Getschko explicou que os aplicativos em si não devem ter neutralidade. Neste caso, segundo ele, a neutralidade deve estar no acesso a todos os aplicativos pelos usuários. Mostrando estar de acordo com esta visão, Souza reforçou que ao invés de neutralidade de aplicativos e redes sociais, devemos estar atentos a princípios de diversidade. No caso dos aplicativos, a diversidade potencializa a criação, a inovação; no caso das redes sociais, a diversidade impede a formação de bolhas, de filtros, que fazem com que o usuário apenas visualize em sua rede o seu espelho (as mesmas ideias, os mesmos gostos, etc.). Por fim, em sua contribuição, Albornoz enfatizou que os principais problemas se referem à mercantilização, controle e vigilância da internet, através dos dados que todos os usuários informam em troca da gratuidade de serviço (trocam sua privacidade pela gratuidade). De um lado, temos usuários que desconhecem os termos de uso dos serviços digitais que utilizam e Estados ausentes numa regulamentação efetiva de uso de dados digitais e, por outro lado, temos a emergência de novos valores chave na atual economia digital, quais sejam, os dados e os perfis de usuários que passam a ser comercializados.

### **COMENTÁRIOS FINAIS** (Lilian Hanania - original em português)

---

As mudanças trazidas pelas novas tecnologias para o mercado de bens e serviços culturais são profundas – a Internet traz rupturas importantes, como disse Demi Getschko. Toda a cadeia de valor do setor cultural foi afetada esses últimos anos pela tecnologia digital e a evolução tecnológica trará certamente ainda mais transformações. Essas transformações trazem oportunidades para a diversidade de expressões culturais, mas também obstáculos e novas ameaças/novos riscos. Entre elas: o poder econômico e político das multinacionais e a reintermediação na paisagem digital, como mencionados por Luis A. Albornoz, assim como a concentração de mercado nas mãos das grandes plataformas (ver também Octavio Kulesz no painel II).

Um grande problema é o da visibilidade dos conteúdos disponíveis na internet (“cauda longa invisível” – Luis A. Albornoz). A questão que se enfrenta é de saber se as pessoas têm conhecimento do que existe na Internet, da abundância de conteúdo *online*. E com que frequência elas se deparam com conteúdo que apreciam, mas que nem sabiam que existia? Trata-se de um processo dinâmico, em movimento, que exige políticas públicas adequadas, capazes de reagir rapidamente às transformações e também orientá-las a favor da diversidade.

<p><b>PAINEL II</b> (original em inglês)</p>	<p><b>11h20min – 12h40min – Painel II: O papel das empresas privadas que fornecem conteúdo cultural <i>online</i> para o fomento da diversidade das expressões culturais.</b>          Moderação: <i>Mario Magalhães</i> (CEST/USP)          - <i>Octavio Kulesz</i> (Teseo) (vídeo)          - <i>Dr. Heritiana Ranaivoson</i> (iMinds-SMIT, Vrije Universiteit Brussel) (videoconferência)          - <i>Me. Lucas Lago</i> (CEST/USP)</p>
--	--

## **RESUMO DAS EXPOSIÇÕES** (original em inglês)

- *Octavio Kulesz* (Teseo)

Octavio Kulesz forneceu, através de vídeo, uma visão geral do impacto das tecnologias digitais sobre as indústrias culturais. Apresentou as oportunidades e desafios (obstáculos e ameaças) trazidos pelas tecnologias digitais com respeito à diversidade cultural.

Oportunidades:

- Custos mais baixos,
- Distribuição mais fácil,
- Novos modelos de negócio (mais baratos e mais fáceis),
- Possibilidade de aproveitar a “*long tail*” de produtos no mercado.

Obstáculos:

- Infraestrutura (conectividade, disponibilidade de *hardware* e *software*),
- Falta de *know-how* e aptidões necessárias para as indústrias culturais, particularmente as pequenas e médias empresas – treinamento é necessário no futuro.

Ameaças:

- O comportamento dos ‘Gigantes da Net’, i.e., plataformas que têm um impacto enorme hoje (Apple, Amazon, Alibaba, etc.). Estas empresas escolhem um ponto de partida específico na cadeia de valor e se expandem pelas laterais, tornando-se a própria cadeia. Há “*marketplaces*” como Android, Apple Store, Amazon, etc., onde os *players* tornam-se o mercado, resultando, desse modo, em concentração de mercado. Isto pode representar, no futuro, um sério risco para a diversidade, uma vez que diversidade é necessária no nível da oferta de produtos, mas também entre os fornecedores; do contrário, há um problema de sustentabilidade, com o futuro encolhimento da oferta.

