



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

O Vale do Silício como ferramenta de um discurso totalizante e pós-moderno da tecnologia

Kaluan Boarini Bernardo

Resumo

O trabalho investiga a formação do “Vale do Silício”, região de vanguarda tecnológica nos EUA, e busca relacionar o poder e os interesses das empresas tecnológicas na região com o discurso pós-moderno e tecnocêntrico marcado na contemporaneidade. A pesquisa relaciona o trabalho de pesquisa da historiadora Leslie Berlin, que estudou o desenvolvimento da região, com os conceitos de pós-modernidade de Gilles Lipovetsky e Fredric Jameson. Por meio dessa investigação, faz-se uma crítica ao consumismo, que dá espaço ao discurso totalizante do avanço tecnológico e impede questionamentos sobre a natureza de tais avanços.

Palavras-chave

Tecnologia, Filosofia da tecnologia, Pós-modernidade, Ideologia, Sociedade do Espetáculo

Introdução

O Vale do Silício, região da Califórnia (EUA), é a casa das maiores empresas de tecnologia do mundo. A região abriga desde pequenas companhias inovadoras de base tecnológica, hoje conhecidas como startups, até as grandes empresas já estabelecidas, como Microsoft, Google, Apple e Facebook. São empresas globais, mas que muitas vezes ou começam lá ou têm suas sedes principais na região.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

A transformação do Vale começou na década de 1950. Hoje ele é considerado um verdadeiro templo da inovação. Especialistas do mundo inteiro migram para a região seja para estudar, tocar novos negócios ou trabalhar nessas companhias.

Por serem globais, e terem serviços que são, em grande parte, virtuais, as empresas do Vale do Silício atuam sobre o mundo todo. As companhias influenciam a economia local, a norte-americana, mas também impactam economias dos mais variados países. Dessa forma, seu poder cultural, político e econômico, em tempos globalizados, também ultrapassa as bordas nacionais.

Esse artigo busca relacionar o poder e os interesses de tais companhias com o discurso pós-moderno e tecnocêntrico. Pergunta-se se há uma relação entre a crescente fé na tecnologia e os discursos, mitologias ou ideologias de “disrupção” e “inovação”, muito pregados no Vale do Silício.

Não é possível generalizar e tratar as diversas empresas da região como um corpo homogêneo, com discurso único. Assim como também não é possível generalizar e afirmar que a crescente expectativa em relação à tecnologia é compartilhada por todos. Mas é um exercício válido de crítica tentar entender como tal ideologia, pregada por grandes corporações e pela mídia, se relaciona com fenômenos contemporâneos que estão acontecendo, criando também um discurso de classe.

Para tentar articular tais ideias, o presente artigo volta-se aos trabalhos da historiadora Leslie Berlin, autora do artigo “Why Silicon Valley Will Continue to Rule”, em que explica os motivos que levaram o Vale do Silício a ser o que é hoje.

É necessário ainda se voltar ao que Louis Althusser entendia como ideologia e Aparelhos Ideológicos. Althusser, a partir do marxismo, falava de Aparelhos Ideológicos para manter poderes de Estado. No entanto, na sociedade contemporânea hiperconsumista (Gilles Lipovetsky), empresas também se tornam Aparelhos Ideológicos e alimentam a Sociedade do Espetáculo, como lembra Guy Debord.

Por fim, as noções de Fredric Jameson sobre o pós-modernismo, tempos de referências dispersas, nos ajuda a entender o mito da disrupção e da inovação; em que



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

empresas sempre se posicionam como capazes de, a qualquer momento, em qualquer dia, recomeçarem a contar a história do zero.

Começemos com uma rápida história do Vale do Silício.

No princípio, era o transistor

Leslie Berlin (2015) diz que três fatores foram essenciais para transformar uma área rural, formada por fazendeiros e conhecida como Valley of the Hearts Delight, no Vale do Silício. São eles: tecnologia, dinheiro e cultura.

