



CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**COMUNICAÇÃO COLABORATIVA NA INTERNET:
um estudo sobre o website Overmundo**

Filipe Barros Beltrão

Recife
2009

Filipe Barros Beltrão

**COMUNICAÇÃO COLABORATIVA NA INTERNET:
um estudo sobre o website Overmundo**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, sob a orientação da Prof. Dr. José Afonso da Silva Júnior.

Recife
2009

Beltrão, Filipe Barros

Comunicação colaborativa na internet: um estudo sobre o website Overmundo / Filipe Barros Beltrão. – Recife: O Autor, 2009.

116 folhas. : il., fig., tab., gráf., quadros.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CAC. Comunicação, 2009.

Inclui bibliografia.

1. Computadores e civilização. 2. Inteligência coletiva. 3. Internet. 4. Sites da Web - Projetos. I. Título.

**007
302.231**

**CDU (2.ed.)
CDD (22.ed.)**

**UFPE
CAC2009-39**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autor do Trabalho: Filipe Barros Beltrão

Título: "Comunicação colaborativa na internet: um estudo sobre o website overmundo"

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Dr. José Afonso da Silva Júnior.

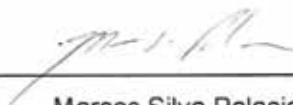
Banca Examinadora:



José Afonso da Silva Júnior



Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior



Marcos Silva Palacios

Recife, 27 de fevereiro de 2009.

Dedico este trabalho a minha família, pelo apoio contínuo e pelo o amor incondicional, e a minha amiga Teresa Clayes (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE) por ter acolhido a minha pesquisa e apoiado institucionalmente na participação em congressos e seminários.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) pelo apoio financeiro que permitiu realizar esta dissertação.

A Afonso, por ter me orientado e auxiliado durante o mestrado, sempre estimulando o meu crescimento científico e humano.

A Alfredo Vizeu, por ter iniciado meu processo de orientação e ter enriquecido meu percurso acadêmico com importantes contribuições.

A Edgar Rebouças, por ter investido esforços na realização de meu intercâmbio de pesquisa na Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord.

A Pierre Moeglin por ter me recebido calorosamente no período de fevereiro a maio de 2008 na Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord. Sua contribuição humana e acadêmica será sempre lembrada.

À Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord, na pessoa de Anne-Françoise Duval Elizabette, que me acolheu gentilmente e aos professores vinculados à rede de pesquisa (Philippe Bouquillon, Yolande Combès, Geneviève Vidal, Franck Rebillard, Bernard Miège, Rosa Maria Cardoso Dalla Costa). Suas contribuições foram muito valiosas e me ajudaram a encontrar um caminho para a conclusão da pesquisa.

Aos colegas de Mestrado, sobretudo Nilson Soares, Marcelo Benevides e Márcio Monteiro que criaram sempre um ambiente propício para a troca de idéias.

Ao Instituto Overmundo, sobretudo Viktor Chagas, que sempre se mostrou prestativo, fornecendo informações e idéias sobre o objeto de pesquisa.

A Anchieta, por revisar a dissertação.

A Thiago Suruagy pela amizade e pela ajuda na finalização das figuras, ilustrações e gráficos da presente dissertação.

A Vita Mongiovi por me receber sempre de braços abertos nos dias mais difíceis da caminhada e por ter a certeza de estar torcendo por mim em cada momento.

A todos os meus amigos e à família Mongiovi, que sempre me deram estímulo para seguir em frente e souberam compreender os momentos de ausência em função da pesquisa.

E, finalmente, a todos que contribuíram, de alguma forma, para o resultado deste trabalho.

A cada dia que vivo, mais me convenço de que o desperdício da vida está no amor que não damos, nas forças que não usamos, na prudência egoísta que nada arrisca, e que, esquivando-nos do sofrimento, perdemos também a felicidade.

Carlos Drummond DE
ANDRADE

RESUMO

A presente dissertação aborda a comunicação colaborativa na *internet*. O estudo visa compreender as transformações ocorridas no campo midiático a partir dos modelos de produção e edição colaborativos presentes na rede. Do ponto de vista metodológico, a pesquisa se divide em três partes. A primeira apresenta uma breve genealogia da colaboração, procurando identificar a presença da dimensão participativa nas mídias anteriores à *internet*, e como ela se inter-relaciona com o imaginário, a técnica e o atual cenário midiático. Na segunda parte, a dissertação aborda a colaboração na internet procurando entender suas particularidades e realizando uma revisão crítica da noção de Web 2.0 com o objetivo de lançar novos olhares sobre a questão. A última parte analisa o tema central da pesquisa, utilizando-se da metodologia de estudo de caso aplicado ao *website* colaborativo Overmundo. O objeto possibilitou compreender esse fenômeno empiricamente, visto que toda a fundamentação é ancorada nas práticas colaborativas. Com a metodologia citada, foi possível delimitar as características da comunicação colaborativa na internet, sua relação dentro do desenvolvimento histórico da comunicação e constatar sua aplicação, limites e potencialidades.

PALAVRAS-CHAVE: Cíbercultura. Comunicação Colaborativa. Internet. Overmundo. Web 2.0.

ABSTRACT

The present dissertation addresses the collaborative communication on the internet. The study aims to understand the transformations which have occurred in the media field, from the models of collaborative production and edition found online. From a methodological perspective, the research is divided into three parts. The first one presents a brief genealogy of collaboration, seeking to identify the presence of participative dimension in the media forms which preceded the internet, and how it inter-relates with the imaginary, the technical aspect, and the present media scene. In the second one, the dissertation approaches the collaboration on the internet, trying to understand its particularities and elaborating a critical review of the concept of Web 2.0, aiming to observe the issue from different points of view. The last part analyses the central theme of the research, making use of the case study methodology, applied to the collaborative website Overmundo. The object of study made it possible to comprehend this phenomenon empirically, given the fact that the entire theoretical framework is based on collaborative practices. With the aforementioned methodology, it was possible to describe the characteristics of collaborative communication on the internet and its relations within the historical development of communication, as well as to verify its applications, limits and potential.

KEYWORDS: Collaborative Communication. Cyberculture. Internet. Overmundo. Web 2.0.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 MAPEANDO O HORIZONTE DA COLABORAÇÃO.....	21
1.1 A técnica e o triunfalismo tecnológico.....	21
1.2 Uma breve genealogia da comunicação colaborativa e seu imaginário.....	27
1.3 Mídia na contemporaneidade: a emergência dos Ecossistemas Comunicativos.....	34
2 COMUNICAÇÃO COLABORATIVA NA INTERNET.....	38
2.1 Web 2.0: segundo a visão de O'Reilly.....	38
2.2 Nós somos a mídia: as perspectivas dos autores das mídias colaborativas.....	44
2.3 Desenvolvimento dos estudos sobre colaboração na Internet.....	55
2.4 Comunicação colaborativa em perspectiva: uma revisão crítica.....	62
3 O OVERMUNDO E A COMUNICAÇÃO COLABORATIVA.....	79
3.1 O overmundo.....	80
3.1.1 Dados do Overmundo.....	84
3.2 Produção e edição colaborativa no Overmundo.....	88
3.3 Analisando a colaboração no Overmundo.....	97
3.3.1 Colaborações propostas.....	98
3.3.2 Sugestões na fila de edição.....	99
3.3.3 Observando os comentários no Overblog.....	102
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	106
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E FONTES CONSULTADAS.....	110

INTRODUÇÃO

I Apresentação

As práticas sociais vêm sendo modificadas pela utilização da *internet* e de ferramentas de comunicação digitais. Dentro desse contexto, surgiram várias experiências na rede mundial de computadores que propunham uma forma “diferente” de produzir conteúdo. Esse novo modelo não funcionava a partir de um núcleo centralizado de produção. A participação dos usuários na criação se tornou um elemento imprescindível no desenvolvimento e na expansão do sistema de publicação de conteúdo. A esse núcleo de experiências, acima referido, denominaremos *comunicação colaborativa*. O termo será aprofundado ao longo do trabalho e nos ajudará a compreender, dentro de uma perspectiva ampla, o fenômeno que iremos abordar nesta dissertação.

Os projetos colaborativos na internet estão ganhando cada vez mais importância, tendo em vista a grande popularidade dos sites Wikipédia¹, Orkut², Myspace³, Flickr⁴ e You Tube⁵.

¹ Criada em 2001, a Wikipédia (<http://www.wikipedia.org>) é uma enciclopédia multilíngüe *on-line*, livre e colaborativa, ou seja, escrita internacionalmente por pessoas de várias regiões do mundo, todas elas voluntárias. Por ser livre, entende-se que qualquer artigo dessa obra pode ser transcrito, modificado e ampliado, desde que preservados os direitos de cópia e modificações.

² O Orkut (<http://www.orkut.com.br>) é uma rede social filiada ao Google, criada em 24 de Janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos. O nome é inspirado no projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco do Google. Esse tipo de sistema é chamado de rede social. O Orkut é a rede social com maior participação de brasileiros, com mais de 23 milhões de usuários.

³ MySpace (<http://www.myspace.com>) é um serviço de rede social que utiliza a Internet para comunicação *on-line* através de uma rede interativa de fotos, *blogs* e perfis de usuário. É a maior rede social dos Estados Unidos e do mundo com mais de 110 milhões de usuários. Inclui um sistema interno de *e-mail*, fóruns e grupos. MySpace é um *site* muito ativo, com novos membros entrando no serviço diariamente e novos recursos adicionados com frequência. A crescente popularidade do *site* e sua possibilidade de hospedar MP3s fez com que muitas bandas e músicos se registrassem, algumas vezes fazendo de suas páginas de perfil seu site oficial.

⁴ *Site* de hospedagem e compartilhamento de imagens fotográficas (e eventualmente de outros tipos de documentos gráficos, como desenhos e ilustrações), caracteriza-se também como rede social. O Flickr (<http://www.flickr.com>) permite aos seus usuários criarem álbuns para armazenamento de suas fotografias e entrarem em contato com fotógrafos de diferentes locais do mundo. No começo de 2005, o site foi adquirido pela Yahoo! Inc.

⁵ *Site* que permite que seus usuários carreguem, assistam e compartilhem vídeos em formato digital. O YouTube (<http://www.youtube.com>) foi fundado em fevereiro de 2005 e hospeda uma grande variedade de filmes, vídeos e materiais caseiros. O material encontrado no YouTube pode ser disponibilizado em *blogs* e *sites* pessoais através de mecanismos desenvolvidos pelo *site*. Em nove de outubro de 2006 o site foi comprado pelo Google.

Essa propagação de *sites* colaborativos vem provocando algumas modificações no cenário midiático e conseqüentemente influenciando nos setores econômico, político, social e cultural.

O conjunto dessas várias iniciativas deu origem à terminologia Web 2.0. Essa nova expressão designa a lógica de produção em redes abertas, onde qualquer usuário pode disponibilizar seus conteúdos. Essa noção difundida por O'Reilly (2005a) aponta para um segundo estágio da *internet*, e segue a lógica da nomenclatura das versões de programas de computador, que estaria sistematicamente sendo aperfeiçoados e atualizados. O próprio O'Reilly explica como surgiu a idéia inicial:

O conceito de "Web 2.0" começou com uma sessão de *brainstorming* realizada entre O'Reilly e *MediaLive International*. Dale Dougherty, pioneiro da *web* e vice-presidente de O'Reilly VP, observaram que longe de uma "quebra", a *web* era mais importante do que nunca, com novas aplicações excitantes e com websites com surpreendente regularidade. Ainda mais, as companhias que tinham sobrevivido ao colapso pareciam ter algumas coisas em comum. A queda das ponto.com poderia ser algum tipo de reviravolta crucial na *web*, de tal forma que uma tomada de ação tal como "Web 2.0" poderiam ter algum sentido? Nós concordamos com isso e assim nasceu a Conferência Web 2.0. (O'REILLY, 2005a, p. 1).⁶

Segundo essa visão, os modelos que norteavam a *internet* estavam se modificando e influenciando a forma como as pessoas concebiam a *web*. O'Reilly mostra a partir de várias experiências na *internet*, como algumas ferramentas estavam se modificando. No entanto, o termo cunhado por ele teve grande repercussão na mídia, tendo sido apropriado por várias empresas com o intuito de agregar valor ao produto, transmitindo assim uma imagem tecnológica ou de superioridade. Essa utilização excessiva é destacada pelo autor como um dos elementos que dificultam uma conceituação em torno do tema:

Em um ano e meio, o termo "Web 2.0" firmou-se claramente, com mais de com 9,5 milhões de citações no Google (dados coletados na *web* em setembro de 2005; 135 milhões de citações em fevereiro de 2007). Porém ainda existe uma enorme discordância sobre o que significa Web 2.0, existindo algumas críticas que afirmam que se trata simplesmente de uma palavra da moda, fruto do marketing, e sem sentido, no entanto outros aceitam como um novo paradigma. (O'REILLY, 2005a, p. 2).⁷

⁶ "The concept of 'Web 2.0' began with a conference brainstorming session between O'Reilly and MediaLive International. Dale Dougherty, web pioneer and O'Reilly VP, noted that far from having "crashed", the web was more important than ever, with exciting new applications and sites popping up with surprising regularity. What's more, the companies that had survived the collapse seemed to have some things in common. Could it be that the dot-com collapse marked some kind of turning point for the web, such that a call to action such as "Web 2.0" might make sense? We agreed that it did, and so the Web 2.0 Conference was born." (Tradução do autor).

⁷ "In the year and a half since, the term "Web 2.0" has clearly taken hold, with more than 9.5 million citations in Google (definition posted on the Web on September 2005; 135 million citations as of February 2007). But there's

A partir desses pontos destacados por O'Reilly podemos concluir que são várias as questões envolvidas quando se trata de categorizar e definir etapas de algo que iniciou de modo tão empírico como a colaboração na *internet*. O termo Web 2.0, que surgiu com o intuito de delimitar um novo período, terminou se tornando uma palavra vazia que pouco acrescentava concretamente e ainda detinha uma idéia evolucionista e de superação de um período.

Todos esses embates mencionados acima nos impulsionam a estudar com mais cautela um fenômeno tão recente, mas que remonta à própria lógica que norteou o crescimento da *internet*. Tentando nos livrar dos determinismos tecnológicos, procuraremos ir além dos *slogans* publicitários, para tentar formar uma conceituação sobre a comunicação colaborativa na *internet*.

Dentro do núcleo conceitual do trabalho, realizamos um levantamento dos estudos que estão sendo desenvolvidos no Brasil e no exterior, que procuram apresentar o tema e discuti-lo apontando novas chaves de leitura, como as propostas por: Bowman e Willis (2003), Chan (2002), Bruns (2003), Frago (2004; 2008), Gillmor (2005), Lemos (2005), Anderson (2006), Beiguelman (2006; 2008), Primo (2006), Moretzsohn (2007), Rebillard (2007), Cataffi e Zambrano (2008). Além dos pesquisadores que abordam especificamente o fenômeno da colaboração, procuramos expandir a questão, tentando pensar historicamente e conceitualmente como surgiram as práticas de colaboração. Para esse objetivo, utilizaremos Chartier (1998), Mattelart (1997), Flichy (2001), Lemos (2002), Musso (2003; 2006), Palacios (2004), Barbero (2006), Castells (2006), Gómez (2006).

Para analisar um fenômeno tão empírico, consideramos necessário elucidar as questões apontadas no núcleo teórico a partir da escolha metodológica do estudo de caso. Para isso optamos pelo website colaborativo Overmundo, que servirá com uma fonte de discussão do estado da prática.

Após essa discussão, atingiremos o núcleo conclusivo desta dissertação que tem como objetivo aprofundar a reflexão em torno da comunicação colaborativa, tentando explorar tanto o estado da arte como o da prática. O trabalho procura avançar a discussão, propondo uma revisão crítica dos atuais estudos e elucidando-os através do estudo de caso.

still a huge amount of disagreement about just what Web 2.0 means, with some people decrying it as a meaningless marketing buzzword, and others accepting it as the new conventional wisdom.” (Tradução do autor).

II Razões de Escolha do Tema

As discussões em torno da cibercultura emergiram junto com a popularização da *internet* e a sua consolidação como uma nova plataforma midiática. Nos primeiros estudos, o imaginário presente na rede mundial de computadores se polarizava entre o fascínio pela idéia de liberdade comunicativa e de produção de conteúdo e o alarde com a concretização da sociedade do controle, a perda da privacidade e uma maior vigilância da vida pessoal. As antípodas se justificam pela inspiração direta exercida pelas distopias e ficções científicas no mundo *hacker* e nas metáforas que inspiraram as próprias nomenclaturas utilizadas no ciberespaço.

O imaginário que cerca o conceito de rede e as metáforas sobre o início da *internet* têm o seu valor e importância, entretanto os últimos estudos realizados nesse campo apontam para uma perda do fascínio pelo novo, sendo substituído por uma visão centrada em experiências práticas, interessadas em encontrar os limites e as potencialidades do ciberespaço. É possível observar essa tendência nos últimos anos, principalmente pelo acúmulo de pesquisas sobre *sites*, interações mediadas por computador e novas ferramentas de comunicação.

Recentemente, um dos temas que vem provocando grandes discussões e deu ânimo às correntes mais entusiastas das novas mídias são as experiências de produção de conteúdo colaborativo na *internet*. Os diversos *websites* e plataformas para produção de notícia, disponibilização livre de obras artísticas digitalizadas e a construção de conteúdos de forma colaborativa parecem confirmar as previsões da formação de uma inteligência coletiva. Antoun (2008, p. 1) endossa essa tendência apontando que nos anos 90 tivemos uma concentração na temática que girava em torno das comunidades virtuais e nas transformações trazidas pelas primeiras páginas *web*. A partir do novo século, os estudos se voltaram para a Web 2.0, para a discussão enfocando a democratização da informação e para a construção coletiva do conhecimento. Além disso, os espaços colaborativos têm se mostrado um grande ponto de interseção entre as pessoas com mesmos interesses e um lugar para se testar novas formas de produzir e distribuir o conteúdo.

III Corpus da Pesquisa

A partir desse viés adotado na pesquisa, justifica-se a escolha do *website* colaborativo Overmundo. O Overmundo foi lançado ao público em março de 2006. O projeto foi concebido pelo Núcleo de Idéias Movimento (formado por Hermano Vianna, José Marcelo Zacchi, Alexandre Youssef e Ronaldo Lemos) e recebeu o financiamento da empresa Petrobras pelos mecanismos de incentivo fiscal do Programa Nacional de Apoio à Cultura/Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), do Ministério da Cultura. O projeto contou inicialmente com a participação de vários profissionais, de todo o país, envolvidos na área cultural. A arquitetura e a programação foram desenvolvidas pela empresa Tecnopop.



Figura 1 – Página inicial do Overmundo.

Fonte: Acervo pessoal.

O Overmundo fundamenta toda a sua produção a partir das práticas colaborativas promovidas pelos usuários. O processo é descentralizado e todo o encaminhamento e

gerenciamento é decidido pela participação e pelo crivo da comunidade de usuários registrados no *website*. Desta forma cada novo membro cadastrado é convidado a alimentar o conteúdo de notícias, música, artes visuais, fotografia, poesia, agenda cultural e guia da cidade. O caso reúne várias experiências participativas e possui uma grande diversidade de tipos de conteúdo. Outra peculiaridade é o processo de edição colaborativa, que insere mais um elemento, ampliando a discussão sobre as mudanças na forma de produzir conteúdo na *internet*.

O *website* vem ganhando novos colaboradores a cada dia e contribuindo para criar um panorama artístico e cultural nacional, tendo em vista que qualquer pessoa do país pode colaborar e apresentar a realidade da sua cidade e da sua região.

O caso escolhido é relevante na atual conjuntura político-social e na discussão de questões estruturais da gestão de tecnologia do País. Conforme apresenta Lemos e Rezende (2005), no artigo que explicita a posição do Brasil no cenário mundial da tecnologia:

O Brasil assumiu a posição de líder entre os países em desenvolvimento afirmando seu direito de escolher os sistemas FOSS e o direito dos seus cidadãos de se expressar e ter acesso ao conhecimento. No último fórum social mundial, em Porto Alegre, o ministro da cultura, Gilberto Gil, se declarou um *hacker*, fazendo alusão à filosofia *hacker* de liberdade de informações e de apropriação criativa das tecnologias numéricas. (LEMOS; REZENDE, 2005, p. 203).⁸

O estudo de caso permitirá investigar questões pertinentes à contemporaneidade, aos aspectos teóricos e práticos da difusão e da produção da informação.

Considerando as questões apresentadas acima, emerge o problema central que norteia a pesquisa.

IV Problema

Quais são as mudanças nos modelos de produção e edição de conteúdo a partir das experiências de comunicação colaborativa na *internet*?

⁸ “Le Brésil a pris en main la position de leader entre les pays en développement en affirmant son droit de choisir des systèmes FOSS et le droit de ses citoyens d'exprimer et d'accéder à la connaissance. Dans le dernier Forum Mondial Social, à Porto Alegre, le ministre de la culture, Gilberto Gil s'est déclaré un hacker, en faisant allusion à la «philosophie» hacker de liberté d'informations et d'appropriation créative des technologies numériques.” (Tradução do autor).

V Objetivos

Objetivo Geral

Mapear os estudos sobre as práticas midiáticas, aplicando-os à comunicação colaborativa, confrontando teorias e sua possível adaptação às novas formas de mediar a informação na *internet*.

Objetivos Específicos

- a) Apresentar os estudos que abordam o fenômeno da comunicação colaborativa e procurar fazer uma revisão crítica, apontando as limitações e as qualidades dos trabalhos investigados;
- b) Descrever os processos de produção e edição de conteúdos colaborativos;
- c) Analisar o Overmundo, identificando suas características principais e relacionando-as com o núcleo teórico exposto ao longo da dissertação.

VI Metodologia de Análise

A metodologia proposta neste trabalho envolve o horizonte teórico e o prático. No âmbito conceitual, confrontaremos a recuperação do estado da arte que se detém às práticas midiáticas na *internet* e aprofundam os processos colaborativos, relacionado-a com os dados obtidos no estudo de caso.

A escolha do método de estudo de caso se deve ao fato de ser a forma ideal para uma investigação empírica de um “fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real” (YIN, 2001, p. 32). O caso a ser estudado reúne uma gama complexa de informação, um número grande de efetivos colaboradores e uma abrangência que permitirá ilustrar e oferecer um vasto campo de pesquisa para o objetivo da dissertação.

Através da análise dos dados e dos processos presentes no caso escolhido, será possível fazer uma descrição detalhada de todas as relações presentes na dinâmica que

envolve a difusão e a produção da informação. O caso propicia uma análise de novos paradigmas, visto que o modelo adotado pelo *website* colaborativo não se baseia em nenhum formato estabelecido pelos grandes veículos de comunicação.

A partir do estudo, será possível esclarecer e modificar conceitos, objetivando a construção de hipóteses sobre um aspecto ainda recente nos estudos da cibercultura e da contemporaneidade. Além disso, poder-se-á “propor explicações concorrentes para o mesmo conjunto de eventos e indicar como essas explicações podem ser aplicadas a outras situações” (YIN, 2001, p. 23).

Tendo em vista a afirmação de Yin (2001), podemos justificar a escolha desse método de estudo de caso a partir dos seguintes critérios:

- A) O objeto de análise escolhido é recente e poucas reflexões foram feitas ao seu respeito, o que poderia configurar uma pesquisa pertinente e inédita, abordando questões que cada vez mais estarão presentes no nosso cotidiano.
- B) A possibilidade de livre acesso ao conteúdo publicado no *website* possibilita que a pesquisa decorra com fluência.
- C) O fato de o objeto ser um suporte inteiramente virtual permite um eficiente contato com os colaboradores, os visitantes e a equipe gestora, que serão fontes de informação para a pesquisa.

Considerando a natureza do método, é esta a opção metodológica mais apropriada para observação do fenômeno proposto na presente dissertação. Através desta análise do caso escolhido será possível compreender melhor os processos em questão e contribuir para a discussão em torno das mudanças na comunicação oriundas da comunicação colaborativa na *internet*.

VII Organização dos capítulos da dissertação

A estrutura da presente dissertação visa dar conta da evolução dos conceitos em torno da colaboração e das práticas que estão se consolidando. Além da introdução, esta dissertação terá quatro capítulos, sendo dois dedicados ao panorama teórico, um à análise do corpus da pesquisa e um à conclusão.