- *Dr. Heritiana Ranaivoson* (iMinds-SMIT, Vrije Universiteit Brussel)

Heritiana Ranaivoson tratou, por videoconferência, do impacto econômico das tecnologias digitais sobre as indústrias culturais. Todos os setores estão impactados, sendo um dos primeiros o setor musical. Especificamente, com respeito à diversidade das expressões culturais, ele focou nas plataformas *online* e começou explicando o modelo Stirling, de acordo com o qual a diversidade é composta de três elementos – variedade (número de categorias de produto), equilíbrio (a maneira pela qual os produtos estão



espalhados entre as categorias) e disparidade (diferença entre os produtos disponíveis). Ele, então, usou as Teorias das Superestrelas e a análise da *Long Tail* (decrecente importância das superestrelas e aumento de produtos na “*tail*”) a fim de reestruturá-la.

O impacto da *Long Tail* pode ser visto na possibilidade de acesso a mais conteúdos e na existência de novos serviços com modelos de negócios inovadores. Os maiores beneficiários são, no entanto, as plataformas *online*, que competem com os intermediários tradicionais do mercado cultural e têm um impacto negativo sobre esses últimos. Mas a questão verdadeira é: a *Long Tail* realmente existe? Há um aumento na diversidade ofertada? As Teorias da *Long Tail* e das Superestrelas dizem “sim”. Mas, em geral, os estudos sobre o assunto olham para variedade e equilíbrio; porém, raramente para a disparidade.

Além disso, conclusões opostas existem com respeito à diversidade consumida. A tecnologia certamente ajuda a reduzir os custos de produção, distribuição e também permitem uma quantidade virtualmente ilimitada de informação. No entanto, temos acesso a tudo isso? Os filtros podem levar tanto às superestrelas (como as recomendações de algoritmos vêm fazendo, de acordo com a pesquisa sobre esse aspecto) quanto à *tail* (funcionalidades de busca poderiam contribuir com isso). Mas, a medição da *tail* ainda não leva a “disparidade” em conta; não há ferramentas para medir esse aspecto, que é fundamental, no entanto.

As plataformas *online* possuem uma vantagem competitiva que deveria ser explorada: elas têm a capacidade de fornecer uma diversidade maior. Contudo, faltam ainda à pesquisa o papel em longo prazo das plataformas sobre a diversidade e como elas reconfiguram as indústrias culturais. E há a necessidade de os pesquisadores e legisladores terem acesso aos dados relacionados a essas plataformas, o que dificilmente é disponível. Talvez, a obrigação de disponibilizar tais dados poderia ser um passo importante.

• *Me. Lucas Lago (CEST/USP)*

Lucas Lago começou sua apresentação explicando Heurística e Vieses Cognitivos. Heurística são algoritmos, filtros de nossos cérebros, permitindo que não nos sobrecarreguemos com os dados recebidos do meio-ambiente. Contudo, eles podem ter efeitos indesejáveis, a saber, vieses cognitivos: desvios daquilo que poderiam ser conclusões lógicas, ignorando ou interpretando erroneamente a informação fornecida.

A enorme quantidade de informações disponíveis na Internet exige modos de filtrá-las e os algoritmos sevem a esse propósito. Eles são usados para determinar qual informação é na verdade relevante para nós. Um dos mais famosos algoritmos foi o *Edge Rank*, criado pelo Facebook e baseado em três critérios chave (os atuais algoritmos do Facebook são infinitamente mais complexos): (i) idade da informação; (ii) popularidade da informação e (iii) similaridade da informação com outras informações marcadas com um “*Like*” (Curtir).

Outros exemplos são encontrados nas seguintes plataformas:

- Google: personaliza os resultados de busca. Em mais de 90% das buscas, as pessoas nunca clicam na segunda página de resultados.



- YouTube: tem uma página inicial com recomendações e “vídeos relacionados”. A opção “vídeos relacionados” é responsável por cerca de 30% do tráfego de vídeos.
- Netflix: cria uma página inicial personalizada com sugestões baseadas nos filmes vistos previamente; 75% dos filmes/séries assistidos na Netflix são resultados dessas recomendações.
- Yahoo News: cria uma página inicial que se baseia em notícias passadas que foram clicadas e uma página inicial personalizada contendo aquilo que o leitor poderia gostar, em vez de notícias consideradas mais objetivamente como “notícias relevantes”.
- Spotify: cria uma *playlist* personalizada com músicas escolhidas por um algoritmo, mesmo se ela aparentemente não influencia os resultados de busca.

A importância dos algoritmos para a visibilidade do conteúdo *online* leva à “*Filter Bubble Theory*”, de Eli Pariser, que sugere que o uso estendido dos filtros resultaria na criação de uma “bolha de informações” onde nunca somos desafiados por tópicos controversos e todo mundo tem sua própria versão da Internet – tudo é customizado; consequentemente, a Internet não é a mesma para todos.