A chegada da tecnologia na região se deve muito a William Shockley, físico brilhante que ganharia um prêmio Nobel em 1956. Um ano antes, ele voltava para a cidade onde cresceu, Palo Alto (hoje uma das mais conhecidas no Vale do Silício). Junto com ele, vieram diversos jovens pesquisadores. Conhecido como ótimo professor e pesquisador, mas péssimo chefe e empreendedor, seus negócios não prosperaram muito.

No entanto, Shockley e seus funcionários foram capazes de criar o transistor – a base de toda a tecnologia digital e moderna desenvolvida no Vale do Silício.

Em 1957, após terem abandonado o professor, oito ex-funcionários de Shockley criaram a Fairchild Semiconductor, conhecida como primeira startup do Vale do Silício. Em 1960, a companhia faliu e seus funcionários criaram dezenas de novas empresas, incluindo Intel e AMD. Mas tudo veio da criação do transistor, como aponta Berlin:

Pense no transistor com o grão de areia no centro da pérola do Vale. A próxima camada da pérola apareceu quando as pessoas juntaram transistores com outra camada de pequenos componentes eletrônicos como resistores e capacitores para fazerem um circuito eletrônico em um pequeno pedaço de silício. Esse novo dispositivo foi chamado de microchip. Então alguém apareceu com um microchip especial, que podia ser programado: o microprocessador. [...]. Perceberam então que era possível combinar microprocessadores com outros componentes e uma tela – nascia o computador. Pessoas escreveram códigos para esses computadores e



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

acabaram criando sistemas operacionais e softwares. Em algum momento, começaram a conectar tais computadores um com os outros e nascia a rede. Logo perceberam que era possível “virtualizar” esses computadores e armazenar seu conteúdo em um espaço chamado “nuvem”. Daí era possível procurar pela informação armazenada em diversos computadores. Então os computadores conectados encolheram e se tornaram tablets e máquinas do tamanho da palma de uma mão, os chamados de smartphones. Então pessoas começaram a criar apps para esses dispositivos móveis... (*ibid.*, 2015).

O segundo fator essencial para a consolidação da região foi o dinheiro. Em meados da Guerra Fria, o Departamento de Defesa dos EUA, movido pelos temores, investia pesado em tecnologia e comprava diversos microchips das empresas do Vale do Silício. Dessa forma, o governo federal acabou se tornando um dos primeiros financiadores das empresas.

Hoje, uma das principais fontes de fomento a novos negócios lá são os fundos de investimentos. Na década de 1970 chegaram os dois principais: Sequoia e Kleiner Perkins Caufield & Byers, criados por discípulos da Fairchild em 1972. Relevantes até hoje, esses fundos investiram em empresas como Apple, Amazon, Google, Facebook, Cisco, Instagram, Electronic Arts e outros.

A Universidade de Stanford também foi essencial para a consolidação da cultura empreendedora local, como aponta Berlin:

Stanford estava construindo seus departamentos de física e engenharia. O professor Frederick Terman andava preocupado com um ‘roubo de cérebros’ dos formados em Stanford para a Costa Leste, onde havia grandes oportunidades de emprego. Então ele trabalhou com o presidente da universidade, J.E Wallace Sterling, para criar o que chamou de ‘uma comunidade de acadêmicos técnicos’ na qual as conexões entre academia e indústria eram fluídas. Isso significa que, quando as companhias de transistores e microchips começaram a crescer, os engenheiros com conhecimento técnico já estavam lá. (*ibid.* 2015)



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

E há o componente cultural. Entre a década de 1950 e 1970 houve uma explosão demográfica na região. A cidade de Santa Clara County, no meio do Vale, por exemplo, foi de 300 mil habitantes a mais de 1 milhão.

Os novos cidadãos eram, na média, mais jovens e educados do que os anfitriões. Rapidamente, o Vale foi de uma comunidade de fazendeiros mais velhos para garotos de 20 e poucos anos com PhD [...]. A região toda teve de se adaptar a essa nova identidade, alimentando o ciclo completo: com advogados especializados, operações de recrutamento, políticas liberais e cursos universitários para apoiar a infraestrutura tecnológica. (*ibid.* 2015)

A contracultura da década de 1970 também estabeleceu importante diálogo com a mentalidade dos jovens que chegavam ao Vale. Em busca de inovação e abertos ao risco, a população desenvolveu uma cultura própria, sua versão do *American Dream* e do *self-made man*. Parte disso se deve também às trocas de conhecimento com os vários imigrantes que chegavam à região.