No Capítulo 1 buscaremos entender os diversos aspectos que estão relacionados com essa problemática de maneira mais direta, e as questões mais implícitas e as discussões que vem à tona quando abordamos esta temática. Dentro dessa parte, tentaremos chegar a uma breve genealogia da colaboração, procurando entender como ela se insere dentro da própria lógica que propiciou o desenvolvimento da *internet*. Dando continuidade a essa linha, tentaremos extrapolar o limite da *internet* e pensar como essa dimensão também esteve presente em outras mídias em outros períodos históricos.

O segundo capítulo responde aos questionamentos lançados anteriormente, procurando aprofundar questões que estão relacionadas aos processos colaborativos. Nessa parte, vamos conceituar o assunto central tratado nesta dissertação, tentando mapear o estado da arte sobre o tema, pontuando, sobretudo, os livros e os artigos relacionados diretamente aos projetos colaborativos, e também outras publicações que abordam a problemática tratada. Ainda nesta parte tentaremos fazer uma revisão crítica da então chamada Web 2.0, propondo uma revisão do fenômeno.

A abordagem dos objetos empíricos inicia no terceiro capítulo. Nessa parte realizaremos uma tipologia com as características do *sites* colaborativos e suas especificidades. Procuraremos, também, estabelecer as relações entre eles, seus limites e potencialidades, podendo enquadrar e ver a dimensão dessas experiências. Esse enquadramento nos ajudará no estudo de caso, possibilitando sistematizá-lo dentro de um contexto, atentando para as peculiaridades. No Capítulo 3 vamos apresentar, também, o estudo de caso relativo ao *website* colaborativo Overmundo. Nossa observação se concentra na análise do campo de produção de conteúdo. Dentro desse universo, estudaremos aspectos relacionados ao processo de produção e edição colaborativa no Overmundo.

Após percorrer essas etapas ao longo da dissertação, traremos as considerações finais da pesquisa realizada. Realizaremos uma recuperação das principais questões abordadas no trabalho, críticas aos conceitos mais importantes e uma contextualização da contribuição do trabalho para os estudos no campo da comunicação.

1. MAPEANDO O HORIZONTE DA COLABORAÇÃO

A comunicação colaborativa na *internet* é um tema intrinsecamente ligado ao atual momento histórico no qual vivenciamos o crescimento das redes de comunicação cada vez mais ubíquas e disseminadas. No entanto, para entender as origens da colaboração se faz necessário um estudo interligando questões importantes relacionadas as pesquisas sobre as tecnologias da informação e da comunicação (TIC).

Neste capítulo, procuramos ampliar a discussão sobre a comunicação colaborativa, não nos concentrando apenas sobre o momento contemporâneo e a *internet*. Para expandir o tema central da dissertação, abordaremos discussões importantes para entender o contexto colaborativo como a questão da técnica, o imaginário e a mídia na contemporaneidade. Realizaremos, também, uma breve genealogia da colaboração, observando em diferentes épocas e em outras mídias como a dimensão participativa se manifestava.

1.1 A técnica e o triunfalismo tecnológico

A palavra técnica é de origem grega e pode ser traduzida por arte (LEMOS, 2002, p. 28). A origem da conceituação sobre a técnica remonta aos filósofos gregos. Para eles a *tekhnè* representava as atividades práticas, que se estendiam desde a elaboração das leis, passando pela arte do artesão, do médico, indo até as artes plásticas (consideradas por eles a mais elevada expressão da tecnicidade humana). “*Tekhnè* é um conceito filosófico que visa descrever as artes plásticas, o saber fazer humano em oposição a outro conceito chave, a *phusis*, ou o princípio de geração das coisas naturais” (LEMOS, 2002, p. 28-29). *Tekhnè* e *phusis* fazem parte do processo de surgimento das coisas, a passagem da ausência à presença, a esse fenômeno os gregos denominavam *poièsis*. A natureza (*phusis*) seria autopoietica, pois dentro dela guarda os mecanismos da auto-reprodução.

As narrativas míticas (Prometeu, Dédalo, Ícaro, Hefaísto, Atenas, Pandora...) influenciaram bastante o imaginário dos gregos. Eles compreendiam o homem como o ser da técnica, criando uma concepção onde a antropogênese coincide com a tecnogênese. A técnica representaria a imitação e a violação da natureza e a *phusis* violaria os limites sagrados impostos pelos deuses aos homens. “A *tekhné* é, assim, ao mesmo tempo inferior à natureza, à contemplação filosófica, sendo também um instrumento de transgressão do espaço sagrado imposto pelos deuses. Esta concepção marcará profundamente nossa atual visão da tecnologia” (Ibid., p. 30).

Prometeu é um titã grego que juntamente a Minerva roubam o fogo dos deuses, fato que garantiu a superioridade dos homens sobre os outros animais. Esse episódio da mitologia representa a sede de conhecimento do homem e a vontade de compartilhá-lo livremente. A captura do fogo exclusivo das divindades tem uma ligação com a refuncionalização e a vontade de democratizar o acesso ao saber e ao poder. Alguns desses elementos mencionados aqui podem ser encontrados nos discursos da contracultura que originaram o surgimento da *internet* e no imaginário que circunda a idéia de colaboração.

Gilbert Simondon foi um dos filósofos da técnica do século XX e um dos responsáveis por instituir uma perspectiva “quase biológica da tecnicidade humana” (Ibid.). Segundo ele, a tecnologia na modernidade tem como característica principal a utilização das máquinas que vão paulatinamente afastando o homem da manipulação dos instrumentos, aspecto central da *tekhnè*. A máquina para Simondon seria a principal responsável pela sensação contemporânea de que a tecnologia não faz parte da cultura humana. O filósofo questiona essa visão e se propõe a fundar uma verdadeira tecno-logia (um *logos* da *tekhnè*), ou seja, uma filosofia dos mecanismos. A esse campo do conhecimento dá-se o nome de mecanologia. Lemos define a relação com os objetos técnicos:

O modo de existência dos objetos técnicos, que vai caracterizar a tecnologia contemporânea corresponde a uma lógica interna, um caráter genético do desenvolvimento das técnicas primitivas. [...] na modernidade, o homem não é mais verdadeiramente um simples inventor, mas operador de um conjunto maquínico que evolui segundo uma lógica interna própria (a tecnicidade). A aparição de objetos técnicos engendra, então, um processo permanente de naturalização dos objetos e da objetivação da natureza (na construção de uma segunda natureza artificial, a tecnosfera). (Ibid., p. 33).

É importante fazer algumas considerações sobre como as questões ideológicas se interligam com aspectos da cibercultura, a utilização da técnica e a lógica das redes de comunicação. Musso (2006) reflete como a *internet* reaviva a idéia de um mundo conectado e construindo uma idéia de “cérebro planetário” de “inteligência coletiva”. Ele elucida como a técnica exerce um papel central na atual sociedade:

A técnica desempenha o papel simbólico em nossas sociedades desencantadas. Assim, a rede se tornou um atraidor, contribuindo para um reecantamento buscado nas utopias tecnológicas. A rede, e seu cortejo de metáforas, está no centro desses novos dispositivos de comunicação. (MUSSO, 2006, p. 191).

Musso (2006) comenta que três redes técnicas estruturaram a comunicação no século XX: a rede de radiodifusão, a rede teleinformática e a de telefonia ponto a ponto. “O ciberespaço recupera essa ‘santa trindade’ para valorizar a figura da rede telemática do tipo *internet*, como modelo de conexão livre e igualitária” (Musso, 2006, p. 205). Um dos aspectos importantes sobre essa questão é a convergência entre o “desencanto do mundo” e o esvaziamento da religião e a criação das grandes redes técnicas modernas: ferrovia, telégrafo e elétrica. Essas redes, que surgem na passagem entre os séculos XVIII e XIX “como a resposta prometética que seria o advento do mundo moderno liberado de sua referência supranatural”, nos deslumbram e reencantam o mundo até os dias atuais.

Habermas (1983) enfatiza a influência da institucionalização do progresso científico e técnico na racionalização da sociedade. E a secularização e o desenfeitiçamento são a contrapartida direta desse processo de agir social. As reflexões de Habermas fazem uma referência ao artigo de Marcuse, *Industrialização e Capitalismo na Obra de Max Weber* (1998), de 1964. Nesse trabalho Marcuse faz uma crítica ao pensamento weberiano e a “razão técnica”. Segundo ele, a técnica não pode estar dissociada do contexto social e sua aplicação está intrinsecamente ligada à ideologia do grupo social dominante. Marcuse expressa efusivamente as suas idéias sobre a racionalidade técnica e afasta o pensamento de uma neutralidade dos processos tecnológicos:

O conceito de razão técnica talvez seja ele próprio ideologia. Não somente sua aplicação mas já a técnica ela mesma é dominação (sobre a natureza e sobre os homens), dominação metódica, científica, calculada e calculista. Determinados fins não são impostos apenas "posteriormente" e exteriormente à técnica — mas eles participam da própria construção do

aparelho técnico; a técnica é sempre um projeto sócio-histórico; nela encontra-se projetado o que uma sociedade e os interesses nela dominantes pretendem fazer com o homem e com as coisas. Uma tal "finalidade" da dominação é "material", e nesta medida pertence à própria forma da razão técnica. (MARCUSE, 1998, p. 132).

Os impactos sociais da técnica e a crítica às visões simplistas seja pelo lado do triunfalismo seja pela fobia às alterações causadas pela utilização das tecnologias foi bem conceituada por Lévy (2000, p. 26):

Uma técnica não é boa, nem má (isto depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que ela é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e do outro fecha o espectro de possibilidades). Não se trata de avaliar seus "impactos", mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer com ela.

Apesar da abordagem precisa sobre o caráter relativo, porém não neutro, que a técnica pode adquirir, sua explicação nos alerta para uma questão crucial. É evidente que a técnica por si só não tem poderes absolutos. Ela condiciona, formata, porém pode ser mobilizada de múltiplas formas. A questão crucial parece ser justamente como a nossa sociedade está manipulando a técnica e suas conseqüências e impactos.

Lévy (2000) propõe uma distinção entre o aspecto condicionante e determinante da técnica. Para ele, a técnica é produzida dentro de uma cultura e a sociedade encontra-se condicionada por ela. Com isso, podemos compreender que a técnica, mesmo não determinando, possui um papel fundamental em alguns contextos sociais e culturais. Mas ele faz um alerta quanto à má interpretação do lugar ocupado pela técnica:

[...] acreditar em uma disponibilidade total das técnicas e de seu potencial para indivíduos ou coletivos supostamente livres, esclarecidos e racionais seria nutrir-se de ilusões. Muitas vezes, enquanto discutimos sobre os possíveis usos de uma dada tecnologia, algumas formas de usar já se impuseram. (LÉVY, 2000, p. 26).

Com esta afirmação uma importante questão é trazida pelo autor: a apropriação das tecnologias pela sociedade. Muitas vezes, ao estudar a técnica, se restringe a discussão a aspectos meramente técnicos ou ferramentais, deixando de lado a importância que a sociedade e a apropriação dada a ela no cotidiano têm na sua disseminação e na sua própria evolução.

Nesse contexto, formado por disputas de poder, interesses políticos e econômicos, as visões sobre as práticas de comunicação na *internet* se alternam entre o triunfalismo tecnológico e a descrença com os novos meios digitais. Wolton (2003, p. 138) defende que a *internet* vem sendo tratada como um “mito de um sistema de informação infinito e gratuito, livre de todas as problemáticas de poder, inverdades e erros”. A reflexão de Wolton é importante para compreender os limites e as potencialidades das experiências comunicativas na rede. Vale ressaltar que a afirmação do autor se dirige às correntes mais utópicas da Cibercultura. Alguns autores contemporâneos, como Antoun (2008), Lemos (2007), Primo (2006) e Palacios (2004), apresentam uma superação dessa visão utópica em relação à *internet*, por uma leitura crítica sobre o tema.

O problema supracitado também está presente em Palacios (2003, p. 20-21) ao destacar as falhas do determinismo tecnológico que apontam para a superação dos meios tradicionais:

Faz-se necessário um aprofundamento da compreensão teórica das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC), visando à eliminação da falsa oposição algumas vezes criada entre as chamadas Mídias Tradicionais ou de Massa e as NTC, que tem levado, em alguns casos, a uma visão evolucionista bastante simplista e à afirmação de um certo triunfalismo tecnológico.

Palacios (2004) faz uma crítica a autores renomados no campo da cibercultura como Pierre Lévy e Nicolas Negroponte que carregam uma filosofia tecno-determinista dentro do seu discurso sobre a influência da tecnologia na sociedade contemporânea. O autor nos adverte contra as visões mais simplistas e propõe uma forma de análise dos formatos mediáticos emergentes:

Entendido o movimento de constituição de novos formatos mediáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, “em convivência” (e complementação) no espaço mediático. (PALACIOS, 2003, p. 22).

Sobre estes embates relacionados à técnica e mais especificamente à cibercultura, Lemos (2002) aponta a existência de três correntes: neo-ludismo, tecno-utopia e tecnorealismo. Para esse autor, o imaginário da cibercultura é permeado por uma polarização

entre o medo e a fascinação. O embate se concentra, sobretudo, entre os grupos chamados de neo-luditas (contra a euforia tecnológica) e os tecno-utópicos (promotores da euforia).

“A cibercultura contemporânea vai acirrar a ambigüidade ancestral que está na origem do fenômeno técnico” (LEMOS, 2002, p. 268). Lemos contextualiza o embate ente neo-luditas e tecno-utópicos no âmbito da academia. Para ele, existe um confronto entre os intelectuais que associam uma postura crítica a uma visão negativa da tecnologia (Virilo, Baudrillard, Shapiro, Postman) e aqueles ditos utópicos que vêem a tecnologia com um enorme potencial emancipatório, fonte de criação, inteligência coletiva e de resgate comunitário (Lévy, Negroponte, Rheingold).

Os neo-luditas se inspiraram no movimento *Luddittes* organizado por operários ingleses do séc. XIX, responsáveis por invadir fábricas e destruir máquinas, alegando que elas substituíam a mão-de-obra humana. Liderados por Ned Ludd (que deu nome ao movimento), as ações duraram aproximadamente cinco anos, tendo iniciado em Nottingham (1811). Após a primeira cidade, a revolta se espalhou por Yorkshire e Lancashire, durando até 1816, ano em que começou a enfraquecer. Os neo-luditas atualizam essa problemática e assumem uma postura contra os avanços tecnológicos, alertando para o seu potencial destruidor.

Com um intuito de propor uma terceira via, que possa equilibrar as antípodas acima citadas, surge o movimento Tecnorealista. A idéia surgiu no dia 12 de março de 1998 a partir de um encontro entre 12 escritores e intelectuais no bistrô *Les Deux Gamins* em Nova York. O movimento surgiu de um documento proposto por Andrew Shapiro, David Shenk e Steven Johnson. O grupo mantém um *site*⁹ onde é possível ler o manifesto tecnorealista. O texto é composto por oito princípios que formam a base para a crítica das correntes mais extremistas. Dentre os tópicos podemos destacar algumas questões centrais como: a tecnologia não é neutra; a *internet* é revolucionária, mas não utópica e informação não é conhecimento.

As opiniões dos tecnorealistas suscitaram várias reações no ciberespaço, como o *site* “tecnossentimentalismo” que fazia uma paródia do movimento, e o artigo “tecnossurrealismo”, de R. U. Sirius¹⁰, “tentando mostrar o delírio da imposição do realismo” (LEMOS, 2002, p. 273). Lemos critica diversas proposições dos Tecnorealistas e aponta algumas lacunas no seu discurso. Primeiramente, esse movimento se propõe a ser planetário, mas é nitidamente norte-americano, pois seus questionamentos surgem da crítica à conjuntura

⁹ <http://www.technorealism.org/>

¹⁰ O pseudônimo tem um caráter irônico, pois ao ser pronunciado ele se assemelha à frase interrogativa “*Are you serious?*”, que pode ser traduzida como “Está falando sério?”.

social norte-americana. Para o autor, os tecnorealistas pretendem “instaurar um ‘racionalismo realista’ com a pretensão de criar um consenso” (Loc. cit.). Lemos afirma que o grupo não acrescenta nenhuma novidade do ponto de vista epistemológico e seu manifesto recai na obviedade. Ele ainda acrescenta que, se analisarmos os autores tecnorealistas, iremos perceber uma forte semelhança com os neo-luditas. O autor finaliza a questão: “o movimento tecnorealista foi formado por ‘neo-ludittes reformados’ que, sem querer aderir à crítica radical, e reconhecendo certos benefícios das novas tecnologias, pretendem-se hoje realistas” (Ibid., p. 276).

Para fechar o quadro das correntes do pensamento da cibercultura apresentado pelo autor, abordaremos o tecnossurrealismo. Para se contrapor à euforia do tecnorealismo, R. U. Sirius, *ciberpunk*¹¹ convicto e editor da revista Mondo 2000¹², criou o movimento tecnossurrealista. A crítica irônica de Sirius constitui mais uma provocação do que um movimento organizado com objetivos específicos, e tem como intuito desmistificar a idéia de um tecnorealismo. “O real problema da cibercultura está no tecnossurrealismo dos que acreditam em tudo e dos que não acreditam em nada” (LEMOS, 2002, p. 277).

1.2 Uma breve genealogia da comunicação colaborativa e seu imaginário

Nesta parte da dissertação, realizaremos uma breve genealogia da comunicação colaborativa. Nossa abordagem procura traçar uma linha histórica sobre como a dimensão colaborativa está presente na formação da comunicação. Para tanto, vamos fazer um recuo histórico que nos permita observar como a dimensão colaborativa esteve presente muito antes do surgimento da *internet*.

¹¹ O termo formado da junção entre as palavras cibernética e *punk* denomina um sub-gênero de ficção científica que associa tecnologias digitais, psicodelismo, tecno-marginais, ciberespaço, *ciborgues* e poder mediático e político dos grandes conglomerados para criar seu universo. O livro de William Gibson, *Neuromancer*, publicado em 1984, foi um marco deste estilo literário. A partir deste horizonte estético, oriundo desse tipo de ficção científica, surge uma cultura *cyberpunk* que se inspiravam na idéia do “faça você mesmo” herdado do *punk* e da contracultura, aliando a tecnologia a uma visão distópica do presente.

¹² Foi uma revista sobre cibercultura publicada na Califórnia entre as décadas de 1980 e 1990. Ela cobria temas *cyberpunks* como realidade virtual, *ciborgues*, drogas psicodélicas, entre outros. Mondo 2000 tinha um caráter anárquico e subversivo.

A abordagem desta seção nos permitirá observar as mutações da dimensão colaborativa ao longo da história e como ela foi adaptada em vários meios de comunicação. Vamos investigar, também, o imaginário presente nas práticas colaborativas. Como não existe uma acumulação de estudos que investiguem especificamente a comunicação colaborativa, vamos tentar elucidar essa questão a partir de reflexões de outros autores que se aproximam do nosso tema central. Os autores Chartier (1998), Mattelart (1997), Flichy (2001) e Musso (2003; 2006) formarão o corpo teórico para aprofundar estes aspectos.

No livro *L'invention de la communication*¹³, Mattelart (1997) procura lançar um novo olhar sobre o campo da comunicação, tentando traçar um percurso histórico da invenção da comunicação. O autor resume o desafio do livro:

A invenção da comunicação é um convite a percorrer um traçado diferente daquele que baliza a comunicação na sua modalidade midiática. A comunicação será utilizada aqui numa visão mais abrangente, englobando os múltiplos circuitos de trocas e de circulação de bens, de pessoas e de mensagens. (MATTELART, 1997, p. 8)¹⁴.

A utilização dada à palavra “comunicação” por Mattelart (1997) tem um caráter abrangente, não se restringindo apenas ao aspecto midiático do termo. O autor inicia sua discussão sobre a invenção da comunicação a partir da definição dada por Denis Diderot¹⁵ no artigo dedicado à comunicação na *Encyclopédie*, em 1753. Segundo Mattelart, a tentativa de definição realizada por Diderot já apontava para uma grande quantidade de acepções da palavra comunicação. Outra constatação importante é que o termo integrava o vocabulário de vários campos do conhecimento (literatura, física, teologia, ciência das fortificações). No entanto, toda a polissemia observada reiterava constantemente a idéia de partilha, comunidade¹⁶ e contato (MATTELART, 1997).

¹³ O título do livro pode ser traduzido como “A invenção da comunicação”.

¹⁴ “L'invention de la communication est une invite à parcourir un tracé différent de celui que balise la communication dans sa modalité médiatique. La communication sera ici prise dans une vision plus large, englobant les multiples circuits d'échanges et de circulation des biens, des personnes et des messages”. (Tradução do autor).

¹⁵ Denis Diderot (1713-1784) foi um escritor, filósofo e enciclopedista francês. Um dos seus mais importantes trabalhos foi a realização da primeira enciclopédia francesa (*Encyclopédie*), entre 1751 e 1772, juntamente com Jean Le Rond d'Alembert.

¹⁶ O aspecto comunitário da *internet* é uma questão importante na discussão sobre a rede, no entanto, o presente trabalho não tem por objetivo aprofundar este ponto. Para estudar este tema, aconselhamos a leitura de *Comunidades Virtuais* (RHEINGOLD, 1996) e *Comunidades Imaginadas* (ANDERSON, B., 20005). O primeiro aborda a formação das primeiras comunidades na *internet* e o segundo os processos sociais envolvidos na formação de uma idéia de comunidade.

Em outro trabalho, Mattelart (apud REBILLARD, 2007) mostra que o imaginário de uma participação igualitária no campo da produção estava presente muito antes do surgimento da *internet*. Ele destaca que no fim do séc. XVIII os revolucionários da convenção (revolução francesa) viam no telégrafo óptico, inventado por Claude Chappe, um meio a serviço das grandes repúblicas democráticas (MATTELART apud REBILLARD, 2007, p. 84).

No início do séc. XX, o romancista norte-americano Jack London comentava sobre as capacidades emancipatórias do cinema. Para o artista, o cinema poderia destruir as barreiras da pobreza, que limitavam a educação, e distribuir o conhecimento numa linguagem que todos poderiam compreender. “Por este meio mágico, os extremos da sociedade se aproximam de uma vez em direção ao inevitável reequilíbrio da condição humana” (MATTELART apud REBILLARD, 2007, p. 84)¹⁷. Em 1994, o vice-presidente dos Estados Unidos da América, Al Gore, apresentava um projeto das “*autoroutes de l’information*”¹⁸ como um serviço de comunicação instantânea para a humanidade, que se assemelharia a uma conversa global na qual cada pessoa teria liberdade de se expressar.

A partir dessa leitura lançada por Mattelart, podemos perceber que o imaginário de liberdade, igualdade e participação acompanhou o desenvolvimento dos meios de comunicação. Constatamos que, a partir do surgimento de um novo meio, estes parecem ter o poder de reavivar as utopias libertárias, depositando sobre uma tecnologia desejos que não podem ser obtidos de forma tão imediata, devido à complexidade dos elementos sociais nele envolvidos.

Musso (2003; 2006) aprofunda a importância das redes de comunicação na sociedade e o papel delas na difusão de uma utopia tecnológica. Segundo ele, a primeira representação empírica da rede remete à idéia de um conjunto de linhas, interconexões e caminhos, onde “[...] cada linha conduz a vários nós ou interseções e, reciprocamente, um nó agrupa várias linhas ou caminhos”¹⁹ (MUSSO, 2003, p. 12). Para o autor, a rede produz uma representação feita de linha e pontos, cruzamentos e caminhos. A imagem se estende inclusive às formas observadas na natureza, como por exemplo, a teia de aranha, uma imagem reticular presente na terminologia *Web* (*World Wide Web* ou teia de alcance mundial).

¹⁷ “Par ce moyen magique, les extrêmes de la société se rapprochent d’un pas vers l’inévitable rééquilibrage de la condition humaine”. (Tradução do autor).

¹⁸ O termo original em inglês é “*information superhighway*” e pode ser traduzido em português como “auto-estradas da informação” ou “infovias”.

¹⁹ “[...] chaque ligne conduit à plusieurs noeuds ou intersections et réciproquement, un noeud rassemble plusieurs lignes ou chemins”. (Tradução do autor).