Aplicando-se aos assuntos da diversidade cultural, pode-se perguntar o seguinte:

- O fato de que alguém não saiba nada sobre filmes franceses faria com que a Netflix assumisse que a pessoa não quer assistir a um desses filmes?
- O fato de que alguém gosta do Led Zeppelin faria com que a Spotify escondesse as músicas de outros gêneros?
- Se alguém assistir a uma entrevista de Donald Trump no YouTube, este esconderia vídeos com ou sobre outros candidatos?

Ele, então, citou Walt Whitman, lembrando “nós contemos multidões”, o que não é compreendido por algoritmos. Eles criam vieses que necessitam ser evitados ou, pelo menos, contidos em seus efeitos.

A fim de permitir mais diversidade:

- É necessário ter transparência no uso de algoritmos na Internet;
- Deveria ser permitido excluir esses filtros, a fim de usar facilmente as ferramentas da Internet sem os filtros (no Google não há uma maneira de acessar a página de busca sem tal customização, exceto quando se usa o modo privado no *browser*);
- E precisamos escrever algoritmos que possuam a capacidade de filtrar ruídos e conteúdos indesejados, mas capazes de levar em consideração a inovação e a serendipidade na *web* filtrada.

## **RESUMO DO DEBATE** (original em inglês)

---

O painel levou a um rico debate. As perguntas feitas e as discussões que se seguiram estão resumidas a seguir.

1ª pergunta (Lilian Hanania) Lucas Lago falou sobre os algoritmos que levariam em conta a inovação e a serendipidade – Quão difícil seria, na prática, criar tais algoritmos a partir do ponto de vista do desenvolvimento de *software* e da engenharia?



- (Lucas Lago) é muito difícil até compreender os algoritmos usados hoje (existem centenas de milhares de parâmetros no Facebook), até para os engenheiros;
- (John Sydenstricker-Neto, CEST) refletindo sobre os modelos estatísticos, precisamos de um número menor de parâmetros para explicar um fenômeno; os filtros são definitivamente necessários; mas usar os 3 elementos apontados por Heritiana Ranaivoson poderia ajudar a mudar o modo pelo qual procuramos informação.

2ª pergunta Deveria haver uma regulamentação, parâmetros, para controlar o resultado da mídia social? Ou isso deveria ser deixado para as empresas privadas?

- (Lucas Lago) os algoritmos são invisíveis; podemos apenas ver seus resultados. Então, mesmo se tivéssemos uma lei que determinasse que eles devem aumentar a visibilidade de conteúdos novos, não há praticamente nenhum meio de checar essa conformidade; as plataformas *online* precisariam mostrar como suas buscas são feitas; porém, eles nunca aceitariam fazer isso. De qualquer modo, qualquer escolha de algoritmo nos levaria a um certo tipo de viés.
- (Heritiana Ranaivoson) a primeira coisa importante é que as pessoas precisam se dar conta de que os filtros existem. Ademais, os legisladores poderiam agir a esse respeito através de políticas de concorrência.
- (Lucas Lago) o paradoxo da escolha é que não importa o tamanho da escolha, continuamos a escolher as mesmas coisas por uma questão de prudência. Uma boa maneira técnica de mudança seria um algoritmo que propusesse a diversidade; isso diminuiria o efeito desse paradoxo.

3ª pergunta (Edson Perin) Parece que as plataformas com seus algoritmos e as políticas não estão conversando umas com as outras – como melhorar esse *link* entre as duas?

- (Lucas Lago) advogados e engenheiros precisam trabalhar juntos.
- (Rodrigo Filev, CEST) precisamos acessar a base de dados das companhias (“*deep web*” – não disponível no Google ou em outros *browsers*) - mas a questão é: como criar esse acesso?
- (Heritiana Ranaivoson) isso é um grande problema político – os legisladores precisam de informações sobre esses algoritmos.

4ª pergunta (Lilian Hanania) Como melhorar o envolvimento de empresas privadas e particularmente das grandes plataformas da Internet na promoção da diversidade das expressões culturais? Podemos pedir mais transparência dos algoritmos ou a criação de algoritmos que permitam maior diversidade e a possibilidade de conteúdo diverso ser descoberto, levando os consumidores a uma gama mais ampla de conteúdos culturais. Mas as opções poderiam, talvez, ser encontradas em ferramentas de “proeminência” nessas plataformas para promover a produção nacional, através de propaganda e identificação das obras (conforme defende Mira Burri em seu artigo a ser publicado em L. Richieri Hanania & A.-T. Norodom (dir.), “*Diversidade das expressões culturais na era digital*”), ou rótulos/etiquetas de “diversidade”, por exemplo, usando a marca de uma instituição cultural específica, e/ou uma *tag* para facilitar a busca (Mira Burri, no mesmo artigo a ser publicado).