O historiador Richard White diz que o Oeste da América nasceu moderno porque a população seguiu, mais do que precedeu, conexões com os mercados nacionais e internacionais. O Vale do Silício nasceu pós-moderno, não só com essas conexões acontecendo, mas também garantindo que as pessoas se sentissem confortáveis experimentando novos tipos de estruturas de negócios e modelos divergentes dos tradicionais da Costa Leste [...]. Os cidadãos do Oeste se viam como cowboys e pioneiros, trabalhando em uma ‘nova fronteira’ onde pessoas poderiam falhar e não se envergonhar por isso, desde que aprendessem rapidamente a lição. (*ibid.* 2015)

A busca pós-moderna pela disrupção

Em julho de 2015 o Uber, uma dessas startups nascidas no Vale do Silício e que carregam consigo a ideologia da hegemonia tecnológica, levantou um investimento de US\$ 1 bilhão. De acordo com o Wall Street Journal, o aporte veio do fundo de investimentos da Microsoft (outra companhia desenvolvida no seio do Vale) e o do conglomerado de mídia indiano Bennett Coleman & Co.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio: 



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Após o investimento, o Uber, com apenas cinco anos de existência, foi avaliado em US\$ 51 bilhões. Quase tanto quanto o Facebook, outra startup também do Vale do Silício. Frente à notícia, veículos brasileiros apressaram-se na comparação. “Uber capta US\$ 1 bi e vale mais do que a Petrobras, afirma jornal”, estampava a manchete da *Folha de S. Paulo* no dia 31 de julho. Segundo os cálculos da reportagem, na cota daquele dia, a empresa norte-americana valia R\$ 171 bilhões enquanto a estatal brasileira valia apenas R\$ 145,7 bilhões.

A comparação, obviamente, não é meramente arbitrária. Além de conter críticas implícitas à Petrobras, que, em meio a acusações de corrupção, tem perdido valor de mercado, a reportagem passa uma segunda mensagem: uma startup “jovem e inovadora” já tem mais capital do que uma estatal “tradicional e engessada”. Mais do que meras discussões políticas, a comparação propaga a ideologia básica do Vale do Silício: a da “disrupção”.

O termo “disrupção” foi utilizado pela primeira vez em 1995 por Clayton Christensen, professor de Harvard, no artigo *Disruptive Technologies: Catching the Wave*. Gisela Blanco, jornalista brasileira, mestre em Business Innovation pela University of London, resume a definição:

Produto ou serviço que cria um novo mercado e desestabiliza os concorrentes que antes o dominavam. É geralmente algo mais simples, mais barato do que o que já existe, ou algo capaz de atender um público que antes não tinha acesso ao mercado. Em geral começa servindo um público modesto, até que abocanha todo o segmento [...]. Quando uma empresa lança uma tecnologia mais barata, acessível e eficiente, mirando margens de lucros menores, cria uma revolução. Deixa obsoleto quem antes era líder de mercado. (Blanco, 2015)

A ideia de que qualquer um pode, a qualquer momento, criar um negócio que revolucione um mercado, fique milionário e mude as regras do jogo, tem relação direta com a crença positivista na tecnologia, de que vamos sempre evoluir indefinidamente. A evolução do transistor aos smartphones, tal como descrito acima, é a materialização da chamada “Lei de Moore”.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

“Profetizada” por Gordon Moore, co-fundador da Intel, em 1965, a “lei” previa que o número de transistores que cabem em um chip dobraria a cada 18 meses, mantendo o mesmo custo. A regra se provou mais ou menos verdadeira, revelando um crescimento exponencial da tecnologia eletrônica em geral. É por isso que os gigantescos computadores de poucas décadas atrás têm desempenho muito inferior aos pequenos smartphones que hoje carregamos nos nossos bolsos. Tal como prevê a Lei de Moore, o homem conseguiu criar, cada vez mais rápido, tecnologias exponencialmente mais poderosas, compactas e baratas.