O autor afirma que, quando utilizamos a palavra rede, evocamos sua capacidade de ser “intermediária”. O prefixo “inter” designa a relação de troca e a função de passagem. Sobre a rede o autor comenta: “sua substância é a relação, ao mesmo tempo como ser intermediário e como passagem, visto que ela é considerada em dinâmica”²⁰ (MUSSO, 2003, p. 13). Musso destaca que a força da idéia da rede está na ligação entre o imaginário e as técnicas reticulares. “A rede tem a grande vantagem de permitir formatar uma explicação do múltiplo e do complexo, ela oferece uma «razão gráfica». Sem esse conjunto de imagens, a rede perderia sua eficácia”²¹ (MUSSO, 2003, p. 19).

Nos seus estudos sobre as redes de comunicação, Musso aprofundou em vários trabalhos a importância dos sansimonistas e de sua utopia reticular. Claude-Henri de Saint-Simon (1760-1825) criou “a teoria da nova visão ‘biopolítica’ da rede opondo dois sistemas sociais identificados, um à rede de fiscalização, o sistema ‘feudal-militar’, e o outro, à circulação generalizada dos fluxos dentro da sociedade, o ‘sistema industrial’” (MUSSO, 2006, p. 211-212). A análise da passagem de um sistema social ao outro deu origem ao conceito moderno de rede.

“Segundo Saint-Simon, a rede pode englobar formas variadas, ao mesmo tempo sólida, fluida e estado intermediário entre as duas. Surpreendente plasticidade da figura da rede que pode assumir diversas formas: um estado, seu inverso e a passagem de um estado a outro” (MUSSO, 2006, p. 212). A partir dessa lógica de rede, Saint-Simon fundou uma “ciência política” e uma nova religião.

O pensamento sansimoniano permitia pensar no campo político a passagem de um sistema presente ao sistema futuro. Segundo Saint-Simon, as redes deveriam favorecer a circulação dos bens na sociedade como condição para atingir a transformação social. O estabelecimento do sistema industrial representava para Saint-Simon uma obra divina e o símbolo do “Novo cristianismo”. Musso detalha as bases dos princípios religiosos sansimonianos:

Nesse “Novo Cristianismo”, a comunhão se realiza no trabalho dos associados aplicado a todo o planeta, para a fecundação da natureza com as redes de comunicação. Para o trabalho dos irmãos associados, o planeta pode ser reconfigurado com um organismo ideal composto de redes artificiais que

²⁰ “[...] sa substance est la relation, à la fois comme être intermédiaire et comme «passage», lorsqu’il est considéré en dynamique.” (Tradução do autor).

²¹ “Le réseau a l’immense avantage de permettre une mise en forme explicative du multiple et du complexe, il offre une «raison graphique». Sans cette imagerie, le réseau perdrait de son efficacité [...]”. (Tradução do autor).

o metamorfoseiam. A prática religiosa sansimonista consiste em traçar sobre o corpo da França e do planeta, isto é, sobre o seu território, redes para garantir a circulação de todos os fluxos dentro da sociedade. (Ibid., p. 213).

Segundo Musso, a rede simboliza a união de três elementos da religião sansimonista: a associação, a comunicação e a comunhão. O autor lança um olhar crítico ao culto contemporâneo à rede:

A cibercultura e os evangélicos contemporâneos da *internet* e do ciberespaço nada mais fazem do que reativar essa simbólica moderna (e não 'pós-moderna'), a partir do seu fetichismo da rede. O culto da rede técnica foi ativamente elaborado pelos discípulos de Saint-Simon, nos anos 1830-1860, na Europa. A rede encontra, assim, no discurso sansimonista seu mito moderno identificando-o a uma revolução social e democrática. (MUSSO, 2006, p. 214).

Musso, a partir da sua crítica à rede, nos permite compreender como o imaginário reticular influencia até hoje nossa visão sobre o ciberespaço e a *internet*. As idéias sansimonistas de associação, comunicação e comunhão podem ser visualizadas dentro da comunicação colaborativa na *internet*, mesmo que transformadas e adaptadas aos novos contextos. Todo discurso da participação na *internet* está ancorado na idéia de estabelecer comunicação, produzir conjuntamente (associação) e compartilhar informações (comunhão).

Chartier (1998) analisa as mudanças ocorridas ao longo da história do livro desde os tempos dos manuscritos, passando pelo surgimento da impressão, até os livros digitalizados. O objetivo do autor é fazer uma revisão crítica da literatura que deposita nos períodos de transformação do suporte (manuscrito para o impresso; impresso para o digital) uma força revolucionária. Para realizar tal desafio, Chartier observa os períodos de transição de suporte, procurando encontrar as continuidades existentes no processo de mudança.

O autor elucida algumas questões sobre a passagem dos manuscritos para a cultura impressa:

Há portanto uma continuidade muito forte entre a cultura do manuscrito e a cultura do impresso, embora durante muito tempo se tenha acreditado numa ruptura total entre uma e outra. Com Gutenberg, a prensa, os tipógrafos, a oficina, todo um mundo antigo teria desaparecido bruscamente. Na realidade, o escrito copiado à mão sobreviveu por muito tempo à invenção de Gutenberg, até o século XVIII, e mesmo o XIX. Para os textos

manuscritos, cuja existência devia permanecer secreta, a cópia manuscrita continuava sendo a regra. (CHARTIER, 1998, p. 9).

Seguindo a linha de pensamento de Chartier, podemos constatar que a transição de suporte midiático não é algo tão simples. Essa mutação traz uma série de mudanças culturais e sociais, e o seu êxito está intimamente ligado à apropriação social das “novas” técnicas emergentes. Observamos, também, que os discursos atrelados aos períodos de transformações carregam sempre um imaginário de “revolução”, que termina por aniquilar os períodos anteriores, instalando, assim, uma “nova era”. Os discursos revolucionários não se restringem ao campo intelectual e influenciam várias idéias correntes, inclusive, o senso comum.

Ao analisar as transformações no suporte do livro, Chartier percebe ligações entre a mídia digital e os manuscritos:

O leitor da tela assemelha-se ao da Antiguidade: o texto que ele lê corre diante dos olhos; é claro, ele não flui tal como o texto de um livro em rolo, que era preciso desdobrar horizontalmente, já que agora ele corre verticalmente. De um lado, ele é como o leitor medieval ou o leitor do livro impresso, que pode utilizar referências como a paginação, o índice, o recorte do texto. Ele é simultaneamente esses dois leitores. Ao mesmo tempo, é mais livre. O texto eletrônico lhe permite maior distância com relação ao escrito. (CHARTIER, 1998, p. 13).

A partir da argumentação de Chartier podemos observar uma nítida mudança na relação entre o computador e o usuário. Na época em que o autor escrevia esse livro (1998), a dimensão tátil da informação era pouco presente. Em um período de 10 anos, vivenciamos uma explosão de aparelhos digitais que se utilizam do toque para manipular informações. As ferramentas de toque na superfície na tela retomam uma dimensão física encontrada na relação do leitor do manuscrito e do livro impresso, dentro de um suporte digital. Esse fato nos permite visualizar como a tecnologia passa por um movimento contínuo de desenvolvimento, onde aspectos atualmente obsoletos podem ser retomados e readaptados aos novos cenários.

É possível traçar alguns paralelos entre as idéias expostas por Chartier e a cultura colaborativa na *internet*. Especificamente sobre a participação no campo da produção, Chartier destaca a ampliação do papel do crítico no fim do século XVII. A partir da multiplicação das cópias dos livros, vislumbrou-se a possibilidade de cada leitor ser um

crítico, fora das instituições oficiais e das academias. Sobre esse “sonho” iluminista de democratizar o campo da crítica, Chartier comenta:

Esta idéia afirma-se através de novos periódicos, como o *Le Mercure Galant*, que levam em grande conta as cartas que lhe dirigem seus leitores. O leitor reage aos artigos do periódico e envia suas próprias opiniões. Evidentemente, as redes eletrônicas ampliam esta possibilidade, tornando mais fáceis as intervenções no espaço de discussão constituído graças à rede. (CHARTIER, 1998, p. 18).

A partir das idéias expostas acima, podemos observar como a dimensão colaborativa já estava presente nos suportes midiáticos anteriores à *internet*. No fundo, as experiências participativas na rede são um aprofundamento de um viés importante do âmbito comunicativo. Um ponto crucial é que as ferramentas colaborativas são abertas e não possuem uma grande restrição de espaço, diferentemente das experiências anteriores que dispunham de um lugar muito mais limitado para a faceta participativa.

No livro *L’imaginaire d’Internet*²², Flichy (2001) procura mapear os vários focos de concentração do imaginário na *internet*. O autor impõe um tom crítico para se opor às correntes mais entusiastas. Segundo ele, muitas das expressões e discursos presentes no campo comunicativo nascem dos discursos tecnofílicos. Como exemplo, Flichy (2001) ressaltava as mudanças ocorridas na utilização da expressão “novas tecnologias da comunicação”. Há 30 anos, a expressão se referia ao videocassete ou à TV a cabo, depois, ao microcomputador e, atualmente, à *internet*.

Flichy (2001) analisa o imaginário social e destaca uma importante polarização entre a utopia e a ideologia. A primeira seria responsável por transformar a ordem social e segunda por conservá-la. Com essa afirmação, o autor ratifica a antípoda entre estabilidade e mudança presentes em vários aspectos da *internet*. Como exemplo, Flichy aborda a questão da gratuidade na rede. Mesmo com todo o esforço da comunidade científica, que propunha uma liberação da propriedade intelectual no campo informático, as empresas (e com elas a publicidade) se apropriaram do mundo digital com fins comerciais.

Segundo Flichy (2001), o embate entre interesses empresariais e universitários conduziu à criação de uma forte corrente libertária na *internet*. Nos anos 80, alguns

²² O imaginário da internet. (Tradução do autor).

informáticos começaram a teorizar os princípios de cooperação e troca que terminaram por fundamentar a lógica da *internet*. Essas idéias “constituíram os fundamentos da utopia dos *softwares* livres, construindo as bases de uma teoria econômica alternativa”²³ (FLICHY, 2001, p. 223). Um fato interessante é que em meados da década seguinte (90), surge entre alguns internautas o desejo de utilizar a *internet* com fins comerciais. “Eles consideram que a *internet* é meio de comunicação como qualquer outro e que deveria servir para fazer publicidade e comércio”²⁴ (FLICHY, 2001, p. 224), reforça o autor. Essa oposição frontal à utopia dos *softwares* livres criou a dicotomia entre gratuidade (liberdade) e pagamento (comércio) que perdura até os dias atuais.

As idéias lançadas por Flichy (2001) nos ajudam a compreender a forte presença do imaginário no desenvolvimento da *internet*. Essa dimensão se mantém presente na rede colaborativa atualmente e pode ser observar ao longo desta seção. As antípodas apresentadas pelo autor podem ser visualizadas claramente nos vários projetos que envolvem idéias colaborativas na *internet*. Vários *sites* oferecem o serviço gratuito, no entanto, dispõem de vários espaços destinados a publicidade e marketing digital. Se examinarmos os *sites* mais famosos da Web 2.0, apenas a Wikipédia não faz uso de ferramentas comerciais, e se mantém a partir de doações realizadas pelos usuários. Outras propostas, como o Overmundo, se propõem a desenvolver uma experiência baseada na concepção de *softwares* livres e sobrevivem a partir do financiamento público e da realização de outros serviços (cursos, palestras, oficinas) oriundos do reconhecimento e da visibilidade proporcionados pelo site.

A presente seção nos permitiu compreender o fio condutor da dimensão colaborativa ao longo da história. Podemos entender como o imaginário da participação na *internet* remonta aos primórdios da fundação do conceito de comunicação e como ele esteve presente no desenvolvimento tecnológico. Após realizarmos essa breve genealogia da colaboração, lançamos as bases para estudarmos o atual cenário midiático, percebendo a articulação existente entre os diversos meios de comunicação.

1.3 Mídia na contemporaneidade: a emergência dos Ecossistemas Comunicativos

²³ “[...]allait constituer les fondements de l’utopie des logiciels libres, jetant les bases d’une théorie économique alternative”. (Tradução do autor).

²⁴ “Ils estiment qu’Internet est un média comme un autre qui doit pouvoir servir à faire de la publicité et du commerce”. (Tradução do autor).

No momento atual, a sociedade vive um intenso processo de midiatização e são inúmeras as experiências existentes dentro desse contexto. Sendo assim, é fundamental discutirmos questões centrais, para entender como a tecnologia está envolvida no processo de transformação das práticas sociais e de comunicação. Durante a dissertação, tentaremos destacar os pontos principais que estão em jogo, quando analisamos experiências recentes e procuraremos avançar na discussão dentro do campo de Tecnologia da Comunicação e Informação.

O cenário contemporâneo midiático está sendo diretamente afetado pelas últimas transformações sociais, decorrentes da mediação tecnológica do conhecimento, como afirma Barbero (2006, p. 54):

[...] o que a revolução tecnológica introduz em nossa sociedade não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar.

Castells (2006a, p. 414) destaca a importância da *internet*: “o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre a nossa cultura”. Para ele, estávamos vivendo a “era da informação” (Castells, 2006b), um período onde uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e de comunicação que “é ao mesmo tempo incluyente e excluyente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização” (Castells, 2006b, p. 225).

Santos (2000) afirma que na nossa sociedade as técnicas da informação, por meio da cibernética, da informática, permite duas grandes coisas: a primeira é que as diversas técnicas existentes passam a se comunicar entre elas, e a segunda é o papel determinante dessas sobre o uso do tempo, permitindo, em todos os lugares, a convergência dos momentos.

Todo processo de mudança e transformação carrega consigo uma série de tensionamentos e reajustamentos, que não necessariamente significa a suplantação de formatos midiáticos anteriores ou a predominância dos mais novos. No momento atual, as

várias áreas do conhecimento estão se remodelando para atender às novas demandas e exigências oriundas do desenvolvimento e da popularização das mídias digitais e da rede mundial de computadores. Gómez (2006, p. 82) aponta para mudanças sintomáticas na forma de produzir e difundir a informação: “o que vemos é a dissolução de alguns dos critérios, tanto de produção quanto de circulação e consumo, que enquadram o conhecimento”.

Tendo em vista o contexto apontado acima, é possível dizer que a comunicação segue processos de convergências, no quais meios velhos e novos se engendram gerando novas possibilidades. Para justificar esse momento vivenciado dentro do campo midiático utilizaremos a idéia de Gómez (2006) de que atualmente os meios de comunicação formam "ecossistemas comunicativos". O autor explica melhor essa questão:

O que penso é que todos os meios, velhos e novos, assim como as diversas tecnologias videoeletrônicas e digitais que os tornam possíveis, coexistem, conformando ou não convergências em sentido estrito, porém constituindo ecossistemas comunicativos cada vez mais complexos. A chegada de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente nem tampouco imediatamente, a suplantação do anterior. E isto por várias razões. Primeiro, porque cada meio ou tecnologia é muito mais que isso. Sua transformação então envolve outros fatores, além dos estritamente técnicos ou instrumentais. (GÓMEZ, 2006, p. 84).

Para fins metodológicos é importante termos presente a idéia da formação de “ecossistemas comunicativos”, para evitarmos deslizar numa compreensão determinista da função que as transformações técnicas ocupam na nossa sociedade.

Mesmo com toda efervescência, é importante lembramos que as novas tecnologias da comunicação (NTC) estão apenas no início, como afirma Palacios (2003):

Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características das NTC. Se alguma generalização é possível, neste momento, ela possivelmente diz respeito ao fato de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência do novo suporte mediático representado pelas redes telemáticas. (PALACIOS, 2003, p. 17-18).

É importante levarmos em consideração esses aspectos, quando nos propomos analisar uma mídia tão recente e que tem mudado e se popularizado com muita velocidade nos últimos dez anos. Murray (2003) defende que seria um erro comparar os primeiros frutos dos novos

meios de comunicação com as experiências mais antigas, e que de certa forma passaram por uma série de testes para chegar a um formato mais adaptado. A autora faz uma reflexão importante:

Em 1455, Gutemberg inventou a prensa tipográfica – mas não o livro como hoje o conhecemos. (...) Foram necessários mais de cinquenta anos de experimentação até que se estabelecessem algumas convenções – tais como as fontes legíveis e as revisões de provas tipográficas; a numeração das páginas e o uso de parágrafos no texto. (MURRAY, 2003, p. 41-42)

A partir dessa premissa, poderemos investigar a comunicação colaborativa e esse universo de novas experiências comunicativas sem pecar pelo simplismo. Nosso objetivo é mapear alguns conceitos e mudanças que estão surgindo e a partir dessa análise começar a entender as limitações e as potencialidades dessas práticas.

2. COMUNICAÇÃO COLABORATIVA NA INTERNET

A *comunicação colaborativa* é uma noção sugerida nesta dissertação com o intuito de redimensionar as práticas participativas dentro de uma visão mais ampla, que propicie uma investigação aprofundada do fenômeno da colaboração. Essa terminologia adotada ultrapassa uma compreensão contemporânea, quando assistimos a um crescimento das mídias digitais. Ela visa reconceituar o tema tratado, apontando para uma leitura abrangente, que procura investigar a dimensão participativa de uma maneira processual, não se restringindo a nenhum tipo específico de meio de comunicação, nem a nenhum período histórico determinado. Sendo assim, a noção se adequa à perspectiva seguida neste estudo, que procura entender a colaboração como um fenômeno presente nos diversos formatos midiáticos e períodos históricos. A pesquisa tem o seu foco principal na *internet*, no entanto este meio se articula dentro de um campo mais amplo.

2.1 Web 2.0: segundo a visão de O'Reilly

Para iniciarmos a discussão em torno da colaboração na *internet*, julgamos necessário retomar os pressupostos adotados na introdução sobre a Web 2.0 e detalhar um pouco as idéias contidas por detrás dessa nomenclatura. O termo formulado por O'Reilly em 2004 tinha o intuito de chamar a atenção para um “segundo” momento da *internet*, marcado por novas ferramentas de comunicação que estavam começando a transformar o mercado, práticas sociais e, sobretudo, a forma de produzir e distribuir conteúdo.

No artigo que apresenta este “novo” momento da *internet*, o autor enumera uma série de serviços oferecidos na rede, que estavam começando a mudar o perfil das interações. Sendo assim, ele desenvolveu um quadro que apontava várias mudanças de ferramentas na *internet*. As quatorze diferenças apontadas pelo exemplo abaixo apresentam novos serviços que estavam surgindo, tais como: *sites* para publicação de fotos, programas para

compartilhamento de música, *wikis*²⁵ e *blogs*²⁶. Nesta figura, o autor apresenta um estudo comparativo das ferramentas mostrando as diferenças entre a Web 1.0 e a Web 2.0.

Web 1.0		Web 2.0
Double Click	→	Google AdSense
Ofoto	→	Flickr
Akamai	→	BitTorrent
Mp3.com	→	Napster
Britannica Online	→	Wikipédia
Websites pessoais	→	Blogs
Evite	→	upcoming.org e eventful.com
Especulação com nomes de domínios	→	Otimização do motor de busca
Visualizações por página	→	Custo por click
Screen scraping	→	Web services
Publicação	→	Participação
Sistemas de gestão de conteúdos	→	Wikis
Diretórios (taxonomia)	→	Marcadores com tags (folksonomia)
Permanência	→	Sindicância de conteúdos

Figura 2 – Quadro comparativo entre a Web 1.0 e da Web 2.0.²⁷

Fonte: (O'REILLY, 2005b)²⁸.

O artigo no qual O'Reilly apresenta essa noção se baseia exatamente nessas mudanças acontecidas na *internet*. Ao longo do trabalho, ele compara os diversos casos apresentados na figura 2 e mostra as alterações na lógica dessas experiências. Segundo o autor, a substituição dessas várias ferramentas provocou uma mudança no modo de produzir o conteúdo e conduzia a *web* para um período orientado por novos paradigmas.

²⁵ É uma página da *web* cujas atualizações (chamadas *posts*) são organizadas cronologicamente (como um histórico ou diário). Estes posts podem ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, se referir ao mesmo assunto ou à mesma pessoa. A maioria dos *blogs* são miscelâneas, onde os usuários escrevem com total liberdade.

²⁶ O termo *wiki* designa um tipo específico de coleção de documentos em hipertexto ou o *software* colaborativo usado para criá-lo. No idioma havaiano, o termo "Wiki wiki" significa "super-rápido". Os *wikis* permitem a edição coletiva dos documentos, usando um sistema que não necessita de que o conteúdo tenha que ser revisto antes da sua publicação.

²⁷ Tradução da figura realizada pelo autor.

²⁸ Neste trabalho, optamos por utilizar como base os quadros e as figuras da versão em espanhol do artigo de Tim O'Reilly, que apresenta uma melhor disposição. Sendo assim o artigo em inglês será o 2005a e o em espanhol o 2005b, não se tratando assim de artigos diferentes.

A tentativa de O'Reilly com esse artigo era de conseguir enumerar as principais características que compunham esse novo período da *web*. Para ele essa concepção não tinha uma fronteira determinada, mas um núcleo gravitacional que agregava experiências diversas. “Você pode visualizar a Web 2.0 como um sistema de princípios e práticas que formam um verdadeiro sistema solar de *sites* que demonstram alguns ou todos esses princípios, a uma distância variável do núcleo” (O'REILLY, 2005a, p. 2)²⁹.

Em outubro de 2004, iniciaram as primeiras conferências sobre a Web 2.0 e os princípios que norteavam esta idéia começaram ser formulados. Dentro dessa elaboração estava a compreensão da Web 2.0 como uma plataforma. Ou seja, a rede se tornava um meio para realizar algumas funções que antes só eram possíveis de serem feitas através de programas instalados no computador. Como exemplo, podemos citar as vastas possibilidades de armazenamento de arquivos que dispomos atualmente, impensadas há alguns anos atrás, e a possibilidade de editar arquivos *on-line*.

Essa concepção gerou uma mudança da interface *desktop* para *webtop*³⁰. O jogo de palavras mostra a idéia do deslocamento da área de trabalho ou escritório (*desktop*) do computador para a *web* (*webtop*). A interface *webtop* converge com uma tendência de arquitetura da *web* chamada: *cloud computing*. O termo foi traduzido para o português como “computação nas nuvens” e designa o processo no qual a maioria dos aplicativos (editor de textos, *slides*, fotos) utilizados pelos usuários de computador estariam disponíveis gratuitamente na *internet*. Além disso, todo armazenamento de arquivos também seria realizado na rede. Seguindo este caminho, o computador seria uma plataforma de acesso às aplicações que estariam disponíveis a partir da *internet* (a grande nuvem de computadores³¹).

A “computação nas nuvens” é a grande aposta do Google para popularizar o acesso aos computadores, pois com todos os aplicativos acessíveis *on-line* o computador pessoal (PC³²) reduziria consideravelmente o custo, visto que poderia ser resumido ao teclado, ao *mouse* e à tela com um *chip* conectado à *internet* (COMPUTAÇÃO..., 2008). Na entrevista publicada no G1, o atual diretor da empresa, Eric Schmid, afirmou que “o computador do futuro é a *internet*” (COMPUTAÇÃO..., 2008). A grande vantagem desse novo modelo, segundo ele, é que os dados não correriam riscos de serem perdidos, caso venha a acontecer

²⁹ “You can visualize Web 2.0 as a set of principles and practices that tie together a veritable solar system of sites that demonstrate some or all of those principles, at a varying distance from that core.” (Tradução do autor).

³⁰ O jogo de palavras apresenta o deslocamento da área de trabalho ou escritório (*desktop*) para a Web (*webtop*).

³¹ Dessa metáfora surge o termo “cloud computing”.

³² Sigla utilizada em português, oriunda da expressão em inglês “personal computer”.

algum problema no disco rígido. Além disso, o usuário poderia acessar os seus arquivos de qualquer plataforma de acesso à *internet* (celular, *desktop*, *notebook*).