- (Lucas Lago) a Netflix no Brasil já tem uma “*tag* brasileira” e ela não funcionou direito; para aumentar o consumo de conteúdo brasileiro, a Netflix está investindo



em conteúdos nacionais/séries. O problema (levantado também por Heritiana Ranaivoson) é o medo das coisas que não conhecemos.

5ª pergunta (Lilian Hanania) Parece haver a necessidade de sensibilização das empresas, mas também do público em geral, bem como de “criação de público” para conteúdo cultural diverso. As vantagens econômicas que derivam de se fazer da diversidade um objetivo a ser perseguido na responsabilidade social corporativa deveria ser enfatizado (um exemplo interessante é a experiência de Vivendi sobre esse assunto). Investir na diversidade melhora não apenas a imagem de uma empresa diante de consumidores e investidores, mas também a confiança nas empresas de mídia envolvidas com respeito à qualidade do conteúdo, sua independência e autenticidade (Mira Burri, no mesmo artigo futuro).

- (Lucas Lago) isso é uma coisa passível de ser feita, que poderia de fato ser “vendida” a essas empresas.
- (Heritiana Ranaivoson) a diversidade cultural tem um valor econômico; mas, permanece a necessidade de checar tal diversidade e isso exige ter em mãos mais dados que os que temos hoje.
- (Mario Magalhães, CEST) deveríamos tomar cuidado com “censura reversa” – permitir que se assista a algo que não esteja dentro de nossa escolha – não deveríamos forçar o consumidor a assistir a nada.
- (Piatã Kignel, U40) é, no entanto, necessário que o consumidor saiba o que existe lá fora (coisas que não conhecemos e de que poderíamos gostar). Vivemos um movimento interessante do setor cultural no Brasil com a extinção (e posterior reabilitação) do Ministério da Cultura – é uma oportunidade de mobilização e de influenciar os lucros das empresas (e, portanto, as decisões) através de mudanças no nosso comportamento de consumo.

### **COMENTÁRIOS FINAIS** (Lilian Hanania - original em português)

---

Os legisladores e formuladores de políticas precisam ser criativos, abertos a futuras transformações, e ao mesmo tempo atentos e comprometidos com os princípios e objetivos desejados pela sociedade e perseguidos antes dessas transformações. No caso do tema de hoje, o objetivo de diversidade de expressões culturais. Para que as políticas que visam à diversidade no ambiente digital sejam repensadas de maneira apropriada, é preciso:

1. Determinar e avaliar essa diversidade - É preciso:
  - o Recolher dados estatísticos pertinentes sobre o mercado de conteúdo cultural digital e a visibilidade desse conteúdo – “TIC Cultura - Oferta e consumo de conteúdos culturais na Internet” vai certamente ser uma publicação extremamente útil para o Brasil e para o trabalho realizado em torno da Convenção de 2005.
  - o Desenvolver mecanismos para medir “disparidade” como apresentou Heritiana Ranaivoson; e
  - o Ter acesso aos dados referentes ao consumo de conteúdos culturais nas grandes plataformas *online*.



2. Envolver todos os participantes do mercado de conteúdos culturais digitais, orientando suas ações em direção ao objetivo de diversidade:
  - No primeiro documento de orientação para as diretivas operacionais que serão examinadas em dezembro de 2016, o Secretariado da Convenção de 2005 lembra que a proteção dos direitos humanos implica liberdade de expressão, informação e comunicação na internet, incluindo a liberdade artística e o acesso às obras pelos cidadãos. O princípio de universalidade da internet exige que todos, inclusive empresas do setor privado (como os novos intermediários da internet) respeitem os princípios da Convenção e, de forma mais geral, os direitos humanos reconhecidos pelas Nações Unidas (CE/15/9.IGC/7 – página 8 §9).
  - Vimos algumas propostas de medidas e mecanismos que poderiam ser úteis nesse sentido (ver debates do Painel II acima).
  - Temos que achar meios de se ter maior acesso a dados sobre o consumo cultural *online* – podemos pensar em uma obrigação de disponibilizar esses dados?
  - Seria interessante que essas empresas fossem mais diretamente envolvidas na preparação das diretivas operacionais pelo Secretariado da CDEC.
3. Mobilizar a sociedade civil, que tem um papel importantíssimo a cumprir, tanto pelo desenvolvimento de projetos concretos para a diversidade cultural, quanto na sua capacidade de supervisão e coordenação no âmbito nacional e internacional.
4. No âmbito internacional, garantir coerência na atuação junto às organizações internacionais ativas em questões culturais e relativas ao digital, mas também, de forma mais geral, no tema do desenvolvimento sustentável.

\*\*\*