Quando o homem percebe que a tecnologia cresce de forma exponencial, ele perde suas referências. Ora, se de tempos em tempos, o potencial tecnológico dobra, a curva ascendente que vem pela frente é vertiginosamente maior do que a que ficou para trás. Dentro dessa lógica, assume-se que as possibilidades de mudanças da tecnologia no próximo ano podem sempre ser maiores do que todas que passamos até agora, ao longo de décadas. O homem perde suas referências e vive o pós-moderno, descrito pelo norte-americano Fredric Jameson:

Pode ser que o pós-modernismo, a consciência pós-moderna, acabe sendo não muito mais que uma teorização de sua própria enumeração de mudanças e modificações. O modernismo também se preocupava compulsivamente com o Novo e tentava captar sua emergência (e para isso inventou mecanismos de registro e impressão semelhantes a uma foto de baixa velocidade histórica); o pós-moderno, entretanto, busca rupturas, busca eventos em vez de novos mundo, busca o instante revelador depois do qual nada mais foi o mesmo, busca um ‘quando-tudo-mudou’, como propõe Gibson, ou melhor, busca os deslocamentos e mudanças irrevogáveis na *representação* dos objetos e do modo como eles mudam. Os modernos estavam interessados no que poderia acontecer depois de tais mudanças e nas suas tendências gerais: pensavam no objeto em si mesmo, substantivamente, de modo essencialista ou utópico. Nesse sentido, o pós-modernismo é mais formal, e mais ‘distraído’, como poderia dizer Benjamin; apenas cronometra as variações e sabe, bem demais, que os conteúdos são somente outras imagens. (*ibid.* 1991, p.13)



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Olhando para a definição de Jameson sobre pós-modernismo e a de Christensen sobre disrupção, parece claro que a disrupção nada mais é do que a ideia do pós-modernismo aplicada à lógica de mercado do capitalismo contemporâneo. E, apesar de disfarçar-se de inovação, vale questionar até que ponto essas “disrupções”, procuradas e incentivadas no Vale do Silício desde a década de 1950, promovem verdadeiras rupturas com o *status quo* do mundo. Berlin nota:

A história da disrupção, em sua essência, é a mesma da Lenda Ocidental: uma nova abordagem vem do nada para mudar o *establishment* do mundo para melhor. Você já ouviu esses mesmos temas de aventura, pensamento subversivo, oportunidade e riscos. É a mesma música com letras diferentes [...]. Mas alguma coisa a mais tem acontecido na cultura do Vale do Silício na última década. Os garotos revolucionários se transformaram nos grandes caras do *establishment*. A Apple foi acusada em uma ação antitruste. Você ouviu sobre empresas do Vale do Silício, como Google e Facebook, coletando montes de dados dos cidadãos e deixando nas mãos da NSA. O que acontece quando as empresas do Vale do Silício começam a parecer com o Grande Irmão do famoso comercial do Apple Macintosh de 1984? (*ibid.* 2015)

O Uber, por exemplo, promete uma “ruptura” no sistema de transportes. O serviço permite que indivíduos comuns se tornem motoristas da empresa. E o usuário, com apenas um cartão de crédito e um aplicativo, pode andar em um luxuoso carro preto, com um motorista particular, muitas vezes pagando menos do que um táxi. Mas, ao passo de que oferece aparentes evoluções em relação ao consumo, questiona-se a ruptura que ele causa no *status quo*. Afinal, contando com motoristas que se tornam funcionários desprotegidos, o Uber está rompendo com a lógica de exploração do capitalismo? E, disfarçada de “serviço de caronas”, a empresa consegue competir de forma desigual, às margens do Estado? Anti-*establishment* ou neoliberalismo? Essas são perguntas que não podem ser respondidas nesse artigo, mas valem para mostrar que, muitas vezes, a ruptura é superficial e não tão revolucionária como os discursos do Vale do Silício prometem.

O espetáculo como afirmação na crença tecnológica



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Em 1988, 20 anos depois de seu texto original, Guy Debord publica *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*. Dialogando com a proposta da teoria crítica, Debord mostra que, no capitalismo neoliberal contemporâneo, os poderes espetaculares pré-existentes (difuso e concentrado) se uniram e transformaram em um novo: o integrado. Ele é definido por cinco características: “a incessante renovação tecnológica, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo (1998, p. 175)”.