As reflexões sobre “computação nas nuvens” e *webtop* coincidem com a explicação de Lemos (2004) sobre o desenvolvimento histórico da utilização dos computadores e da formação do campo cibercultural. O autor apresenta uma breve cronologia da questão analisada:

O desenvolvimento da cibercultura se dá com o surgimento da micro-informática nos anos 70, com a convergência tecnológica e o estabelecimento do *personal computer* (PC). Nos anos 80-90, assistimos à popularização da *internet* e à transformação do PC em um “computador coletivo”, conectado ao ciberespaço, à substituição do PC pelo CC. Aqui, a rede é o computador e o computador uma máquina de conexão. Agora, em pleno século XXI, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (*laptops*, *palms*, celulares), o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciente, insistindo na mobilidade. Estamos na era da conexão. Ela não é apenas a era da expansão dos contatos sob forma de relação telemática. Isso caracterizou a primeira fase da *internet*, a dos “computadores coletivos” (CC). Agora temos os “computadores coletivos móveis (CCm)”. (LEMO, 2004, p. 2)

A expansão e a consolidação da “computação nas nuvens” está dando seus primeiros passos. No entanto, a idéia lançada por O’Reilly de uma *webtop* antecipou essa tendência e se consolida paulatinamente nas práticas dos internautas. Podemos observar esse fenômeno na quantidade de serviços atrelados à Web 2.0 que possuem essa função de servir como plataforma de armazenamento e edição de dados³³. O Youtube, por exemplo, é, entre outras coisas, um grande depósito de arquivos de vídeo. O *site* colaborativo Delicious³⁴ possui ferramentas para arquivar seus *sites* favoritos e compartilhar com toda a rede. Essa característica estimulou a cultura de armazenamento dos arquivos pessoais dos usuários na própria rede, acentuando a função ubíqua e a lógica de compartilhamento da *internet*.

A partir desta tentativa de elaboração dos conceitos fundamentais da Web 2.0, O’Reilly elaborou o seguinte quadro ilustrativo:

³³ <http://www.delicious.com>

³⁴ As bases de dados constituem um importante elemento na consolidação da *internet* e, conseqüentemente, da colaboração na rede. Todavia, na nossa delimitação, optamos por não abordar tal aspecto. Para aprofundar a importância das bases de dados nos processos midiáticos contemporâneos recomendamos a leitura de Manovich (2001) e Barbosa (2007).

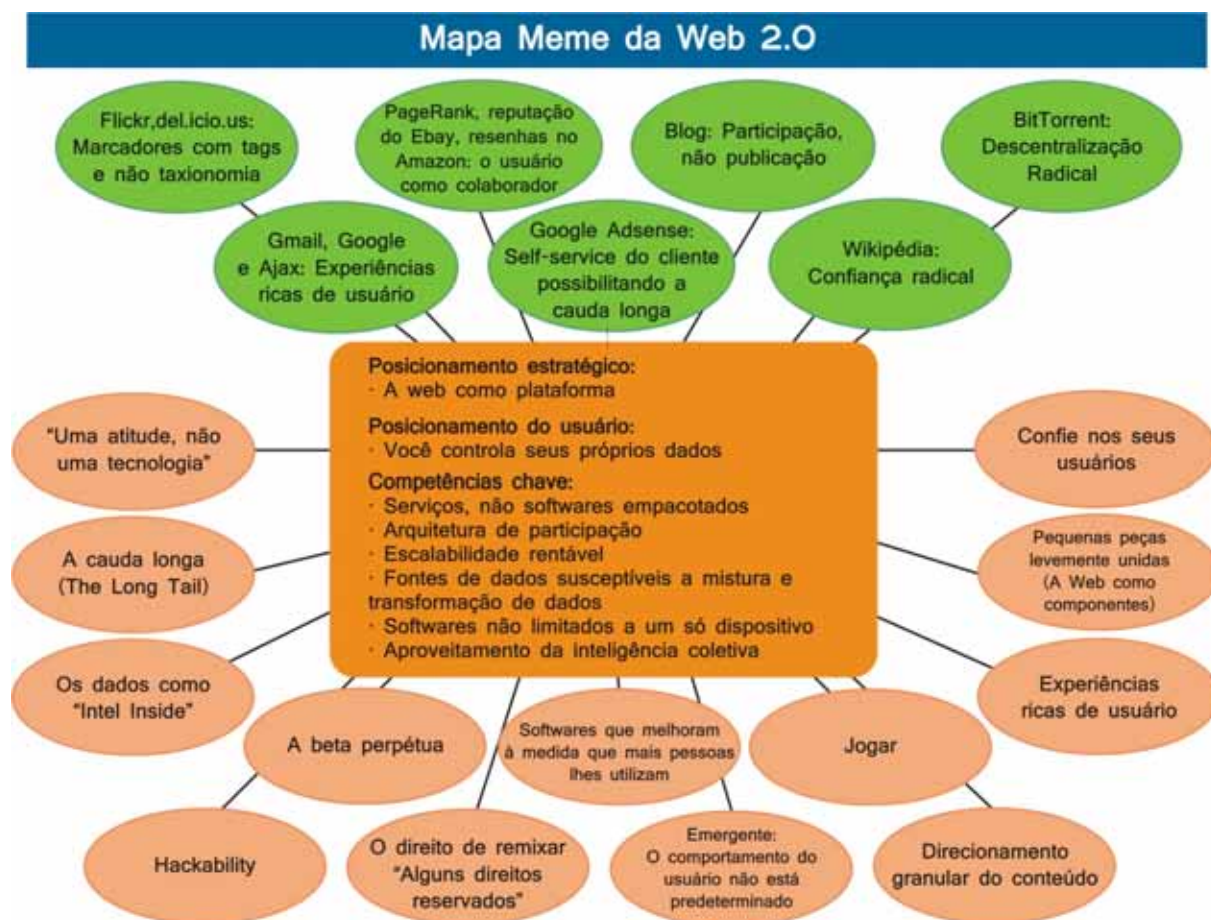


Figura 3 – Mapa meme da Web 2.0.

Fonte: (O'REILLY, 2005b, p. 3) ³⁵.

A figura acima mostra um “mapa meme”³⁶ que coloca dentro do eixo central o posicionamento estratégico, o planejamento do usuário e as competências chaves. Dentro desse núcleo, destacamos alguns aspectos como: o posicionamento do usuário como controlador dos seus dados, uma arquitetura de participação e o aproveitamento da inteligência coletiva. Todos esses termos convergem para a idéia que estamos desenvolvendo de uma comunicação colaborativa.

Esse núcleo central geraria uma concentração de experiências gravitacionando ao redor delas, como: blogs, wikipédia, flickr, usuários propondo conteúdo, um estado contínuo de atualização dos serviços oferecidos na *web*. A partir desse mapa, podemos visualizar quantos processos estão relacionados com a Web 2.0 e observar as características em comum e os núcleos de agregação. Dentro do quadro fica evidente que toda a arquitetura da Web 2.0 está baseada na participação dos usuários na produção de conteúdo.

³⁵ Tradução da figura realizada pelo autor.

³⁶ O termo “meme” é um neologismo criado por Richard Dawkins no livro “O gene Egoísta” (1976). Como para a genética existe o gene, segundo Dawkins para memória haveria o meme. A palavra se refere à informação mínima acumulada na nossa memória e captada geralmente por imitação (mimese) ou assimilação.

Uma das características interessantes destacada por O'Reilly é o estado continuamente beta³⁷ da *web*. A “beta perpétua” indicaria uma Web 2.0 nunca finalizada, na qual os aplicativos não precisam estar totalmente concluídos para serem lançados. Esse modelo também permite que as empresas testem a popularidade dos seus lançamentos e invistam gradativamente, de acordo com o crescimento natural, a partir da aceitação dos aplicativos. A *internet* beta estimula um perfil de empresa que está aberta a lançar vários produtos (mesmo sem garantia de sucesso), receptiva às sugestões dos internautas, e que admite estar continuamente aprimorando os seus serviços, em função da demanda dos seus usuários e do mercado.

No artigo analisado, O'Reilly cita com entusiasmo que em 2005 encontrou 9,5 milhões de *sites* que faziam menção ao termo Web 2.0 no Google. No dia 15 de setembro de 2008, realizamos esse mesmo procedimento e obtivemos 98,6 milhões³⁸ de referências na *web*. A partir desses dados podemos observar a rápida propagação dessa terminologia e a proporção desse fenômeno. Numa observação é possível constatar um crescimento dos *sites* colaborativos e o surgimento de novas experiências, e a incorporação de plataformas participativas pelos veículos tradicionais.

Toda essa difusão talvez seja uma das principais causas das ambigüidades geradas em torno da Web 2.0. O'Reilly explicita que a definição de Web 2.0 vem sendo apropriada pela publicidade e pelo *marketing*. O artigo em questão é uma resposta direta aos que atribuem ao termo um certo modismo, e uma tentativa de esclarecer os fundamentos desse momento da *internet*. Embora seja bastante criticado, é importante compreender, sobretudo, o intuito do autor ao tentar explicar as transformações que vinham acontecendo.

A importância do termo Web 2.0 se deve ao fato de tentar sistematizar a produção existente na *internet*, atentando para as transformações ocorridas nas rotinas da produção do conteúdo, atrelada a uma crescente participação dos usuários no campo da produção de informação. Durante quase uma década, a publicação e a distribuição na *internet* se restringiu a um grupo de pessoas que dominavam códigos de programação e dispunham de programas específicos para criação de *sites*. Hoje, ter a uma página pessoal se tornou algo muito mais fácil através dos *blogs*, por exemplo. Esse tipo de mudança propiciou o ambiente técnico ideal

³⁷ A expressão Beta é utilizada na informática para designar o período em que um programa está sendo testado e aberto a atualizações. Um das características da Web 2.0 é de lançar serviços na *internet* e estar continuamente modificando e aprimorando. Para isso eles sempre inserem a palavra BETA.

³⁸ Vale ressaltar que, ao realizar a busca no Google, utilizamos o termo Web 2.0 entre aspas para descobrir os endereços que faziam menção especificamente ao fenômeno. Numa busca menos detalhada, o número sobe para 375 milhões.

para um crescimento da participação dos usuários e uma propagação do conteúdo. Todo esse desenvolvimento está diretamente ligado à profusão de novos serviços na *web*.

Ao longo deste capítulo, vamos aprofundar os estudos sobre a colaboração na *internet*, abordando outros autores que complementam a visão de O'Reilly e outros que criticam alguns aspectos da Web 2.0. Nesta seção nos dedicamos a apresentar as bases desta noção e sua importância quando se estuda a *internet*.

2.2 Nós somos a mídia: as perspectivas dos autores das mídias colaborativas

No decorrer da caminhada para formação de um marco teórico em torno das experiências colaborativas na *internet*, nos confrontamos com a visão de alguns autores que trataram deste fenômeno a partir do questionamento dos formatos tradicionais de se fazer jornalismo. Apesar deste trabalho não ser uma dissertação específica sobre o webjornalismo e tratar da colaboração sob um prisma mais abrangente, é inegável a contribuição deste campo para o nosso estudo. Sendo assim, vamos utilizar desses autores as reflexões que podem nos auxiliar no nosso percurso e que fazem ponderações sobre as experiências colaborativas na *internet*.

Nesta seção, vamos concentrar a nossa análise nas obras *We Media* (BOWMAN; WILLIS, 2003) e *We the Media*³⁹ (GILMOR, 2004), que trazem várias considerações sobre o uso massivo das tecnologias colaborativas e refletem sobre as mudanças que vêm acontecendo não apenas no jornalismo, mas em todo campo midiático. Utilizaremos alguns estudiosos que apresentam reflexões próximas à obra desses autores e complementam algumas idéias expostas nos dois livros. O confronto com outras concepções nos ajuda a traçar um panorama das reflexões sobre o fenômeno abordado. Entre os autores estão: Chan (2002), Bruns (2003), Anderson (2006), Castells (2006a) e Lemos (2007).

Antes de apresentarmos as reflexões desses autores, queremos lembrar que o fenômeno da colaboração no campo da produção de notícia vem gerando várias discussões e com isso podemos notar uma profusão de termos que fazem menção a esse fato. Webjornalismo participativo, jornalismo cidadão, jornalismo colaborativo, jornalismo de

³⁹ Nesta dissertação utilizaremos, para fins de citação, a tradução do livro em português de Portugal, realizada em 2005, intitulada: **Nós, os media**.

fonte aberta, jornalismo cívico, *grassroots journalism*⁴⁰ são alguns dos nomes dados a esse processo e com que iremos nos deparar no decorrer deste capítulo e ao longo da dissertação.

Gillmor (2004) apresenta a visão de alguém que acompanhou de perto o desenvolvimento da *internet* nos Estados Unidos, trazendo uma reflexão aprofundada sobre a influencia das várias ferramentas de publicação *on-line*. Ele foi jornalista no Vale do Silício⁴¹ e desenvolve projetos de jornalismo cidadão ligados à Universidade de Havard, além de manter o *Center of Citizen Media*⁴². Ele é um defensor do jornalismo participativo e da utilização dos *blogs*, que vislumbra várias mudanças no jornalismo tradicional, a fim de promover uma adaptação ao cenário contemporâneo. Todo esse conhecimento está refletido no texto, que mostra a genealogia dos *blogs*, apresentando todo o percurso para chegarmos ao formato conhecido por todos. Mesmo tendo um tom conativo durante todo o texto, *We the media* é uma obra que preenche uma lacuna nesta área do conhecimento, pois, apesar de o tema despertar muito interesse atualmente, poucos autores procuraram sistematizar e refletir criticamente sobre essas novas experiências.

Segundo Gillmor, um dos marcos da visibilidade e da importância da participação na *internet* foi a tragédia do 11 de setembro de 2001. Dentro de toda avalanche de informações que procuravam explicar os atentados ao pentágono americano e às torres do World Trade Center, muitos servidores de jornais ficaram inoperantes, devido à quantidade de acessos simultâneos. Sendo assim, as pessoas tiveram que utilizar outros canais na rede para se informarem, sem mencionar a necessidade de se informar sobre o que estava acontecendo. O autor apresenta bem esse espírito:

Contudo, desta vez, estava a acontecer mais qualquer coisa, algo de profundo: as notícias estavam a ser produzidas por pessoas comuns, que tinham pormenores a relatar e imagens para mostrar, e não apenas pelas agências de notícias «oficiosas» que, tradicionalmente, costumavam produzir a primeira versão da história. Desta vez, o primeiro esboço estava a ser escrito, em parte, por aquelas a quem as notícias se destinavam. Uma situação tornada possível – era inevitável – pelas novas ferramentas de comunicação disponíveis na *internet*. Por entre o pavor daquelas horas e dias, surgiu uma nova forma de relatar os acontecimentos. Através do e-mail, das listas de correio eletrónico, dos grupos de diálogo⁴³, dos jornais

⁴⁰ O termo *grassroots* designa um jornalismo que surge da base, realizado pelo povo.

⁴¹ Situado no estado da Califórnia (EUA), o *Silicon Valley* é uma região na qual encontra-se um conjunto de empresas implantadas a partir da década de 1950 com o objetivo de gerar inovações científicas e tecnológicas, destacando-se na produção de *chips*, na eletrônica e na informática. Entre elas podemos citar: Google, Yahoo!, Apple e Microsoft.

⁴² <http://citmedia.org/>

⁴³ No Brasil utilizamos o termo “fóruns de discussão”.

pessoas⁴⁴ na Web – tudo fontes não habituais de notícias – conseguimos obter um conjunto de factos e circunstâncias que os grandes meios de comunicação americanos não queriam, ou não poderiam, fornecer. (GILLMOR, 2005, p. 12).

Gillmor mostra como a *web* precisou percorrer vários passos para chegar a esse momento atual. Ele narra com entusiasmo a invenção do Hipertexto por Tim Berners-Lee em 1991 que gerou a *World Wide Web* (WWW). O criador do WWW também esteve presente na construção do *Hypertext Markup Language* (HTML) que propiciou a publicação de documentos, como páginas na *web*, e o contato entre elas através de um clique. Outro momento importante foi a surgimento do Mosaic, um dos primeiros motores de busca, que permitia encontrar endereços e organizar o volume de informações disponíveis na rede.

Mesmo que os avanços citados no parágrafo anterior fossem de fundamental importância, a caminhada na rede precisava de um passo maior para que a publicação se tornasse um fenômeno massivo. Nos finais dos anos 90, Winer e a equipe do UserLand Software lançaram o Manila, um dos primeiros programas que facilitava aos iniciantes na informática a criação dos seus próprios *blogs*. O autor explica bem a importância dessa ferramenta:

A empresa de Winer foi líder de um movimento que trouxe de novo à ribalta a promessa, há muito por cumprir, feita no início por Tim Berners-Lee, o inventor da Web. Berners-Lee antevia uma Web interativa. Mas no essencial, a que apareceu nos anos 90 só permitia a leitura e o utilizador tinha de ter conta num fornecedor de acesso à *internet* (sigla em inglês ISP, para Internet Service Provider) onde colocar a sua página, ferramentas especiais e/ou conhecimentos de HTML, para conseguir criar um sítio⁴⁵ descente. (GILLMOR, 2005, p. 40).

É importante ressaltar que já existiam várias formas de escrever na *net*, há muitos anos já se usava a lista de *e-mails*, fóruns, lista de discussão e até mesmo os *wikis*. No entanto, nenhuma tecnologia tinha se tornado tão acessível como os *blogs*. Assim sendo, o ato de escrever na *web* ganhou um novo perfil, de uma forma nunca antes possível. O autor argumenta que essas práticas são possíveis a partir da característica central da *internet* de permitir uma interação com vários fluxos direcionais para a informação. O jornalismo cívico, segundo ele, deveria incluir várias ferramentas de comunicação: tanto as listas de *e-mail*, como os *blogs*, celulares e computadores portáteis. O ponto em comum seria “a aceitação de

⁴⁴ No Brasil utilizamos o termo “*blogs* pessoais”.

⁴⁵ No Brasil utilizamos a palavra *site*.

contribuições individuais para um conjunto mais alargado, que cresce de baixo para cima” (GILLMOR, 2005, p. 42).

Segundo Gillmor, nos últimos 150 anos, conhecíamos dois modelos de comunicação: de um para muitos (livros, jornais, rádios e televisão) e de um para um (cartas, telégrafo e telefone). “A *internet* permite-nos dispor de comunicações de muitos para muitos e de alguns para alguns, o que tem vastas implicações para os antigos receptores e para produtores de notícias, na medida em que a diferença entre as duas categorias começa a tornar-se difícil de estabelecer”. (GILLMOR, 2005, p. 42).

Bowman e Willis (2003) deram uma grande contribuição para o estudo do jornalismo participativo, refletindo sobre o processo e trazendo vários casos que se relacionam com o acontecimento. Mesmo se o livro carece de uma visão mais crítica e se concentra muito na contemporaneidade, esquecendo da evolução dessas ferramentas ao longo da própria história da web, o trabalho é um mapa importante do que vem acontecendo nesse campo.

Os autores contextualizam a questão da colaboração no atual cenário midiático. Para eles, a produção de notícias foi durante muito tempo um processo centralizado. Agora ela está sendo complementada pela periferia da rede que se torna cada vez mais ubíqua. Eles defendem que, com as ferramentas de edição na *web*, as conexões permanentes e os dispositivos móveis cada vez mais potentes, a audiência *on-line* tem os meios para chegar a ser um ativo participante na criação e na disseminação de notícias e informação. Os *softwares* gratuitos e de baixo custo, juntamente com o acesso à banda larga teriam criado o contexto ideal para a profusão e o amadurecimento dos *blogs*.

A partir dessas informações, Bown e Willis conceituam a participação dentro do campo de produção de notícias. Segundo eles, o jornalismo participativo tem uma relação intrínseca com a consolidação da democracia e da pluralidade de vozes. Os autores propõem uma definição sobre o que seria o jornalismo participativo:

É o ato de um cidadão, ou de um grupo de cidadãos, que representam um papel ativo no processo de coletar, relatar, analisar e disseminar informação. A intenção desta participação é proporcionar a informação independente, confiável, exata, de amplo agrupamento e relevante que uma democracia requer.⁴⁶ (BOWMAN; WILLIS, 2005, p. 9).

⁴⁶ “The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires.” (Tradução do autor).

Todo esse espaço conquistado pelo jornalismo participativo está provocando modificações também nos veículos convencionais, que estão se remodelando com intuito de criar espaços para uma maior interação do público leitor, dando maior visibilidade aos comentários e opiniões. Para o autor, a semente do jornalismo cívico é o diálogo e a conversa, que está criando uma ética dinâmica e igualitária de dar e receber. Essa aproximação cria uma fluidez e coloca mais ênfase na publicação da informação do que na filtragem. Essa característica fluida se contrapõe às organizações de notícias tradicionais, que existem para filtrar a informação antes da sua publicação.

Sobre os modelos de filtragem da informação, eles conceituam do seguinte modo: no formato *broadcast*⁴⁷ “filtro, logo publico”, na *internet* “publico, logo filtro”. Essa definição ajuda a entender a problemática principal do ciberespaço, onde a grande questão não é mais o espaço para difundir a informação, mas a dificuldade de ter visibilidade diante de um volume tão grande de material produzido.

A partir da análise das relações do processo de edição e filtragem da informação aparecem novos modelos de análise. Bruns (2003) propõe uma recontextualização da teoria do *gatekeeping*. O termo foi originalmente utilizado pelo psicólogo alemão Kurt Lewin, mas a adaptação para o campo da comunicação foi feita por David Manning White, em 1950. Segundo a teoria do *gatekeeping*, o processo seletivo da informação é remetido à idéia do guarda (*keeper*) de um portão (*gate*) responsável pela decisão dos conteúdos publicados pelo veículo. Bruns utiliza o termo *gatematching* para denominar os processos de filtragem que acontecem na *internet*, em que se perde a idéia do porteiro e chega-se ao vigia. No seu estudo, ele abre espaço para as apropriações da teoria em *sites* de formatos abertos e em comunidade de *blogs*, onde, através das ferramentas adotadas, os usuários têm o poder de decisão sobre aquilo que possui mais ou menos importância na comunidade.

Além da questão da filtragem da informação, um problema encontrado é o novo lugar ocupado pelo público. No novo contexto, os leitores são também propositores e a audiência, produtora de informação. Para solucionar esse dilema, os autores propõem um neologismo para designar essa nova audiência. O termo *prosumer*⁴⁸ corresponderia a um hibridismo entre as palavras produtor e consumidor, que procura mostrar a fluidez e a articulação entre o campo da produção e o da recepção.

⁴⁷ Nome em inglês que designa o sistema de disseminação de informação em larga escala.

⁴⁸ Podemos traduzir o neologismo com a palavra “prossumidor”.

Anderson (2006) define as vantagens e as limitações do formato *broadcast*. “A grande vantagem do *broadcast* é a sua capacidade de levar um programa a milhões de pessoas com eficiência sem igual. Mas não é capaz de fazer o oposto – levar um milhão de programas para cada pessoa” (Anderson, 2006, p. 5). Mesmo tendo um tom bastante entusiasta, o aspecto colocado pelo autor está bastante presente no *sites* colaborativos, nos quais podemos ter acesso a uma infinidade de conteúdos compartilhados pelos próprios usuários.

Com o intuito de demonstrar visualmente a diferença do modelo de *broadcast* dos meios tradicionais e o modelo interconexão da *internet*, Bowman e Willis elaboraram as figuras abaixo. Os autores defendem que a emissão de informação nos meios tradicionais é caracterizada pelo controle das organizações e pela filtragem das notícias antes de alcançar a audiência. Conforme podemos observar na figura, existe uma polarização formada, de um lado, pelos anunciantes e a organização dos meios e, do outro, por uma audiência massiva e heterogênea. Os responsáveis pelo elo entre os dois pólos são os veículos de comunicação, mas cada instância permanece estanque com poucas possibilidades de interação. Os autores caracterizam esse modelo como um formato de emissão de notícias de cima para baixo.

Emissão: Notícias de cima para baixo

Modelo também chamado de emissão, caracteriza-se pelo controle dos meios pela organização.

Toda notícia é filtrada pela organização antes alcançar a audiência.

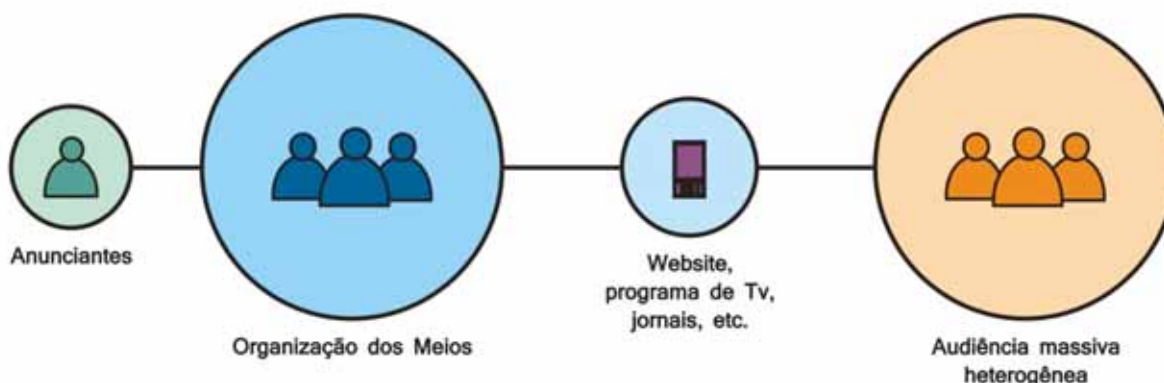


Figura 4 – Emissão de notícias de cima para baixo.

Fonte: (BOWMAN; WILLIS, 2005, p. 10)⁴⁹.

Apesar de os autores concentrarem sua visão apenas sobre o jornalismo, podemos observar o mesmo fenômeno acontecendo em diversas áreas. A cultura gerada pelo modelo *broadcast* é proprietária e baseada numa limitação do espaço físico, seja das salas de cinema, das prateleiras de uma loja de música, ou seja do espaço de uma galeria fotográfica.

⁴⁹ Tradução da figura realizada pelo autor.

O modelo vigente na *internet* é o da interconexão. Nele podemos notar que as barreiras que dividem público e pólo emissor estão diluídas e sujeitas a constantes interações. A figura 4 apresenta este tipo de emissão. Nela podemos notar que as notícias surgem de baixo para cima, que não existe mais um mediador que filtra as notícias antes de elas alcançarem o seu público.

Interconexão (tradução livre de *Intercast*): Notícias de baixo para cima.

Também chamado de ponto a ponto, rede social. Os participantes são pares e têm a habilidade para trocar suas funções. As notícias são filtradas com frequência por um mediador antes de alcançar sua audiência.

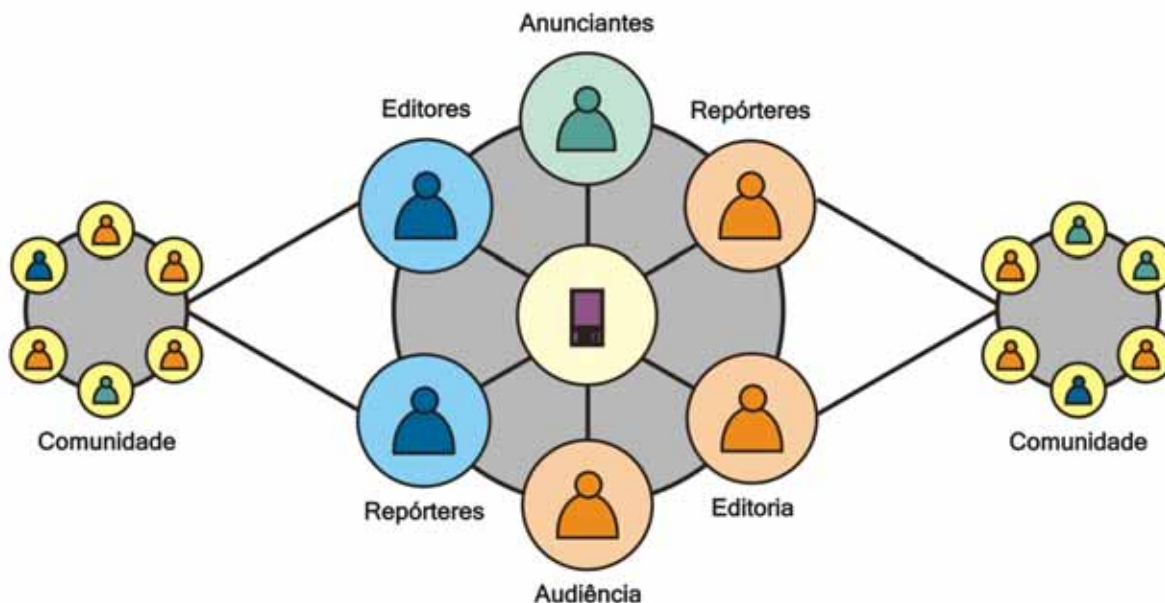


Figura 5 – Emissão de notícias de baixo para baixo.

Fonte: (BOWMAN; WILLIS, 2005, p. 10)⁵⁰.

Os autores resumem bem as diferenças entre os modelos de *broadcast* e de interconexão:

A fluidez desta aproximação põe mais ênfase na publicação da informação do que na filtragem. A conversação acontece na comunidade, para que todos possam ver. Em contraste, as organizações tradicionais das notícias são estabelecidas para filtrar a informação antes que esta seja publicada. Pode haver colaboração entre editores e repórteres, porém os debates não são abertos ao aval ou à participação do público. (BOWMAN; WILLIS, 2003, p. 9).⁵¹

⁵⁰ Tradução da figura realizada pelo autor.

⁵¹ “The fluidity of this approach puts more emphasis on the publishing of information rather than the filtering. Conversations happen in the community for all to see. In contrast, traditional news organizations are set up to filter information before they publish it. It might be collaborative among the editors and reporters, but the debates are not open to public scrutiny or involvement.” (Tradução do autor).

A partir desse novo contexto, Lemos (2007, p. 4) propõe uma distinção entre funções massivas e pós-massivas. “Por função massiva compreendemos um fluxo centralizado de informação, com o controle editorial do pólo da emissão, por grandes empresas em processo de competição entre si, já que são financiadas pela publicidade”. O autor complementa a sua formulação alertando para a importância existente nas funções massivas:

As mídias de função massiva são centradas, na maioria dos casos, em um território geográfico nacional ou local. As mídias e as funções massivas têm o seu (importante) papel social e político na formação do público e da opinião pública na modernidade. As funções massivas são aquelas dirigidas para a massa, ou seja, para pessoas que não se conhecem, que não estão juntas espacialmente e que assim têm pouca possibilidade de interagir. (LEMOS, 2007, p. 124).

A função pós-massiva é delimitada por Lemos como as mídias que funcionam na *internet* em que qualquer um pode produzir informação, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás. Uma ressalva feita por ele explicita bem o objetivo da categorização entre funções massivas e pós-massivas:

[...] devemos pensar em termos de função e não de dispositivo, já que as funções massivas e pós-massivas estão presentes tanto nas mídias analógicas como nas digitais. Por exemplo, um grande portal na *internet* ou um grande *site* de busca ou jornalístico tenta desempenhar funções massivas, enquanto que mídias analógicas como *fanzines*, *flyers* e rádios comunitárias, buscam desempenhar funções pós-massivas, de nicho. Conseqüentemente, temos hoje um enriquecimento da paisagem comunicacional pela oferta de mais opções de acesso, de emissão livre e de circulação em redes planetárias. (LEMOS, 2007, p. 126).

Essa diferenciação entre função e dispositivo é fundamental para entender a lógica das produções colaborativas e a diferença entre as formas de distribuição de conteúdos nos meios de comunicação. Um exemplo claro disso são os *spams*, que mesmo sendo realizados na *internet* operam na lógica massiva de enviar para o maior número de pessoas a mesma mensagem, freqüentemente com conteúdos publicitários. Essa visão afasta o risco de, na diferenciação das funções, aplicarmos qualquer distinção entre meios analógicos e digitais, evitando as opiniões maniqueístas, que pouco contribuem para o desenvolvimento da compreensão sobre a mídia na contemporaneidade.

Quando se estuda o desempenho das mídias, uma questão que vem à tona é a análise da sociabilidade. A distinção feita entre laços fracos e fortes divide as relações criadas a partir daquela mídia e as possibilidades de interação. Castells (2006a) defende que a *internet* é apropriada para a formação de laços fracos múltiplos. Ele defende a importância dos laços fracos:

Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. (CASTELLS, 2006a, p. 445)

Essas novas mídias geram uma reconfiguração no campo da comunicação, tensionando o modelo vigente do *broadcast* (transmissão, sistema de disseminação de informação em larga escala), no qual apenas um seria responsável pela comunicação. Alguns estudos atuais denominam esse fenômeno como a “liberação do pólo emissor” (Lemos, 2006), que é caracterizado pela mudança do modelo de comunicação realizado de forma multidirecional, que pode ter várias direções e variações indo do um-para-um, um-para-muitos, passando pelo poucos-para-poucos e chegando ao muitos-para-muitos.

O termo “liberação” pode gerar uma compreensão parcial do fato abordado, pois as grandes empresas de comunicação dominam a maior parte da informação que circula no mundo e é disponibilizada na *internet*. As experiências de produção alternativas de conteúdo sempre existiram, mesmo antes do surgimento da rede mundial de computadores, porém com a rede de computadores elas são facilitadas e potencializadas, pelo baixo custo e pela possibilidade de disponibilizar o conteúdo para toda a rede.

Vale salientar que a diferenciação entre formas bi-direcionais (muitos-muitos) e unidirecionais (um-todos) reduzem a compreensão das possibilidades de difusão de conteúdos na *internet*.

Segundo Anderson (2006), estaríamos saindo de uma cultura da escassez para uma cultura da abundância, onde a audiência não estaria apenas esperando os conteúdos que são disponibilizados pelos grandes veículos, mas poderia também propor e ir atrás das suas áreas de interesses. Para ele, isso só é possível dentro de uma cultura onde existe uma “democratização” das ferramentas de comunicação e uma redução nos custos de consumo.

Em outro estudo, a pesquisadora Chan (2002) analisa o *website* colaborativo Slashdot⁵², surgido em 1997 e idealizado por Rob Malda, que reúne notícias na área de tecnologia e atrai cerca de 250.000 por dia (CHAN, 2002). A autora destaca o papel fundamental ocupado pelos usuários na emissão do conteúdo e a importância da audiência na sua gestão e seleção. Segundo Chan, a mídia negligenciou durante muito tempo a participação da audiência, criando uma distância representativa entre aqueles que liam e as pessoas que faziam a notícia. O cenário exposto impulsiona o telespectador a participar mais ativamente no processo comunicativo.

Na observação das fronteiras do formato de emissão da figura 4, Bowman e Willis (2005) propõem um novo ecossistema dos meios de comunicação. Segundo ele, este sistema está emergindo e evidencia a participação dos *blogs* na produção das notícias. Como podemos observar na figura 5, a “blogosfera” se comunica com os jornalistas em dois eixos principais: o primeiro sugerindo pautas e o segundo filtrando as informações dos grandes veículos. O perfil aberto dos *blogs* propiciaria uma maior liberdade temática e estilística, e uma celeridade na publicação da informação. Esse contexto pode constituir uma rica fonte para o jornalismo, devido à profusão de informações oriundas dos *blogs* individuais e das comunidades. O segundo eixo é um potencial duplicador das informações publicadas pelos jornalistas, cumprindo a função de propagar aquela informação dentro de outros ambientes na rede. Ele é também uma esfera onde é possível visualizar as opiniões de várias pessoas, contribuindo para a repercussão daquela informação.

⁵² <http://slashdot.org/>

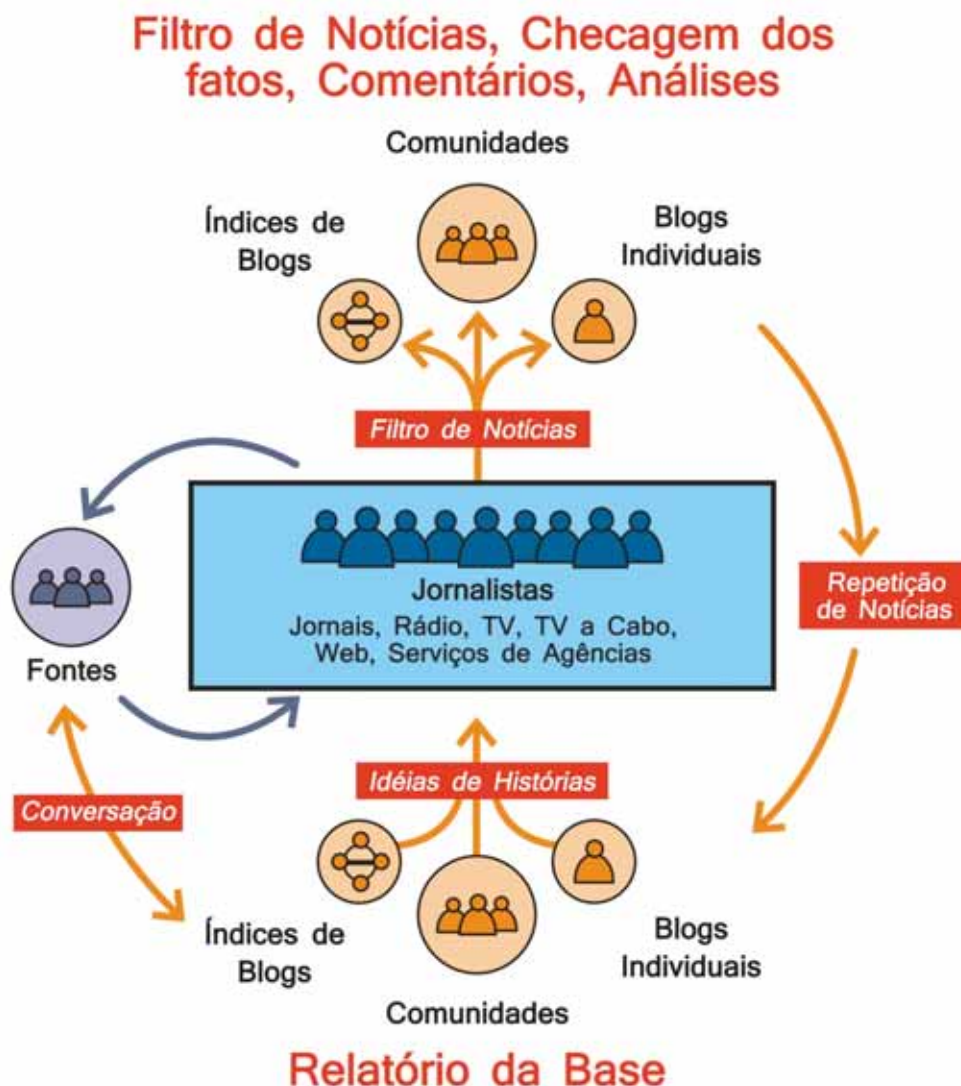


Figura 6 – Emergente Ecosystema dos Meios.
Fonte: (BOWMAN; WILLIS, 2005, p. 12)⁵³.

As idéias desses dois autores tratados aqui contribuem para a nossa compreensão da colaboração, a partir da contraposição ao jornalismo tradicional. É notável que essas visões carreguem uma nítida oposição entre velhos e novos meios de comunicação, e cumprem o papel de defender a *web* participativa. Ao longo deste capítulo, iremos trazer alguns autores que pretendem discutir seguindo uma perspectiva mais crítica e até revisando a obra de Gillmor (2004); Bownman e Willis (2005). Durante o trabalho, vamos retomar esses autores, explorando outras informações presentes nos seus estudos.

⁵³ Tradução da figura realizada pelo autor.

2.3 Desenvolvimento dos estudos sobre colaboração na internet

Na terceira seção do capítulo, vamos formar as bases para entender o fenômeno da colaboração na *internet* sob diferentes perspectivas. Abordaremos estudos de Primo (2005;2006); Cattafi e Zeambrano (2008) que destacam nosso objeto de estudo com várias proposições para sistematizar o conhecimento nesse campo.

Primo (2006) tem contribuído com diversos estudos que enfocam a Web 2.0, sobretudo no que diz respeito às interações propiciadas pelas ferramentas colaborativas. O autor parte da conceituação de O'Reilly. No entanto, aponta uma chave de leitura mais ampla, observando a necessidade de se realizar uma categorização dos períodos tecnológicos, como podemos observar:

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços *on-line* e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. (PRIMO, 2006, p. 1).

Para Primo, a Web 2.0 tem repercussões sociais importantes e é neste ponto que ele concentra sua observação. As trocas afetivas, os trabalhos coletivos e a produção social do conhecimento são alguns dos temas abordados nos seus estudos. Essa contribuição coloca um peso maior no aspecto social, do que na questão tecnológica, que muitas vezes termina por restringir os processos colaborativos apenas à análise de programas e ferramentas.

Primo argumenta a importância de não analisar os vários projetos da Web 2.0, segundo uma perspectiva massiva. Esse preconceito foi o responsável por criar um olhar reducionista sobre os *blogs*, tratados muitas vezes pela imprensa como diários *on-line* ou ferramentas de publicação individual. Por estarem interagindo com um número inferior de pessoas, os *blogs* constituem um rico espaço de conversação e de agrupamento de pessoas com interesses comuns. O autor evidencia que não apenas os grandes portais e as mídias que concentram milhões de acesso têm importância na rede. Para ele, “enquanto o modelo massivo foca-se no centro, a Web 2.0 fortalece as bordas das redes” (PRIMO, 2006, p. 3).

Sendo assim, o modelo informacional de um grande centro distribuidor de mensagens começa a conviver com uma lógica sistêmica da conexão de micro-redes.

Primo retoma a idéia de Chris Priestman⁵⁴, que apresenta a *internet* como uma mídia com a tecnologia *pull* (no qual o conteúdo é “puxado” pela audiência) em oposição ao modelo *push* (onde o conteúdo é “empurrado”), que caracteriza os veículos massivos. As diferenças entre o formato *broadcast* e o modelo interconectivo da *internet* são expostos:

Então o *broadcasting* é predominantemente uma tecnologia de “empurrão” no sentido que um produtor determina o conteúdo que cabe na programação que é ofertada — empurrada — para o ouvinte em tempo real. Para além de um entendimento geral de como são suas audiências, com suporte periódico de pesquisas de audiências específicas aqui e algum *feedback* acolá, diretores de estações, programadores e produtores não precisam saber muito sobre as preferências individuais de sua audiência. Apenas depois do evento é que eles aferem para quantos seus apelos tiveram sucesso ao examinar a pesquisa de audiência. A *internet* começou inteiramente como uma tecnologia de “puxão” no sentido de que o conteúdo é posto no sistema para ser puxado quando o receptor necessitar. O poder do mecanismo de busca potencializou o receptor no sentido de tomar decisões sobre o que receber e quando. (PRIESTMAN apud PRIMO, 2005, p. 12)⁵⁵.

A partir desta distinção, Primo fundamenta que a Web 2.0 supera esse modelo gerando uma confluência entre os modelos *pull* e *push*. Como exemplo, podemos citar a tecnologia *feed* RSS (Real Simple Syndication), que é um agregador de conteúdo. Essa ferramenta envia para o usuário os conteúdos dos endereços cadastrados, permitindo que ele esteja sempre informado das atualizações. Desta forma, o indivíduo não precisa visitar todos os endereços de sua preferência para saber quais foram atualizados ou não. Segundo o autor, pode-se observar que a Web 2.0 mescla ferramentas de tecnologia *pull* e *push*.

Um outro aspecto observado no seu artigo é a questão da gestão do conteúdo nos projetos colaborativos. Dentro desse universo, podemos observar muitos formatos para a gestão do conteúdo na rede, alguns com uma equipe de moderadores, outros realizados pelos próprios usuários e outros com um modelo misto. Esse é um dos pontos mais questionados no

⁵⁴ PRIESTMAN, Chris. **Web radio**: radio production for Internet streaming. Oxford: Focal Press, 2002.

⁵⁵ “So broadcasting is predominantly a ‘push’ technology in the sense that the producer determines the content which fits the schedules that are offered to — pushed towards — the listener in real time. Beyond a general understanding of what their target audience likes, periodically supported by some specific audience research here and some received feedback there, station managers, schedulers and producers do not need to know much about the precise individual preferences of their audience. Only after the event do they assess how many they have succeeded in appealing to by examining their ratings. The Internet started out entirely as a ‘pull’ technology in the sense that content was put onto the system to be pulled off as and when the receiver needed it. The power of the search engine enabled the receiver to be the more active decision maker in arranging what to receive and when to receive it.” Tradução realizada por PRIMO (2005, p. 12).

sites participativos, pois toda essa abrangência percebida gera uma desconfiança daqueles que não acreditam num conteúdo produzido por uma coletividade, ou por não especialistas. Segundo, Primo é importante lembrar que

[...] não se pode supor a auto-organização grupal como um processo mágico que faria sempre emergir a verdade a partir de vozes espontâneas, legítimas e interessadas na construção de algo que é de interesse de todos e para seu próprio bem. Ao mesmo tempo em que a abertura para o trabalho coletivo pode motivar a intervenção de múltiplas vozes — antes prejudicadas pela imposição de um modelo massivo unidirecional —, vandalismos, confusões e erros de informação ou de uso das ferramentas (como apagamento incidental de dados) ganham também espaço. Porém, quando se discute o trabalho aberto e coletivo *on-line*, não se pode pensar que a regulação seja eliminada ou desnecessária, nem que as relações de poder dêem lugar a relações sociais absolutamente planas e estáveis. A rigor, dos desequilíbrios depende a evolução e o aperfeiçoamento do trabalho coletivo. (PRIMO, 2006, p. 4-5).

Uma das principais discussões que critica esse perfil aberto coloca em evidência os possíveis problemas enfrentados nessas redes participativas. Dentre eles podemos citar: mensagens publicitárias, insultos, ataques de vândalos e conflitos excessivos. Segundo Primo, a saída para esses freqüentes problemas encontrados é a “arquitetura da participação”, que permite criar um ambiente para fácil publicação e debate, bem como para a gestão coletiva do trabalho. Essa arquitetura tem uma função reguladora que impõe certos condicionamentos à coletividade. A função dos moderadores ou administradores cria uma hierarquia e podem gerar conflitos caso estes não estejam representando bem o interesse da comunidade ao redor do *site*. O caso estudado nesta dissertação tem uma plataforma bastante completa, que inclui ferramentas de edição e votação do conteúdo apresentado no Overmundo. Mais adiante iremos apresentar e discutir o funcionamento e a participação dos usuários na estrutura de gestão do conteúdo desse site.

A comunicação é um elemento chave da socialização. Ao comunicar-se as pessoas trocam informações, que mantêm a dinâmica social e intercambiam recursos materiais, que permitem obter benefícios para ambas as partes (CATTAFI e ZAMBRANO, 2008). Para os dois autores venezuelanos, a colaboração se insere dentro desses objetivos da comunicação. Eles expõem seis características presentes na colaboração (CATTAFI e ZAMBRANO, 2008, p. 49):

- a) A colaboração é um ato coletivo;

- b) Deve existir uma tarefa a ser feita para que um grupo possa colaborar;
- c) Deve existir um “destinatário” do ato colaborativo seja ele uma entidade ou um grupo;
- d) Para colaborar, o grupo deve possuir algum recurso ou conhecimento que seja necessário para o “destinatário”;
- e) Um grupo deve estar em capacidade de comunicar ou de transferir o recurso ou o conhecimento com o qual deseja colaborar;
- f) Existe um objetivo a alcançar.

O autores conceituam a colaboração como o “resultado dos atos comunicativos consecutivos e recorrentes que têm como meta alcançar um objetivo para os destinatários do ato colaborativo” (Ibid., p. 49)⁵⁶. Para eles, a colaboração faz parte do ato comunicativo e necessita de um meio de comunicação para poder se concretizar. O computador e a *internet* são os meios adequados para se concretizar essa atividade. Os autores tentam mapear os padrões de interações existentes e os modelos de interface para aplicações colaborativas que possam atingir um alto grau de usabilidade.

No artigo estudado, os autores apresentam uma análise do uso das estratégias colaborativas utilizadas pelos meios digitais. Eles entendem a colaboração como uma estratégia de interação que necessita de ferramentas que dêem suporte a essa interação. Cattafi e Zambrano também abordam as interfaces para aplicações colaborativas, fazendo uma descrição das diferentes interfaces existentes. Por fim, são apresentados os padrões de interação como uma técnica facilitadora do desenvolvimento das interfaces de aplicações colaborativas (Ibid., p. 49).

Os autores informam que a investigação nesse campo se iniciou desde os anos 80 e propiciou o surgimento do CSCW (Computer-Supported Collaborative Work)⁵⁷. Nessa década surgiu o termo *Groupware*, relacionado ao programa de computador que permitia a realização de trabalho em grupo de múltiplos usuários com espaço de compartilhamento. Nessa plataforma existiam diversos locais de trabalhos conectados por uma rede, com o intuito de realizar tarefas conjuntamente. Para eles o CSCW é:

⁵⁶ “(...)resultado de actos comunicacionales consecutivos y recurrentes que tiene como meta alcanzar un objetivo para los depositarios del acto colaborativo”. (Tradução do autor).