Essas características são vistas no discurso hegemônico capitalista do Vale do Silício. A inovação nada mais é do que a busca pela incessante renovação tecnológica; a disrupção nos leva a esse pós-modernismo em que nos vemos em um presente perpétuo; o Estado se fundiu com as questões econômicas, financiando as primeiras empresas por meio do Departamento de Defesa (como vimos anteriormente); e o segredo generalizado é o que faz tantos tentarem criar suas startups de sucesso, acreditando que é possível para todos, mas tão poucos chegarem lá.

A perpetuação desse discurso também acontece por meio das redes sociais virtuais, que inclusive também são controladas por muitas empresas do Vale do Silício, tal como Google e Facebook. O professor Cláudio Novaes Pinto Coelho observa:

A circulação incessante de mensagens espetacularizadas baseadas em imagens e textos curtos cujo sentido se esgota quase que instantaneamente favorece que as reais condições de funcionamento das diferentes instituições sociais permaneçam em segredo, e quando alguns aspectos deste funcionamento são divulgados, são na forma (espetacularizada) dos escândalos, que pouco contribuem para o conhecimento efetivo dos mecanismos de funcionamento destas instituições, em especial a fusão entre os interesses dos que controlam o aparelho do estado e os interesses das grandes corporações. O caráter imediatista das mensagens favorece também a circulação de mentiras sem possibilidade de contestação. (Coelho, 2015 p. 69).

Voltando ao exemplo do Uber, essa superficialidade mostra como, muitas vezes, a discussão gira em torno de “qual serviço oferece mais qualidade para o usuário”, enquanto as manchetes se restringem a dizer se o serviço vai ser ou não regulamentado



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

e mostram taxistas atacando motoristas. Pouco se discute sobre os impactos sociais e econômicos desse modelo de negócios à longo prazo. O espetáculo toma a discussão para si e o discurso de a “inovação é inevitável” se fortalece. O mesmo acontece quando as pessoas e a mídia se dizem chocadas com o Google coletando informações, a NSA espionando internautas, a inteligência artificial oferecendo riscos sociais, mas se posicionam de forma passiva frente a tais questões – afinal, tal como o capitalismo, a ascensão tecnológica se apresenta hoje como modelo totalizante e hegemônico.

Cultura-mundo e ideologia tecnocientífica

Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, em *Cultura-mundo: resposta para uma sociedade desorientada* (2011), argumentam que vivemos em tempos hipermodernos, marcados pelo excesso de individualismo e consumo. Uma das consequências dessa sociedade é justamente a fé na tecnologia:

Sem dúvida, nada ilustra melhor a ideia de cultura-mundo que o universo tecnocientífico enquanto é fundamentalmente, como sublinhou Jacques Ellul, um fenômeno totalizante e universal. Agora, a técnica invadiu todo o planeta e estende-se a todos os domínios da vida, atinge tanto o infinitamente grande como o infinitamente pequeno, não produz apenas máquinas; apodera-se do ser vivo que é capaz de modificar bem como da informação que ela trata e difunde na instantaneidade das redes eletrônicas. É nesse sentido que há um verdadeiro universalismo técnico. Uma técnica que se encontra em toda parte, que requer os mesmos símbolos e o mesmo sistema de valores (a eficácia máxima, a racionalidade operacional, a calculabilidade de toda coisa). E é a ela, ainda que nos dirigimos para melhorar a vida e remediar os desastres produzidos pelo tecnomundo: não é mais a política que "deve mudar a vida", é a high-tech e sua demiurgia infinita. A técnica, que antigamente era englobada pelas civilizações das quais fazia parte, tornou-se o elemento estruturante que se infiltra em todas as dimensões da vida social, cultural e individual; nada mais escapa à Técnica, à qual devemos nos adaptar permanentemente e que se impõe como estilo de vida, modo de pensamento,