⁵⁷ Trabalho Colaborativo Auxiliado por Computadores. (Tradução do Autor).

[...] um campo de investigação multidisciplinar que enfoca o desenvolvimento de princípios, métodos, ferramentas e técnicas para apoiar o trabalho de várias pessoas ao realizar tarefas compartilhadas, utilizando plataformas computacionais em rede ou distribuídas, investigando também os efeitos psicológicos, sociais e organizacionais envolvidos. (Ibid., p. 50)⁵⁸

Como podemos ver, a definição dada ao CSCW pelos autores converge para a idéia de comunicação colaborativa tratada nesta dissertação. O trabalho de Cattafi e Zambrano observa essas ferramentas de comunicação com uma abordagem mais direcionada para a questão computacional e técnica. No entanto, é fundamental compreendermos esta dimensão, pois, a partir das decisões tomadas na estruturação do projeto colaborativo, será possível saber o nível de interação e o quanto aquele conteúdo poderá ser manipulado pelas pessoas. É possível observar que os efeitos sociais, psicológicos e organizacionais constituem um ponto fundamental do conceito de CSCW.

Nesta dissertação, procuraremos mostrar a parte técnica e o funcionamento do *websites* colaborativos, sobretudo o Overmundo, por serem estes fatores condicionantes das formas de comunicação e interação que se estabelecerão numa comunidade. O foco principal, no entanto, é o aspecto humano envolvido nessas ferramentas participativas. A apropriação dos recursos técnicos por parte dos usuários é o que configura esse contexto colaborativo, caso contrário todas as experiências citadas não existiriam.

Para realizar uma atividade colaborativa na *internet*, são utilizados diversos tipos de ferramentas. Cada uma delas dispõe de uma plataforma tecnológica que se utiliza da relação espaço-temporal. Os autores dividem a comunicação entre localizada e distribuída. Se eles se encontram no mesmo *site* num mesmo local, ela será localizada, em caso contrário, distribuída. Por outro lado, o tempo transcorrido entre o começo e o final do ato comunicativo divide as ferramentas entre síncronas e assíncronas. Quando a comunicação acontece concomitantemente, sem intervalos de tempo entre a mensagem e a resposta, denominamos síncrona. O inverso é denominado comunicação assíncrona.

A partir dessas caracterizações, podemos desenvolver algumas classificações das ferramentas colaborativas. Os autores tipificam as aplicações mais comuns em (Ibid., p. 51):

⁵⁸ “[...] un campo de investigación multidisciplinario que se enfoca en el desarrollo de principios, métodos, herramientas y técnicas para apoyar el trabajo de múltiples personas en realizar tareas compartidas utilizando plataformas computacionales en red o distribuidas, investigándose también los efectos psicológicos, sociales, y organizacionales involucrados.” (Tradução do autor).

a) **Ferramentas comunicacionais de apoio à colaboração:** enviam mensagens, arquivos, dados ou documentos entre os participantes para facilitar o compartilhamento de informação. Exemplo: *e-mail*, mensagem de texto e *websites*.

b) **Ferramentas de conferência:** facilitam compartilhar informação de uma forma interativa. Telas compartilhadas: cada participante coloca dados em um quadro que os outros podem ler e modificar; vídeo conferência: os participantes compartilham vídeos e sinais de áudio para trocar informação; fóruns na *internet*: apresenta uma plataforma de discussão virtual para facilitar condução *on-line* de mensagens de texto; salas de bate-papo (*chat rooms*): plataforma virtual de encontros para trocar mensagens de texto em tempo real.

c) **Ferramentas colaborativas:** facilitam o trabalho em atividades de grupo. Incluem-se: calendários eletrônicos, sistema de gestão de projetos, sistemas de gestão de fluxos de trabalho, sistema de sistematização de conhecimento, sistemas extranet, sistemas de *softwares* sociais⁵⁹, Wikis, Blogs, quadros compartilhados e grupos de discussão.

Cattafi e Zambrano elaboraram uma tabela a partir dessas classificações mostrando algumas ferramentas colaborativas na *internet*. Eles inter-relacionam as aplicações colaborativas com a dimensão espacial (localizado, distribuído) e a temporal (sincrônica, assincrônica):

⁵⁹ É uma ferramenta de interação virtual na qual os usuários se cadastram em um website, e a partir daí podem se comunicar, potencialmente, com toda a rede de pessoas conectadas pelo mesmo *software* social. Atualmente, existem vários deles. Os mais famosos são: Facebook, Multiply, Orkut, MySpace, entre outros. Os formatos são parecidos, mas, de acordo com a arquitetura e a programação, eles podem ser mais ou menos interativos e permitirem uma maior flexibilidade na sua formatação a partir da intervenção dos internautas cadastrados.

	LOCALIZADO	DISTRIBUÍDO
SINCRÔNICO	<ul style="list-style-type: none"> - Curso de Treinamento - Fóruns Parlamentares - Telas Compartilhadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Vídeo Conferência - Mensagem de Texto - Fórum e Reuniões - Tomada de Decisões - Fluxo de Trabalho
ASSINCRÔNICO	<ul style="list-style-type: none"> - Ferramentas de Coordenação - Organizadores de Projeto - Sistemas de Escrituras - Colaborativas 	<ul style="list-style-type: none"> - E-mail - Grupos de Discussão - Transferência de Arquivos - Wiki - Blog

Tabela 1 – Aplicações colaborativas e tipos de interação.

Fonte: (CATTAFI e ZAMBRANO, 2008, p. 52)⁶⁰.

Vale salientar que esta tabela não pode ser observada de uma forma estanque. Muitos aplicativos podem ser enquadrados sob diferentes enfoques. Nesta tabela, os autores procuram ver a predominância, sem excluir que, por exemplo, as ferramentas de tomada de decisões e de fluxo de trabalho podem ser síncronas e localizadas. Podemos notar que eles observam ferramentas ligadas ao âmbito empresarial, corporativo, e que se diferenciam de uma perspectiva de redes abertas e colaborativas, mais enfocadas no nosso estudo.

Essas explicações de Cattafi e Zambrano nos ajudam a compreender a abrangência das experiências colaborativas. O quadro nos permite visualizar as classificações propostas pelos autores e perceber a participação na *internet* de uma forma mais holística. Sendo assim, poderemos observar as especificidades de cada ferramenta, as diferenças e as semelhanças a partir dessa classificação. O enquadramento permite tratar o fenômeno de uma forma menos individualizada, interligando as várias aplicações que seguem a mesma lógica da colaboração. A contribuição dos autores será retomada no terceiro capítulo quando iremos analisar o Overmundo.

⁶⁰ Tradução do Autor.

2.4 Comunicação colaborativa em perspectiva: uma revisão crítica

A discussão sobre a colaboração consegue abarcar um leque muito grande de visões, que muitas vezes não nos ajudam a compreender o que de fato está acontecendo. Após aprofundarmos alguns conceitos nas seções anteriores, julgamos necessário apresentar alguns autores que procuram investigar o fenômeno da colaboração sob um viés mais crítico. A utilização pelo *marketing* tem contribuído para a falta de esclarecimento e para a transformação do termo Web 2.0 numa palavra vazia. Alguns autores utilizam essa idéia e a desenvolvem, seja criticando efusivamente, pensando historicamente, seja criticando os pontos frágeis.

Nesta parte do primeiro capítulo temos o intuito de contribuir para o amadurecimento da discussão sobre a colaboração. Para tanto, é necessário não simplesmente absorver as teorias propostas pelos autores que estão ajudando a formar esse campo de estudo, Bowman e Willis (2003), Gillmor (2004) e O'reilly (2005a), mas retrabalhá-los para gerar novas reflexões. Dentre os autores que procuram questionar e aprofundar alguns aspectos da colaboração podemos citar: Antoun (2008), Beiguelman (2006; 2008), Fragoso (2004; 2008), Moretzsohn (2007) e Rebillard (2007).

Segundo Antoun (2008, p. 4), o movimento da Web 2.0 iniciou-se no ano 2000, a partir das discussões realizadas no *blog Cluetrain Manifest*⁶¹, no qual publicitários, marketeiros e empreendedores propunham mudanças no mercado a partir das transformações no compartilhamento de informação propiciado pela *internet*. Essas discussões culminaram com a elaboração do *Cluetrain Manifest* distribuído, atualmente, em doze línguas. Segundo o autor, esse grupo concebia a *internet* “como um lugar capaz de revolucionar a publicidade, o marketing e os negócios desgastados com a violência e estupidez da mídia proprietária de massas e seu modelo invasivo e esmagador” (Ibid., p. 4). Para o *Cluetrain*, a *internet* deveria ser como os *blogs*:

[...] uma plataforma onde programas de código aberto tornariam o conhecimento de programação desnecessário e tornariam o usuário um produtor e cooperador das empresas. Na nova web a publicidade encontraria a nova voz dos grupos da cultura da mídia que transformariam a publicidade em uma honesta recomendação crítica dos usuários. Os usuários se

⁶¹ <http://www.cluetrain.com/>

transformariam em sócios das empresas através de sua cooperação interessada na mesma medida em que as empresas reconhecessem seu valor e garantissem sua livre expressão e participação. (Ibid., p. 4).

Apesar de a grande motivação do manifesto ter surgido a partir da elaboração das ferramentas colaborativas, o tom do texto tende para o lado contrário do tecnicismo. Toda argumentação gira em torno da humanização e de uma crítica à tendência das empresas de tratarem seus clientes de uma forma fria, como se eles representassem apenas dados ou público-alvo a ser conquistado. O manifesto lança 95 teses que detalham essas proposições, que giram em torno do diálogo, e representa uma quebra na distância entre produtor e consumidor.

Outro fato mencionado por Antoun na formação da Web 2.0 foram as manifestações contra a guerra do Iraque em 2003. Para ele, a nova *web* mostrou mais efusivamente o seu poder político promovendo a primeira manifestação internacional descentralizada de massas através do *blog MoveOn*⁶². Essa movimentação, que se iniciou com o manifesto do Cluetrain, teve como um marco expressivo a popularização do YouTube em 2006. É interessante perceber que o slogan do YouTube, *broadcast yourself*⁶³, exprime bem o espírito da Web 2.0, que propaga a idéia de que cada um pode fazer o seu canal, produzir e distribuir de forma autônoma. Antoun explica esse desenvolvimento das experiências colaborativas:

Se em 2003 o New York Times vai celebrar a opinião pública global como quarto poder por sua manifestação contra a guerra, em 2006 a tradicional revista Time vai eleger o anônimo “você” como homem do ano pela cooperação generalizada promovida através da nova *web* entre usuários e empresas, com o YouTube sendo apresentado como principal exemplo. (Ibid., p. 4).

Apesar da efervescência do tema, poucos estudiosos se dispuseram a pensar criticamente o fenômeno da colaboração na *web*. Vários trabalhos abordam a questão de forma naturalizada, sem ir além da descrição e do senso comum. Analisaremos aqui alguns pontos importantes, relacionados a essas experiências participativas, a partir da contribuição de Beiguelman (2006; 2008) e Moretzsohn (2007). A primeira autora faz uma análise ensaística sobre a Web 2.0 e suscita várias reflexões de como o fenômeno está sendo apropriado pelo *marketing* e por grandes corporações. Moretzsohn se concentra na crítica ao

⁶² <http://www.moveon.org/>

⁶³ A expressão em português pode ser traduzida como: “transmita você mesmo” ou “divulgue você mesmo”.

determinismo tecnológico presente nos discursos dos livros e dos projetos colaborativos, discutindo as limitações dessa área.

Segundo Beiguelman (2006), o fenômeno 2.0 remete “a novos padrões de organização dos dados que nos permitem utilizar a *web* de forma mais personalizada, ágil e coletiva” (BEIGUELMAN, 2006). A terminologia apontaria para um novo caminho da cibercultura, “marcada pela ruptura com a dinâmica dos conteúdos empacotados pelos portais, rumo à democracia de uma rede em que os usuários têm voz” (Ibid., 2006). Mesmo apontando as mudanças atreladas a essa nova terminologia, a autora alerta para a estratégia de *marketing* existente por trás dos grandes *sites* (Google, Flickr) ligados à “segunda geração da web”.

Beiguelman problematiza alguns aspectos pouco aprofundados pelos autores que procuram sistematizar o fenômeno da colaboração na *internet*. Segundo a pesquisadora, a arquitetura de “linkagem” da Web 2.0 aponta para a passagem da cultura baseada na taxonomia para uma cultura ancorada na “companheironomia” (Ibid., 2008). Essa mudança na forma de organizar a informação pode ser compreendida como a mudança da taxonomia para a “folksonomia” (AQUINO, 2008).

A taxonomia é utilizada na *internet* para organizar os diretórios. Os *sites* de buscas, por exemplo, são orientados por uma lógica taxionômica e técnicas de indexação baseadas na popularidade dos *sites*. Com a Web 2.0 emerge um novo tipo de taxonomia denominada “folksonomia”. O termo cunhado por Vander Wal (2005) adiciona a palavra folk (povo em inglês) à taxonomia e caracteriza-se pela organização das informações a partir das *tags* (etiquetas ou marcadores) criadas pelos próprios usuários. O autor explica o objetivo dessa nova forma de organização dos dados na *internet*:

“Folksonomia” é o resultado de processos livres de “etiquetamento” de informação e dos objetos (qualquer coisa com URL) para sua própria recuperação. A colocação de etiquetas/marcadores é feita em um ambiente social (compartilhado e aberto aos outros usuários). O ato de “etiquetamento” é feito pelas pessoas que consomem a informação.⁶⁴ (VANDER WAL, 2005).

⁶⁴ “Folksonomy is the result of personal free tagging of information and objects (anything with a URL) for one's own retrieval. The tagging is done in a social environment (shared and open to others). The act of tagging is done by the person consuming the information.” (Tradução do autor).

A folksonomia está intimamente ligada à questão das “nanoaudiências”⁶⁵ (BEIGUELMAN, 2008). Esse neologismo se refere ao surgimento de audiências formadas por grupos extremamente pequenos em comparação com as transmissões em escala mundial que congregam um público composto por milhões de pessoas. Essas nanoaudiências seriam as responsáveis por criar uma “nuvem de informação”, que seria determinada pelo número de acessos às etiquetas (*tags*). Quanto maior o número de acessos, maior o tamanho ocupado por aquela informação e maior o destaque nas páginas principais dos projetos da Web 2.0.

Mesmo possibilitando a criação de novos espaços impensados anteriormente, a *web* colaborativa não rompe completamente com a cultura dos *hits*⁶⁶, visto que na primeira página encontram-se as páginas mais acessadas, os marcadores mais visualizados e os conteúdos mais votados. A grande diferença é que todos têm o seu espaço garantido dentro do sistema colaborativo, sua pequena audiência na rede. Um dos aspectos fundamentais é saber quem vai ter destaque nesse “mar de informação”. *Sites* como o Myspace utilizam a página principal e várias seções com fins comerciais, que são transformadas em espaços publicitários.

Sobre a utilização das redes de relacionamento como ferramentas de marketing, Beiguelman (2008) considera que:

(...) essa modalidade de uso das redes sociais indica um esvaziamento da esfera pública e uma fragilização da política como arena de negociação coletiva que me parece importante interrogar, relacionando alguns fatos recentes às transformações tecnológicas das quais temos sido testemunhas e atores. (BEIGUELMAN, 2008).

Para concluir, Beiguelman desconsidera a importância dos filtros de informação. Para ela, esse procedimento é realizado a partir da hipótese de que existe um “estado de excesso da informação”. Tal hipótese alimenta “uma aspiração conservadora que pressupõe ser necessária uma hierarquia de poder intelectual” (Ibid, 2008). Beiguelman faz uso da discussão acima para pensar a forma de distribuição da informação na nossa sociedade. Sobre a questão, ela afirma: “o problema, portanto, não é descobrir como limitar a quantidade de informações, mas sim como ampliar, cada vez mais, o volume qualitativo do conteúdo midiático e cultural que circula na *internet* e fora dela” (Ibid, 2008).

⁶⁵ O termo nano deriva do Sistema Internacional de Unidades e pode ser representado pela potência 10^{-9} . A expressão foi popularizada a partir da nanotecnologia, que constrói estruturas e novos materiais a partir de átomos.

⁶⁶ Contador estatístico dos sites da internet.

Moretzsohn (2007) faz um trabalho de análise das proposições lançadas a respeito da participação na *internet*. O enfoque principal é a crítica ao determinismo tecnológico presente no discurso dos *sites* colaborativos e nos autores que são adeptos desse novo campo. Ela defende o campo do jornalismo e se contrapõe efusivamente aos *sites* de produção de notícia. No decorrer da sua explanação, ela aborda questões que tocam diretamente alguns pontos tratados neste capítulo. A respeito dos dois principais livros que abordam a temática do jornalismo colaborativo - *We media* (BOWMAN; WILLIS, 2003) e *We the media* (GILMOR, 2004) - Moretzsohn (2007, p. 261) comenta que todo argumento se desenvolve na polarização entre “o poder imperial, exclusivista, elitista e arrogante dos jornalistas” e as audiências, o público difuso. Ela critica que em nenhum momento existe algum questionamento sobre as questões econômicas. “Por isso é tão fácil desenhar-se o quadro de disputa entre ‘blogueiros’ e o jornalismo tradicional, que, como toda simplificação, é mistificadora”. Moretzsohn critica veementemente o *We Media* (BOWMAN; WILLIS, 2003).

We Media chama a atenção já na ilustração de capa: quatro figuras humanas estilizadas, de diferentes cores, dando-se as mãos, como numa ciranda, ligadas por setas de mão dupla com símbolos que representam sinteticamente algumas necessidades da vida social – dinheiro, conhecimento, solidariedade, etc. Embora não haja qualquer referência a Habermas ao longo do texto, a ilustração sugere e a análise implicitamente confirma a alusão a essa comunidade de falantes igual a si mesma, que se baseia no e busca o consenso, potencialmente capaz de realizar a “ação comunicativa”. (MORETZSOHN, 2007, p. 261).

Um dos pontos mais criticados no texto é a teoria do “público, logo filtro” difundida pelos autores de *We Media*. A autora se posiciona contra a lógica da auto-correção, que orienta os projetos de jornalismo participativo, e contra o argumento de que a checagem das informações aconteceria naturalmente na comunidade, devido ao esforço permanente de descobrir a verdade. Moretzsohn defende a idéia de que apenas a vontade de publicar e colaborar não são capazes de garantir uma informação bem elaborada. Segundo ela, o código de ética do jornalismo parte do critério de honestidade, rigor, isenção e integridade, que garante *a priori* o zelo pela qualidade das informações veiculadas.

Essa tentativa de tornar o jornalismo uma profissão obsoleta, está presente de modo mais forte no discurso de Moretzsohn do que na obra dos autores criticados por ela. Gillmor, Bowman e Willis consideram que as mídias colaborativas estão transformando o jornalismo, mas durante o texto eles procuram relacionar os dois campos de forma complementar. O texto

de Moretzsohn se detém na comparação com o jornalismo, quando na verdade a lógica que orienta a participação é outra e os objetivos a alcançar são distintos.

O momento contemporâneo, marcado por novas experiências, cria o ambiente perfeito para o fortalecimento das correntes mais apocalípticas, que apontam para o fim dos meios anteriores ou uma predominância dos formatos mais recentes. Uma questão que muitas vezes é ignorada é a análise do jogo de interesses presente nas experiências colaborativas, que *a priori* dão plena liberdade aos usuários de expressar-se livremente. Moretzsohn (2007) reflete sobre o *website* de jornalismo participativo coreano OhmyNews que afirma ter mudado o rumo da imprensa:

Diante disso, talvez o mais correto seja dizer que essa “revolução na história da imprensa mundial” seja mais propriamente um bom *slogan* para uma incitativa empresarial como tantas outras, que apenas tira proveito da agilidade proporcionada pelas novas tecnologias e estimula o público a alimentar o projeto em troca de uma remuneração “simbólica” e do *status* de “repórter”, ainda que não “profissional”. (Ibid., p. 270).

O tom bastante crítico de Moretzsohn, traz uma boa contribuição. Ao tentar revelar a verdade escondida atrás dos vários discursos dos arautos das novas mídias, ela consegue trazer à tona questões fundamentais, como: modelos de filtro da informação, o discurso dos autores da *web* colaborativa e o mito da tecnologia redentora. Além de tudo, a obra é um dos primeiros trabalhos que se contrapõem frontalmente à literatura do jornalismo de fonte aberta. Mesmo se algumas opiniões terminam sendo um pouco radicais, elas poderão nos ajudar a contrapor o furor da literatura que supervaloriza as formas de colaboração na rede mundial de computadores.

Um dos trabalhos mais consistentes que se propõe a analisar a Web 2.0 é o de Rebillard (2007). No livro *Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'internet*⁶⁷ o autor se propõe a pensar criticamente o fenômeno tratado nesta dissertação. A obra tem um caráter abrangente, aprofundando o espírito crítico, sem, no entanto, se deixar tomar por um conservadorismo míope em relação às transformações sociais. Rebillard divide a obra em dois eixos. O primeiro procura fazer uma revisão crítica dos argumentos utilizados na observação da rede e mensurar as novas oportunidades oferecidas à cultura e à informação com a *internet*. O segundo visa formular proposições metodológicas para analisar as novas

⁶⁷ A Web 2.0 em perspectiva – Uma análise sócio-econômica da Internet. (Tradução do autor).

ferramentas na *internet*. Essas proposições constituem uma grande contribuição para a discussão sobre a *web* colaborativa, visto que vários estudos não conseguem articular o âmbito conceitual e o âmbito empírico. Durante todo o percurso, fica claro que o estudioso tem conhecimento das ferramentas e das várias experiências participativas e expõe com clareza os principais autores, oriundos do campo da tecnologia e da comunicação, e de outros campos que podem contribuir de alguma forma para a discussão. O próprio autor explica melhor o desafio do livro e a orientação do seu olhar sobre a *web*:

[...] as visões de uma *internet* que altera radicalmente o existente não são mais aptas a dar conta das mutações em matéria de informação e cultura [...]. A compreensão das evoluções na obra passa por uma posição mediana suscetível de avaliar na justa medida a exploração social das potencialidades oferecidas pela *internet*. Alguns já serão tentados a responder que esta posição mediana é de alguma forma uma ausência de tomada de posição. Nós pensamos, ao contrário, que a exploração de um caminho menos imediato e mais exigente que os atalhos balizados do otimismo beato ou do conservadorismo sem nuances podem levar a uma posição intelectual aprofundada. A aposta desta obra será assim realizada se alguns leitores encontrarem os apoios para abordar com maior clarividência as mutações sociais ligadas à *internet*.⁶⁸ (REBILLARD, 2007, p. 15).

Rebillard se posiciona, desde a introdução, contrariamente aos discursos que promovem uma revolução da informação e da cultura e adverte sobre a inerente dimensão ideológica neles contida. Para ele, toda “nova tecnologia” está sujeita à produção de um imaginário que por sua vez lhe atribui a paternidade de uma “nova sociedade” (Ibid., p. 14). Ele denomina esses discursos enfáticos de “revolução *internet*” e mostra que eles são embasados na contraposição entre velhos e novos meios e na divisão entre um período pré e um pós *internet*. Esses retomam antípodas como: horizontalidade *versus* verticalidade; passividade *versus* atividade; controle *versus* liberdade. Propõem ainda a substituição das “mídias *de* massa” pelas “mídias *das* massas” e até mesmo o fim da televisão.

⁶⁸ “ [...] les visions d’un internet modifiant radicalement l’existant ne sont pas plus aptes à rendre compte des mutations en matière d’information et de culture [...]. L’intelligibilité des évolutions à l’oeuvre passe par une position médiane susceptible d’évaluer à sa juste mesure l’exploitation sociale des potentialités offertes par l’internet. Certains seront d’ores et déjà tentés de rétorquer que cette position médiane est en quelque sorte une absence de prise de position. Nous pensons au contraire que l’exploration d’une voie moins immédiate et plus exigeante que les sentiers bien balisés de l’optimisme béat ou du conservatisme sans nuance, peuvent amener à une position intellectuellement renforcée. Le pari de cet ouvrage sera ainsi réussi si certains lecteurs y trouvent des appuis pour aborder avec plus de clairvoyance les mutations sociétales liées à l’internet.” (Tradução do autor).

A Web 2.0 traz novo ânimo às visões messiânicas, que, com a popularização do fenômeno da colaboração, reavivam a contraposição aos veículos de massa tradicionais. O autor critica essas visões:

A representação usual de um telespectador apático ou mais geralmente de uma marca totalitária da sociedade de consumo sobre as práticas culturais e informacionais não deve mais dar espaço ao sentimento, no mínimo falso, de um contágio do espírito militante e altruísta das origens da *internet* perto de uma população daqui por diante massiva de internautas.⁶⁹ (Ibid., p. 14).

Rebillard chama a atenção para a supervalorização da Web 2.0. Em maio de 2001, assistimos ao fenômeno da “bolha da *internet*” que supervalorizou as ações das empresas pontocom. Após esse acontecimento, várias pequenas empresas quebraram, o que gerou certa desconfiança do mercado em relação aos mercados *on-line*. O autor afirma que o mesmo furor vivido nos anos 90, e que gerou um colapso em 2001, parece ressurgir com a *internet* colaborativa. Para exemplificar isso, podemos citar a venda do site YouTube para o Google no dia nove de outubro de 2006, avaliada em 1,65 bilhões de dólares (GOOGLE..., 2006). A observação destes fatos nos conduz a um olhar mais prudente em relação a esse mercado:

Frente a todos os anúncios de perturbação social, política e econômica, o simples recuo histórico nos incita à prudência. Desse ponto de vista, a aptidão ao distanciamento dos discursos dos atores, e mais geralmente de todas as formas unilaterais de determinismo técnico, constitui um tipo de reflexo salutar para um observador avisado.⁷⁰ (Ibid., p. 14).

A tendência à distância e ao recuo histórico, com o intuito de observar com mais precisão o fenômeno da colaboração, nos traz mais critérios para observar fenômenos contemporâneos. Rebillard nos lembra que, se observarmos mídias anteriores à *internet*, já acontecia o compartilhamento de informação e de produtos culturais. Ele cita a explosão nos anos 80 das fitas cassetes e dos videocassetes caseiros. Vários jovens copiavam álbuns inteiros e intercambiavam com seus amigos. O que é novo com a *internet* é a envergadura

⁶⁹ “La représentation courante d’un téléspectateur apathique ou plus généralement d’une emprise totalitaire de la société de consommation sur les pratiques culturelles et informationnelles ne doit pas davantage céder la place au sentiment, au moins aussi faux, d’une contagion de l’esprit militant et altruiste des origines de l’*internet* auprès d’une population désormais massive d’internautes.” (Tradução do autor).

⁷⁰ “Face à toutes ces annonces de bouleversement social, politique, et économique, le simple recul historique incite à la prudence. À cet égard, l’aptitude à la mise à distance des discours d’acteurs, et plus généralement de toutes les formes unilatéral de déterminisme technique, constitue une sorte de réflexe salutaire pour un observateur avisé.” (Tradução do autor).

dessas práticas sem precedentes na história. A limitação do compartilhamento ao ambiente físico dá lugar à interconexão e ao acesso mundial de arquivos digitais.

Sobre o mito da passividade, Rebillard mostra que o ato de ler um livro, escutar uma emissora de rádio ou assistir à televisão não constitui necessariamente uma atividade passiva. Todas essas ações exigem um trabalho mental, portanto constituem a primeira forma de atividade de um indivíduo. A partir destas reflexões surge uma tipologia das atividades realizadas por usuários de TIC (tecnologias da comunicação e da informação): interpretação intelectual, manipulação material e intervenção no conteúdo. Para o autor, a utilização e a manipulação das TIC são quase sinônimas, já que a interface dos computadores e dos aparelhos digitais requer uma atividade contínua e acaba por gerar uma cultura da tela, que pode ser encontrada nos celulares de última geração e nos computadores portáteis de diferentes tamanhos.

Sobre o último ponto, na intervenção no conteúdo é onde se concentra uma possível peculiaridade da atividade na *internet*. Ele ressalta que essa característica é o argumento central da chamada “revolução *internet*” e a partir daí surge o conceito de *lectacteur*⁷¹. A idéia de um leitor que também participa da autoria se aproxima do *prosumer* de Bowman e Willis (2003). Rebillard utiliza um estudo da Médiamétrie⁷² sobre a Web 2.0 publicado em outubro de 2006. O trabalho divide os usuários da *web* em duas categorias: os contribuintes⁷³ (14,8 milhões) e os criadores (3,1 milhões). Para integrar a primeira categoria, o internauta entrevistado deveria declarar que contribuía votando no site, colaborar com um verbete da wikipédia, fazer algum comentário no *blog* ou participar de um fórum. Essas atividades consistem em se exprimir e participar da rede. Na segunda categoria, seriam agrupados aqueles usuários que disponibilizam nas redes os conteúdos criados por eles (vídeos, fotos, textos, músicas).

A partir desses dados, podemos observar que não é a maioria que produz conteúdos inéditos e dissemina na *internet*. O autor sublinha que o principal eixo de criação se concentra nos *blogs* e nos *websites* com plataformas para disponibilização de produtos artísticos. Vale a pena ressaltar que, tanto os contribuintes quanto os criadores, são grupos fundamentais na *internet*, já que muitas vezes um comentário sobre o texto postado no *blog* pode gerar uma ampliação da discussão inicialmente proposta. É importante observar que esses grupos não são estanques e na *web* colaborativa essas funções estão sempre se alternando.

⁷¹ Neologismo formado pelas palavras *lecteur* (leitor) e *auteur* (autor).

⁷² <http://www.mediametrie.fr/>

⁷³ Optamos pela utilização da tradução literal da palavra “contributeurs”, usada pelo autor, para não ocorrer ambigüidades.

O nosso objeto de estudo é um *website* colaborativo fundamentado na participação em diferentes níveis. Poderemos observar no capítulo 3 que as duas classes apresentadas na pesquisa do Médiamétrie são importantes na manutenção da estrutura do *site*.

Uma questão central e muito combatida na Web 2.0 é a assiduidade das colaborações. A Technorati⁷⁴ publicou em 2008 o seu relatório anual⁷⁵, que mapeia o “estado da ‘blogosfera’⁷⁶”. Nela podemos observar o número de atualizações feitas no *blogs*. Desde 2002, a Technorati indexou 133 milhões de *blogs*. Desses apenas 7,4 milhões foram atualizados em 120 dias, 1,5 milhões em sete dias e 900.000 em 24 horas. Os dados nos mostram que, apesar do grande número de *blogs* existentes na rede, poucos são aqueles que funcionam com assiduidade e constituem um veículo atualizado. Sendo assim, mais uma vez, a contraposição entre *blogs* e jornais é pífia, visto que a atualização constante é uma característica típica do jornalismo e menos recorrente no universo de *blogs*.

Essa pesquisa nos mostra como é importante ir além dos números gerais sobre a Web 2.0 e observar com maior profundidade, para se obter dados mais concretos e que expressem mais claramente como acontecem as práticas de colaboração. Muitas vezes, um site pode ter um grande número de cadastros e pouca colaboração, ou, ao contrário, uma comunidade pequena, mas muito atuante.

Rebillard nos lembra que os recursos para a colaboração ainda estão restritos a uma parcela pequena da população mundial. Segundo ele, boa parte dos sites colaborativos são mantidos por especialistas e estudantes, fato este que representa uma concentração das atividades em um grupo específico da sociedade. É importante mencionar que o crescimento tem sido muito grande, mas a participação igualitária das várias camadas sociais e etárias é algo longe de se concretizar.

As desigualdades presentes na utilização das ferramentas participativas na *internet* não são um fenômeno isolado e devem ser compreendidas na sua totalidade. Desde os anos 70, quando as primeiras conexões internacionais entre redes digitais de comunicação começaram a ser realizadas a população com acesso a elas cresceu vertiginosamente (FRAGOSO, 2004). No entanto, percebe-se várias discrepâncias na distribuição da infra-estrutura, elemento essencial para o tráfego de informações. “A despeito do crescimento acelerado e da grandeza dos números absolutos, em termos proporcionais verifica-se que o acesso à rede permanece

⁷⁴ É uma empresa que oferece um sistema de busca exclusivo para *blogs*. Por sua especialidade, ela acabou se tornando uma referência na catalogação de dados sobre a “blogosfera”. Desde 2002, ano da sua fundação, o Technorati conta com um elenco de 133 milhões de *blogs*.

⁷⁵ Termo que designa toda a rede de *blogs* espalhados pelo mundo.

⁷⁶ <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

restrito a uma reduzidíssima parcela dos habitantes do planeta” (Ibid., 2004, p. 4). Essas disparidades geram um quadro de “exclusão digital” que reflete as diferenças político-geográficas entre as várias regiões, tanto no âmbito nacional quanto no âmbito mundial.

Fragoso (2008) aprofundou alguns aspectos das iniquidades observadas na utilização da tecnologia, conectando a relação entre as redes urbanas e as redes digitais. Motivados pelos gráficos apresentados pela autora, nossa pesquisa procurou atualizar os dados que ilustram a distribuição mundial e nacional do acesso à *internet*. O gráfico 1 mostra os dados da população mundial com acesso à rede, divididos por regiões geográficas.

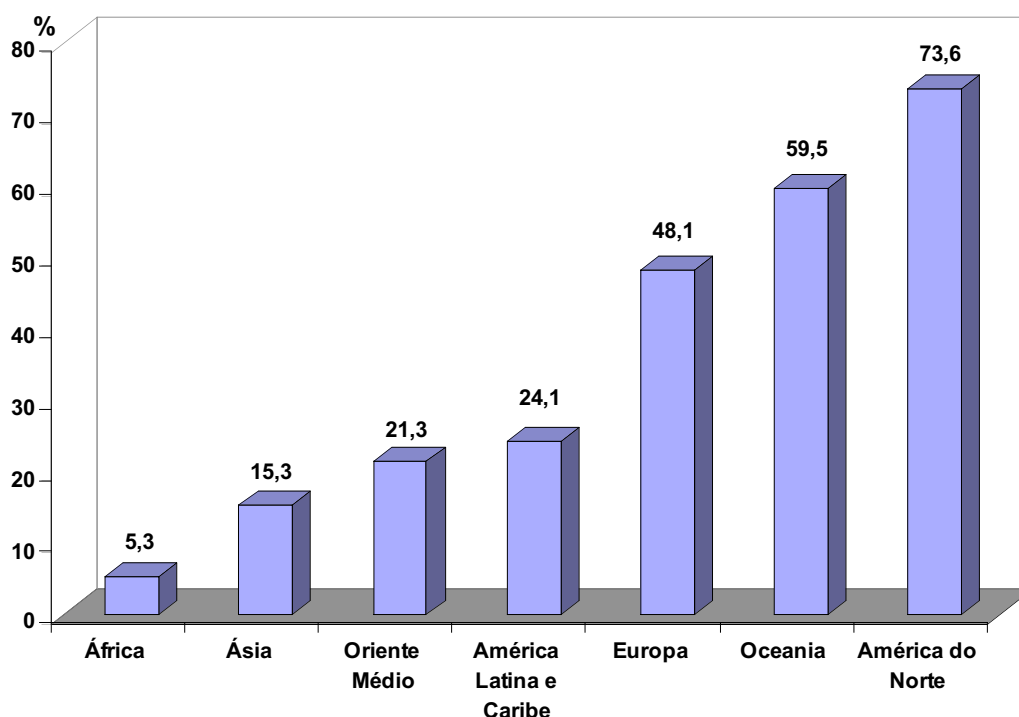


Gráfico 1: Porcentagem da população usuária de *internet* no mundo, por regiões geográficas.

Fonte: (INTERNET USAGE STATISTICS, 2008).

Como podemos observar, as nações subdesenvolvidas e em desenvolvimento têm uma fatia muito pequena da população com acesso à rede mundial de computadores. A Ásia, por exemplo, tem uma alta densidade demográfica e concentra o maior número de usuários de *internet* no mundo - 39,5% contra 17% da América do Norte (Internet Usage Statistics, 2008). No entanto, quando observamos a proporção da população asiática com acesso à rede temos 15,3% contra 73,5% dos norte-americanos. Esse fato reitera a idéia de que, mesmo a *internet* tendo chegado em todos os continentes do mundo, nos países mais pobres apenas uma pequena parcela da sociedade pode desfrutar do acesso às novas tecnologias.

A partir da análise dos dados expostos, podemos visualizar como a infra-estrutura técnica de acesso à rede tem uma relação direta com o poder econômico das regiões

estudadas. Podemos encontrar, também, uma relação proporcional entre o acesso à *internet* e a condição social das regiões estudadas.

No âmbito nacional, a situação segue a mesma lógica encontrada nos dados em escala mundial. No sudeste e o no sul do país a porcentagem de usuários com acesso domiciliar à *internet* é mais do que o triplo encontrada no Norte e no Nordeste do país.

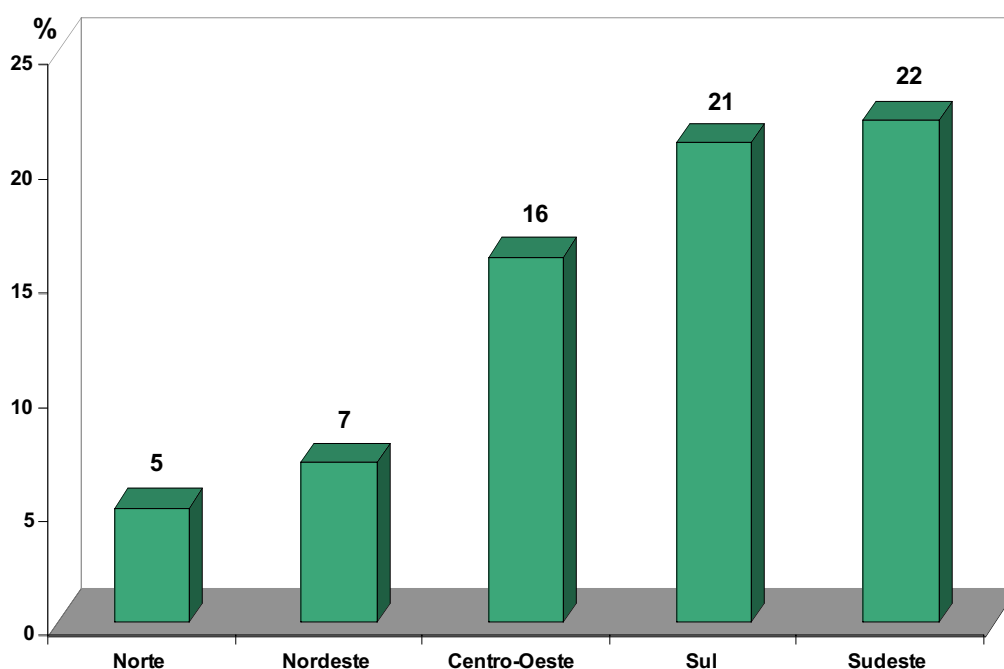


Gráfico 2: Porcentagem da população brasileira com acesso domiciliar à *internet*, por região.
Fonte: (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2008).

A problemática acima nos leva a pensar como as desigualdades sociais verificadas na sociedade brasileira e na população mundial também estão presentes quando analisamos o acesso ao uso domiciliar da *internet*. “A heterogeneidade das condições de conexão, configuradas pela confiabilidade e capacidade da infra-estrutura de telecomunicações e pelas formas de taxaço dos serviços, refletem, mais uma vez, as diferenças político-geográficas” (FRAGOSO, 2004, p. 6).

As desigualdades sociais estão ancoradas dentro da própria formação brasileira. Sendo assim, a exclusão digital tem raízes mais profundas, que remonta a períodos históricos longínquos. Dentro desse contexto de disparidades, é importante observar que alternativas estão sendo criadas pela própria população para promover a universalização do conhecimento tecnológico. As *lanhouses*⁷⁷ são um dos principais exemplos desse fenômeno e têm tido um

⁷⁷ A sigla Lan (Local Area Network) se refere a uma rede local de computadores situados em uma área relativamente pequena. No Brasil a palavra é utilizada para se referir a um estabelecimento comercial onde as

importante papel na democratização do acesso aos usos dos computadores e da *internet*, sobretudo nos bairros periféricos. Em relação a 2006, o número de internautas⁷⁸ no Brasil aumentou seis pontos, chegando a 34% em 2007 (SANTOS, R., 2008). Desse número, 49% dos usuários utilizam centros públicos de acessos pagos (*lanhouses*, *internet* cafés, etc.) para se conectar à *internet*. “O uso da *internet* nestes centros cresceu 19 pontos percentuais com relação ao ano passado⁷⁹, um aumento muito significativo, o que mostra o grande potencial da iniciativa privada para combater o problema da exclusão digital no País” (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2008, p. 84).

O governo brasileiro vem realizando algumas iniciativas para popularizar o uso da *internet* no país. Essas atividades foram denominadas “ações de inclusão digital”. Um dos exemplos mais importantes são os “pontos de inclusão digital”, que disponibilizam gratuitamente acesso à *internet* para a população. Em dezembro de 2008, o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia computou 17.875 pontos (IBICT, 2008) cadastrados no país, um aumento significativo em relação a 2005, quando dispúnhamos de 12 pontos de acesso público e gratuito no País (FRAGOSO, 2008).

peças podem pagar para utilizar um computador com acesso à *internet* e a uma rede local, com o principal fim de acesso à informação rápida pela rede e a entretenimento através dos jogos em rede ou *on-line*.

⁷⁸ Na pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (2008), o internauta foi definido como os indivíduos que acessaram a *internet* nos últimos três meses.

⁷⁹ A pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil se referia à comparação entre os dados coletados em 2007 e em 2006.



Mapa 1: Distribuição dos pontos de acesso gratuito à *internet*.

Fonte: (ONID, 2008).

O mapa apresentado por Fragoso (2008) mostra a distribuição dos pontos de acesso gratuito à *internet* no País. A figura deixa claro que a iniciativa governamental ainda está concentrada nas regiões litorâneas e nos grandes centros urbanos brasileiros, reiterando as desigualdades já mencionadas. Mesmo com tantas dificuldades existentes no processo de expansão da *internet* no país, os dados acima expostos mostram um quadro evolutivo, que poderá ser aprimorado com a ampliação das iniciativas governamentais e do terceiro setor.

Um elemento importante a ser lembrado é que boa parte das regiões que não dispõem do acesso à *internet* vivem em condições sociais tão precárias, que não estariam aptas a se inserir na dentro da lógica da “sociedade informacional” (CASTELLS, 2006a). Fragoso resume sucintamente os problemas enfrentados na realização da inclusão digital brasileira:

[...] a persistência do analfabetismo, que alcança 13,3% da população brasileira em todas as regiões inviabiliza definitivamente a presunção de universalidade do acesso: nenhum serviço de governo eletrônico poderá ser utilizado pelas pessoas que não conseguem sequer ler a instrução ‘clique aqui’. (FRAGOSO, 2008, p. 8).

Tendo e vista essas dificuldades, não podemos pensar que os processos colaborativos serão imediatamente assimilados por uma população que ainda está se adaptando à lógica da *internet* e tem sérias defasagens na formação escolar. Mesmo com os problemas abordados, o público brasileiro tem aderido fortemente aos *sites* colaborativos. Ao observar a lista dos sites mais acessados no Brasil (ALEXA, 2008), contamos com dois sites colaborativos entre os cinco mais acessados (Orkut⁸⁰ e Youtube) pelos internautas do País.

“É necessário entender que a criação de conteúdos pelos internautas constitui mais um epifenômeno que um fenômeno social generalizado”⁸¹ (Rebillard, 2007, p. 47). Ao colocar em perspectiva as informações e os discursos, o autor não tem o objetivo de diminuir o interesse perante as emergentes ações colaborativas, mas mostrar que elas são proporcionalmente pouco disseminadas. Para resumir os questionamentos, o autor conclui: “a intervenção dos internautas sobre o conteúdo não é uma prática menor, mas minoritária”⁸² (Rebillard, 2007, p. 48).

O autor nos lembra que o próprio ato de colaborar exige uma preparação intelectual, cultural e educativa. Segundo ele, o número mundial de não-internautas é de aproximadamente cinco bilhões de pessoas. A “alfabetização informática” exige um pouco de conhecimento da língua inglesa, saber ler e escrever e ser formado para a abstração necessária para utilizar os recursos do computador e da *internet*. Mesmo observando os avanços e a tendência a uma crescente popularização, Rebillard conclui:

A criação de conteúdo pelos internautas permanece por hora uma atividade socialmente discriminada (restrita). Seu perímetro pode se alargar com o passar do tempo, empurrada por uma classe média em crescimento e cada vez mais familiarizada com as TIC (tecnologias da informação e da comunicação) como nós acabamos de notar. (Ibid., p. 53).⁸³

⁸⁰ Para mais informações sobre a popularidade do Orkut entre os usuários brasileiros, consultar Fragoso (2006).

⁸¹ “Il faut bien réaliser que la création de contenus par les internautes constitue un épiphénomène plutôt qu’un phénomène social généralisé.” (Tradução do autor).

⁸² “l’intervention des internautes sur les contenus n’est pas une pratique mineure mais minoritaire”. (Tradução do autor).

⁸³ “La création de contenus par les internautes reste donc pour l’heure une activité socialement discriminée. Son périmètre peut s’élargir au fil du temps, sous la poussée d’une classe moyenne intellectuelle croissante et de plus en plus familiarisée avec les TIC comme on vient de le noter.” (Tradução do autor).

Ao logo deste capítulo, apresentamos os principais autores e as teorias que nos ajudam a compreender a comunicação colaborativa, bem como contextualizar a discussão sobre esse campo e seus aspectos mais criticados e polêmicos. Verificamos as terminologias adotadas, os limites de alguns teóricos, tentando assimilar os atuais estudos numa perspectiva crítica, contribuindo para a continuidade da discussão no campo que interliga comunicação e tecnologias da informação. Podemos observar como a participação na *internet* está se consolidando e amadurecendo, mas está longe de ser uma unanimidade na população.

Na nossa observação sobre a *web* colaborativa e as várias teorias que emergem desse fenômeno, podemos constatar que a *internet* se nutre de um contínuo neofilismo. Uma necessidade de estar sempre se renovando e afirmando continuamente um novo momento, dando a impressão de que as ferramentas se tornariam rapidamente obsoletas. Beiguelman aprofunda esse caráter efêmero da *internet* apontando a rede como “um campo fértil de neologismos” (BEIGUELMAN, 2006), onde empresas se aproveitam desses fenômenos efêmeros para renovar os seus produtos.

É interessante observar que, no decorrer da elaboração desta dissertação, começou a ser amplamente difundida na rede a idéia de uma Web 3.0 ou “*web* semântica”. Essa “terceira onda” da *internet* teria como objetivo estruturar e organizar de forma mais inteligente toda informação disponível na rede.

O termo surgiu a partir de uma reportagem de Jorhn Markoff, veiculada no New York Times em 12 de novembro de 2006. O jornalista afirma que a terceira onda na *web* tornaria as ferramentas de busca cada vez mais precisas, permitindo ao usuário encontrar exatamente o assunto desejado. O próprio autor explica melhor o objetivo dos pesquisadores que estão desenvolvendo a Web 3.0. “A meta deles é adicionar uma camada de significado sobre a *internet* existente, o que a tornaria menos um catálogo e mais um guia — até mesmo fornecendo a fundação para sistemas que possam raciocinar de forma humana”⁸⁴ (MARKOFF, 2006).

A presente dissertação não tem o objetivo de abordar especificamente este tema, contudo o aparecimento da “*web* semântica” termina por comprovar várias das críticas realizadas à terminologia Web 2.0. O aparecimento de tantas nomenclaturas para explicar a *internet* nos faz questionar se a *web* não seria apenas a mesma de sempre, continuamente em

⁸⁴ “Their goal is to add a layer of meaning on top of the existing Web that would make it less of a catalog and more of a guide — and even provide the foundation for systems that can reason in a human fashion”. (Tradução do autor).

desenvolvimento (beta) e ficando cada dia mais próxima do seu objetivo inicial, traçado por Tim Berners-Lee. Observando todos esses aspectos, percebemos a necessidade de utilizar o termo *comunicação colaborativa* para elucidar o fenômeno da participação na *internet* de uma forma mais perene, dando a condição de analisar as continuidades e as rupturas, diferentemente das terminologias emergentes que claramente põem um peso maior sobre as discontinuidades visualizadas na rede.