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

conjunto de símbolos. A técnica traz consigo, para todos, maneiras de ser, de pensar, de viver. Ela é cultura global, é síntese. (Lipovetsky, Serroy, 2011, p.43)

Os autores argumentam que, nesse cenário, a tecnologia também se apresenta como sistema totalizante. Mais uma vez, é “impossível” deter a inovação e a disrupção pós-modernista. Isso acontece, também em parte, por conta de como esse mundo está estruturado:

O mundo hipermoderno, tal como se apresenta hoje, organiza-se em torno de quatro polos estruturantes que desenham a fisionomia dos novos tempos. Essas axiomáticas são: o hipercapitalismo, força motriz da globalização financeira; a hipertecnificação, grau superlativo da universalidade técnica moderna; o hiperindividualismo, concretizando a espiral do átomo individual daí em diante desprendido das coerções comunitárias à antiga; o hiperconsumo, forma hipertrofiada e exponencial do hedonismo mercantil [...]. A hipertécnica e a hipereconomia não produzem apenas um mundo racional-material; elas criam, propriamente falando, uma cultura, um mundo de símbolos, de significações e de imaginário social que tem como particularidade ter se tornado planetário. (Lipovetsky, Serroy, 2011, p.43)

As empresas high-tech do Vale do Silício conseguem atingir esses quatro axiomas. São hipertecnizadas por si; são altamente capitalistas, movimentando trilhões de dólares; e, por incentivarem o hiperconsumo, conseguem atingir o hiperindividualismo de cada um.

Inclusive, é justamente pelo consumo individual que elas convencem pelo seu discurso totalizante. A tecnologia é a única saída não necessariamente porque ela vai tornar a vida social melhor; mas porque, no plano individual, do consumo, ela já é capaz de agradar. Então, novamente, pouco importa se um iPhone é feito por trabalhadores em péssimas condições na China, ou se o Google está de olho em seus dados – se essas empresas oferecem experiências prazerosas de consumo, pode se fingir que elas estão revolucionando o mundo para melhor.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Louis Althusser dizia que os principais Aparelhos Ideológicos eram a família e a escola. Talvez hoje, com a consolidação da Sociedade do Espetáculo, na cultura contemporânea, pós-moderna, em que a tecnologia promete poder mudar tudo o tempo todo, o consumo funcione como o novo Aparelho Ideológico. E, nesse sentido, quem é capaz de oferecer tal poder, são as empresas que inovam na tecnologia. O Vale do Silício, como berço e casa de tantas companhias, se configura apenas como um reprodutor das condições de produção dessas empresas. Nesse sentido, o mito do Vale do Silício funciona como ideologia, no sentido apontado por Althusser “Uma representação da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência. No caso, da relação imaginária das pessoas, com a relação real (e ofuscada) delas com a tecnologia.

Conclusões

Pelos relatos de Berlin, percebemos que o Vale do Silício não se desenvolve ao acaso. É resultado de um momento único em que convergem questões culturais, econômicas e educacionais. Com o passar dos anos, a região se mantém vanguardista tecnologicamente, mas por diferentes motivos. Entre eles, um discurso totalizante da tecnologia como algo que simplesmente avança indiscriminadamente e não como algo passível de questionamentos, problematizações e críticas. O mito da tecnologia neutra é fruto de um aparelhamento ideológico, que tem como combustível o consumismo, marca de tempos pós-modernos.

Referências

ALTHUSSER, L. Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado. Ed. Presença, 1ª Ed. 1974.

BERLIN, L. Why Silicon Valley Will Continue to Rule. disponível em <https://medium.com/backchannel/why-silicon-valley-will-continue-to-rule-c0cbb441e22f>

Acessado em 03/08/2015

BLANCO, G. O Que é Disrupção <<http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-disrupcao> >

Acessado em 03/08/2015



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

COELHO, C. N. P. Teoria Crítica e Sociedade do Espetáculo. Ed. In House, 1ª Ed. 2015.

JAMESON, F. Pós-Modernismo – A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio. Ed. Escala, 2ª Ed. 1991.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. A Cultura-Mundo – Resposta a uma Sociedade Desorientada. Ed. Companhia das Letras, 2ª Ed. 2011.