3. O OVERMUNDO E A COMUNICAÇÃO COLABORATIVA

O presente capítulo analisa o objeto de estudo desta dissertação, o *website* colaborativo Overmundo, colocando-o em perspectiva com o horizonte teórico apontado nos capítulos anteriores. Inicialmente, queremos destacar os trabalhos realizados pelo Grupo de Estudos do Jornalismo (Gjol)⁸⁵ da UFBA e pelo Laboratório de Interação Mediada por Computador (LIMC)⁸⁶ da UFRGS, que contribuem frequentemente para a discussão sobre os processos colaborativos na *internet*. Sendo assim, não poderíamos tratar o tema central desta dissertação como algo inédito no País. Utilizaremos algumas dissertações de mestrado e teses que abordam esta temática escolhida. Destacamos os trabalhos de Brambilla (2006), Holanda (2007), Träsel (2007). A partir desses pesquisadores, podemos estabelecer nossa metodologia de análise, contextualizando o objeto de estudo selecionado dentro de um quadro maior.

Nossa metodologia analisa o processo de produção e edição colaborativa no Overmundo. Dentro desta pesquisa realizaremos as seguintes etapas: descrição do Overmundo, descrição do processo de produção e edição, exposição e análise dos dados obtidos no estudo de caso. Abaixo detalhamos as etapas do nosso estudo de caso:

Produção e Edição Colaborativa

- **Apresentação do Overmundo** – Apresentaremos com maior profundidade os objetivos do *site*, sua missão, discurso, breve histórico e números de acesso.
- **Descrição do processo de produção e edição colaborativa** – Apresentaremos o funcionamento do modelo de produção e edição colaborativa do Overmundo, bem como sua interface e ferramentas, a partir de uma colaboração realizada na seção Overblog. Mostraremos empiricamente cada passo do procedimento indo desde a inscrição no *site*, passando pela fila de edição e votação, até a sua publicação definitiva no *website*.

⁸⁵ <http://www.facom.ufba.br/jol/>

⁸⁶ <http://www6.ufrgs.br/limc/>

• **Exposição e análise dos dados obtidos na pesquisa** – Nesta parte serão expostos os dados obtidos no nosso estudo qualitativo e quantitativo. Logo em seguida, colocaremos em perspectiva o horizonte teórico da dissertação com as informações atingidas no nosso estudo. A pesquisa consistiu⁸⁷ em observar durante 13 dias (09/12/2009 a 21/12/2009) os acontecimentos relacionados às colaborações adicionadas à seção Overblog durante uma semana (09/12/2009 a 15/12/2009). A partir deste *corpus*, nos atemos a: números de colaboração, sugestões de edição, comentários realizados durante o período de análise, matérias publicadas e não-publicadas, conteúdos mais enfocados pelos colaboradores e visibilidade das colaborações. A partir desta metodologia poderemos verificar a existência da colaboração dentro do Overmundo e como ela se desenvolve dentro dos vários procedimentos e áreas do *website*.

O Overmundo possui um relatório mensal interno que reúne todos os dados de acesso do *site*. Essas informações serão úteis para observar os fluxos de acesso, a relação entre os estados, as capitais e os interiores e o perfil dos usuários.

3.1 O Overmundo

O *website* colaborativo Overmundo completa três anos de atividade no dia sete de março de 2009. Ao longo desse tempo, o *site* vem ganhando reconhecimento entre os projetos colaborativos na *internet*, tendo recebido o troféu principal (Golden Nica) do *Prix Ars Electronica*⁸⁸ 2007, na categoria Comunidades Digitais (GRANDE..., 2008). O *Festival Ars Electronica* é um dos prêmios mais importantes do mundo e acontece anualmente na cidade de Linz (Áustria), desde 1987. A premiação destina-se a projetos inovadores que trabalhem na interface entre arte, tecnologia e sociedade.

O Overmundo é composto por oito seções sintetizadas na tabela⁸⁹ abaixo:

⁸⁷ Na seção 3.3, detalharemos os critérios estabelecidos para delimitar o *corpus* da pesquisa.

⁸⁸ <http://www.aec.at/en/prix/index.asp>

⁸⁹ A referida tabela tem o objetivo de resumir as seções do *site* agrupando-as em blocos maiores de acordo com o tipo de conteúdo. Na página *Ajuda* do site (AJUDA..., 2008) eles dividem as áreas do *site* de acordo com as possibilidades de colaboração. Na presente pesquisa, preferimos adotar essa tabela, por ela permitir ter uma dimensão mais abrangente dos espaços existentes em todo o *site*.

CLASSIFICAÇÃO	SEÇÕES
Publicação de Conteúdos Noticiosos e Informativos	<p>Overblog: seção com maior destaque na página principal do site. Recebe colaborações textuais (matérias, reportagens, entrevistas, coberturas) sobre assuntos diversos (cinema, música, artes cênicas, cultura e sociedade, entre outros).</p> <p>Agenda: aglutina os eventos culturais que estão acontecendo em todo o Brasil.</p> <p>Guia: propõe-se a ser um roteiro reunindo dicas sobre cada lugar do Brasil, escritas por quem mora na localidade, apresentando não somente os pontos turísticos, mas também locais com pouca divulgação (bares interessantes, praças, etc.).</p> <p>Overfeeds: são <i>blogs</i> permanentes alimentados por colaboradores habituais do <i>site</i> que exploram a fundo e colocam em discussão os mais diversos temas e aspectos da cultura no Brasil. O usuário que desejar ter um <i>blog</i> no Overmundo deve mandar uma proposta para a equipe, comprometendo-se a manter o escopo do site e a periodicidade. Nesta seção, o colaborador que possuir um <i>blog</i> em outro site de hospedagem pode cadastrar o endereço do <i>feed</i> (XML ou RSS)⁹⁰ e sempre que for feita alguma alteração no conteúdo ela será exibida também no <i>overfeed</i>.</p>
Publicação de Conteúdos Artísticos	<p>Banco de Cultura: espaço para adicionar obras artísticas (música, artes visuais, cinema/vídeo, artes eletrônicas, textos literários, textos não-ficção).</p> <p>Overmixter: seção destinada à área musical, com o intuito de estimular a criação de conteúdos artísticos derivados. Nela, o usuário pode encontrar músicas, <i>samples</i>, <i>remixes</i> e vocais sob licenças Creative Commons⁹¹ disponíveis para ouvir, baixar e serem recriados gerando novas obras artísticas.</p>
Seção de Discussão e Fórum	Observatório: blog onde se encontram informações e reflexões sobre o que está acontecendo no próprio Overmundo, fomentando o debate sobre os rumos do website.
Seção com ferramentas de Rede	Perfis: mostra o número total e os <i>links</i> de todos os

⁹⁰ Esse recurso, chamado de “agregador de conteúdo”, permite que o usuário saiba quando acontece uma nova atualização nos *blogs* e *sites* cadastrados. A ferramenta, disponível gratuitamente, torna mais prática a navegação, pois, dessa forma, o internauta não precisa acessar diretamente todos os endereços para estar informado sobre os novos conteúdos disponibilizados.

⁹¹ É um novo sistema construído com a lei atual de direitos autorais que define um espectro de possibilidades, onde o próprio autor escolhe o licenciamento que deseja conceder a sua obra. Praticamente, o Creative Commons permite que outros artistas utilizem uma música (nesse caso sem fins comerciais) existente para criar novas obras artísticas legalmente.

Social (software social)	usuários cadastrados no <i>site</i> . A lista é organizada segundo o peso do voto dos colaboradores ⁹² , em ordem decrescente.
---------------------------------	---

Tabela 2: Seções do Overmundo.

Fonte: Elaborada pelo autor.

O escopo do *website* é criar um canal de expressão da cultura brasileira, no qual seja possível visualizar sua diversidade. A página virtual *Sobre o Overmundo* explicita bem esse desafio:

[...] todo(a) cidadã(o) brasileiro pode aqui contribuir para promover todos os aspectos da nossa produção cultural que lhe interessem. O Overmundo, por uma questão de princípios, não funcionará sem a colaboração de muita gente. Quanto mais, melhor. (SOBRE..., 2008).

Para que isso aconteça, é necessária a participação de todos os usuários neste processo, formando o que eles chamam de “mutirões virtuais”, nos quais os vários grupos e as mais diversas vertentes culturais se propõem a mostrar aquilo que gostam e estão fazendo em todo o País. O modelo de produção adotado pelo Overmundo é bem diferente dos veículos de comunicação convencionais. O *site* se utiliza das suas características colaborativas para poder agrupar colaboradores em todo o território nacional, como explicita a página *Sobre o Overmundo*:

Nenhuma equipe de jornalistas, não importa seu tamanho ou competência, consegue cobrir ou filtrar a quantidade cada vez maior de coisas importantes que acontecem pelo país. Por outro lado, vitoriosos projetos *on-line*, como a multiplicação dos *blogs* e da Wikipédia, sugerem um outro caminho para lidar com esse enorme acúmulo de informação cultural, com cada vez maior descentralização. [...] Nada disso é trabalho para uma pessoa, ou mesmo para um grupo pequeno de autores - ninguém consegue saber tanta coisa, ninguém consegue estar em tantos lugares ao mesmo tempo. Essas tarefas só se tornam viáveis a partir de mutirões virtuais. E o Overmundo está aqui para juntar todo mundo para fazer aquilo que é bom para todo mundo. Simples assim. (SOBRE ..., 2008).

⁹² O peso do voto é determinado pelo *karma*. O *karma* funciona como um dispositivo para indicar as ações dos usuários. Quanto mais ele participa, seja comentando, publicando, seja votando, o valor do *karma* aumenta. A relação entre o valor do *karma* e o peso do voto funciona nesta escala: com até 25 pontos, os votos têm peso 1; 26 a 100, peso 2; 101 a 250, peso 3; 251 a 500, peso 4; 501 a 750, peso 5; 751 a 1000, peso 6; 1001 a 1500, peso 7; 1501 a 2500, peso 8; 2501 a 5000, peso 9; acima de 5000 pontos, peso 10.

A proposta do *website* é criar um espaço para “difusão da produção cultural brasileira e das comunidades de brasileiros no exterior” (AJUDA...,2008). O conceito é flexível e possibilita contemplar várias temáticas nacionais e internacionais, desde que estejam relacionadas à realidade brasileira. Porém, o projeto busca um diferencial em relação aos outros veículos de comunicação. Dentro dos planos do Overmundo não está presente a idéia de criar um veículo de comunicação para competir com os grandes portais de notícias, ou com os *sites* ligados à área cultural. O que se deseja criar é um meio para preencher uma “lacuna” na esfera midiática, possibilitando a criação de um novo espaço com maior liberdade. Sendo assim, as pessoas podem aproveitar essa flexibilidade para estabelecer uma relação mais livre e criativa com os conteúdos veiculados no *site*. Os usuários têm a possibilidade buscar novas formas de apresentar um acontecimento, explorando também o personalismo. Na página nomeada *Ajuda* essa questão fica bem clara:

[...] o Overmundo tem preferência explícita pelo surpreendente, o não-óbvio, e a enorme parcela da produção cultural brasileira que não tem espaço devido em outros espaços de divulgação. Seu objetivo é justamente o de dar visibilidade e fazer circular essa produção em toda a sua riqueza, buscando também perspectivas diversas e inovadoras sobre ela. (AJUDA..., 2008).

As idéias presentes na apresentação do Overmundo coincidem com a afirmação de Chan (2002), capítulo 2, de que as mídias anteriores à *internet* tinham espaços restritos para a participação do público. O Overmundo é de certa maneira uma resposta prática ao desejo de colaboração e de criação de novos espaços midiáticos, que possam dar conta da diversidade cultural do País, propiciando uma maior circulação de bens culturais. A proposta de criar “mutirões virtuais” (SOBRE ..., 2008) converge com a reflexão de Chan (2002) sobre a importância dos usuários nos sites colaborativos, visto que eles são os responsáveis pela emissão, gestão e seleção do conteúdo.

No ambiente colaborativo do Overmundo existem algumas normas e orientações para os usuários. Dentro das recomendações do *site* estão o zelo pela correção gramatical e algumas indicações sobre como tornar a notícia mais interessante para os usuários. Nas explicações, eles apresentam de maneira coloquial como fazer um *lead*⁹³ jornalístico, prezar

⁹³ Técnica utilizada pelo jornalismo para facilitar a apuração. O *lead* sugere concentrar as informações essenciais do texto no primeiro parágrafo.

pela ética e pela correção lingüística e informacional⁹⁴. No entanto, estas dicas não servem para limitar o estilo dos usuários. São algumas sugestões para tornar mais interessante o conteúdo disponibilizado no *site*. Outra questão importante é que em todo o *site* as colaborações (comentários e publicações) possuem um ícone de alerta que pode ser acionado por qualquer usuário, caso o conteúdo contrarie as normas do *website*.

A comunidade em torno do Overmundo vem aumentando gradativamente e o número de usuários cadastrados já soma mais de 32 mil perfis ativos⁹⁵. O Núcleo Idéias e Movimento, que concebeu e realizou o projeto, se transformou em 2008 no Instituto Sociocultural Overmundo⁹⁶, uma associação sem fins lucrativos que mantém na equipe de coordenação o mesmo grupo idealizador do Overmundo. Além do website colaborativo, o instituto organiza capacitações, palestras e pesquisas com o objetivo de “promover o acesso ao conhecimento e à diversidade cultural no Brasil, por meio de práticas inovadoras em comunicação, propriedade intelectual e tecnologia” (MISSÃO..., 2008).

3.1.1 Dados do Overmundo

Nesta parte, vamos apresentar os principais dados do relatório do Overmundo, que nos permitirão ter uma idéia dos números de acesso e colaboração no *website*. Em novembro de 2008, o Overmundo teve 901.587 visitantes individuais e 2.058.775 páginas visitadas (RELATÓRIO..., 2008b). O número é representativo, mas se compararmos a um grande portal de notícias, como o JC Online⁹⁷, iremos observar uma considerável diferença nos dados analisados. O JC Online, por exemplo, teve 4.247.786 visitantes individuais e 67.037.281 páginas visitadas, em outubro de 2007 (AUDIÊNCIA..., 2008). Obviamente, a comparação serve apenas para constatar que o Overmundo tem um perfil diferenciado e não compete com os *sites* mais populares. É uma experiência que permite criar espaço abertos para divulgação da cultura brasileira.

⁹⁴ Mesmo não sendo o foco deste trabalho, é interessante notar a apropriação realizada pelos *sites* colaborativos do universo jornalístico (técnicas, princípios éticos). Esse fato confirma a importância do jornalismo como “lugar de referência” (Correia; Vizeu, 2006) e como elemento construtor da nossa realidade social.

⁹⁵ No dia 23 de Janeiro de 2009, o *website* estudado tinha exatamente 32.329 perfis ativos de colaboradores (<http://www.overmundo.com.br/perfis/>).

⁹⁶ <http://www.institutoovermundo.org.br/>.

⁹⁷ <http://jc.uol.com.br/>.

O relatório do Overmundo (ver gráfico 3) mostra que o número de colaborações propostas em todas as seções do *site*, no mês de novembro (2008b), foi 1.682. Desse valor, 1.057 atingiram a votação necessária para ser publicada. Em relação ao mesmo período do ano anterior (ver gráfico 3), o número de colaborações propostas e publicadas teve uma leve diminuição.

O gráfico 3 mostra que o número de colaborações varia ao longo do ano, sofrendo uma considerável diminuição entre dezembro (2007) e fevereiro (2008). Após esse período, as colaborações propostas se mantiveram dentro de uma faixa que varia entre 1.794 (outubro/2008) e 1.395 (março/2008).

É interessante observar que a proporção existente entre colaborações propostas e aceitas mantém uma estabilidade ao longo do ano. Se observamos o mês com maior número de publicações propostas (outubro de 2008), veremos que cerca de 74% foram aceitas. Já no mês com menor número de colaborações propostas (dezembro de 2007) constatamos que cerca de 65% dos conteúdos foram aceitos. A diferença de apenas 9% entre os valores extremos caracteriza uma estabilidade no percentual de aceitação das colaborações. Esse número mostra que a publicação de conteúdos no Overmundo passa por um efetivo critério seletivo através da fila de votação, tendo em vista que apenas pouco mais da metade das colaborações atingem o destino final.

É relevante perceber que o crescimento gradativo do número de perfis ativos no *site* não representou um aumento do número de colaborações propostas nas seções do *website*, criando um quadro estável no que concerne à proposição de conteúdos. O gráfico 3 exemplifica as questões abordadas acima:

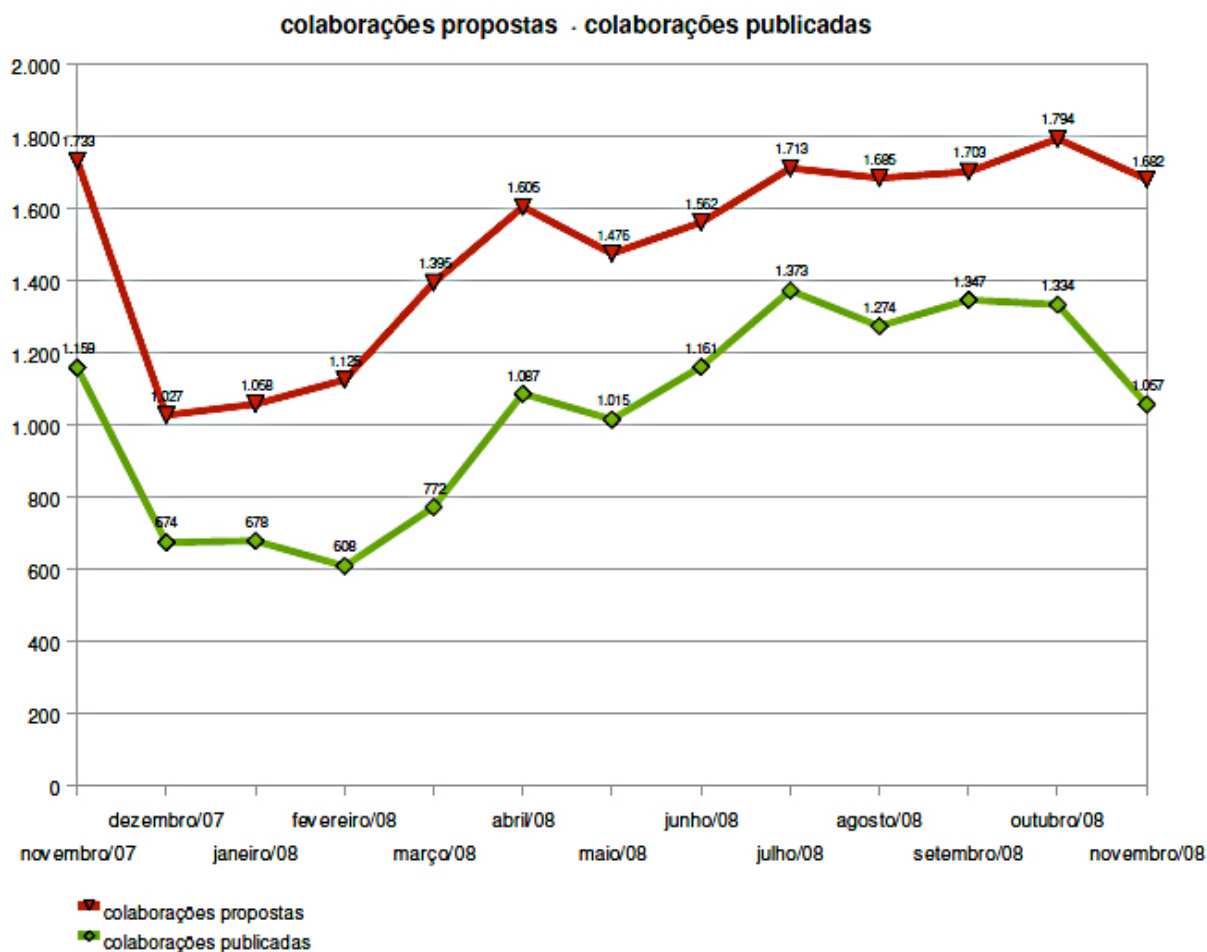


Gráfico 3 – Colaborações propostas e colaborações publicadas.
Fonte: (RELATÓRIO..., 2008b).

A participação no *site* não se resume à proposição de conteúdos, mas pode acontecer de várias outras formas: comentários nas colaborações, observatório e fórum; votação; sugestões de edição. Dentro de uma plataforma colaborativa é fundamental perceber a importância das várias ferramentas de moderação e de interação, pois elas permitem mostrar o elo existente entre as pessoas, medir a popularidade de algumas colaborações e o quanto os usuários são ativos no *site*. No caso específico do Overmundo, o nível de participação no *website* vai definir o peso do voto⁹⁸, ou seja, quanto mais o usuário participa, mais possibilidades ele tem de interferir na publicação de uma colaboração e no seu respectivo destaque. No gráfico 4, podemos ter uma dimensão concreta dos números de votos e comentários que circulam mensalmente no Overmundo.

⁹⁸ Em relação ao peso do voto, o tempo transcorrido conta desfavoravelmente. Isto estimula uma participação contínua dos usuários. Não podemos desprezar as implicações lúdicas do peso do voto que se assemelha a um “game”, no qual, para ter maior poder, o usuário (jogador) necessita participar mais ativamente do *site*.

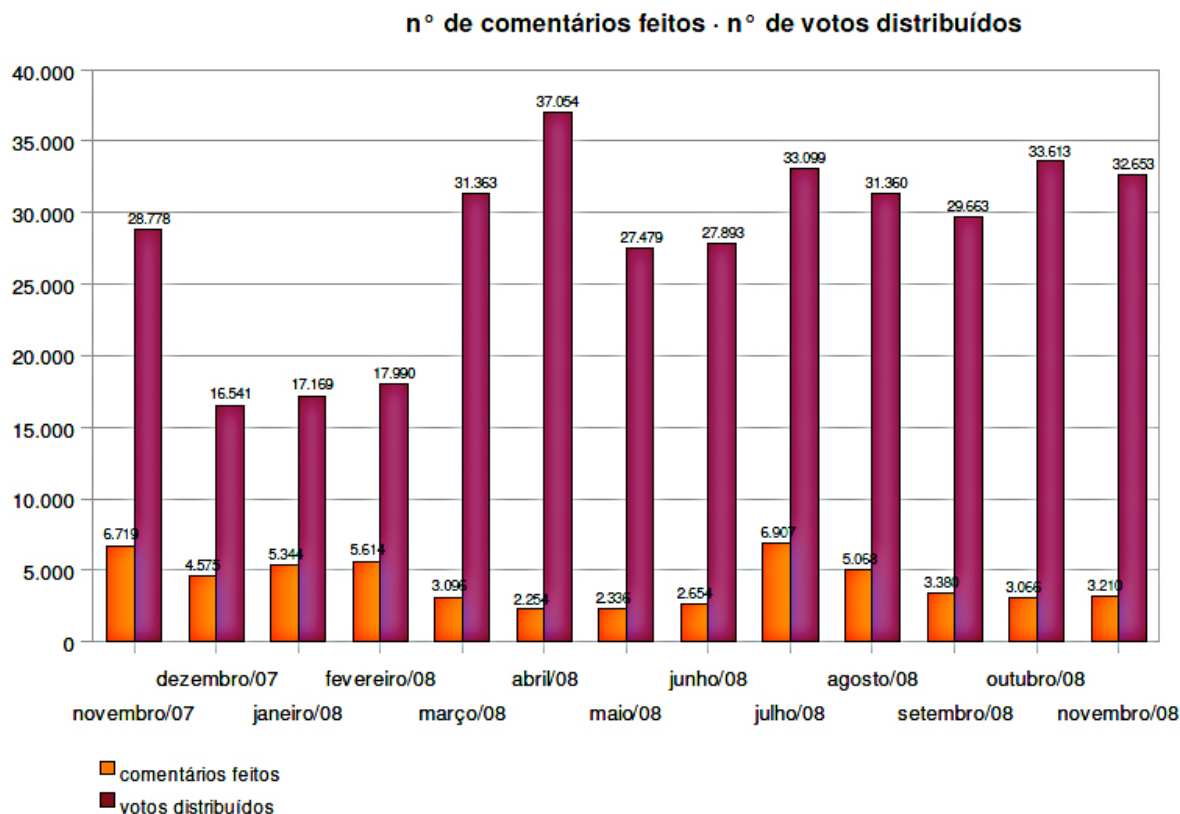


Gráfico 4 – Número de comentários feitos e número de votos distribuídos.

Fonte: (RELATÓRIO..., 2008b).

A partir das informações disponibilizadas pelo gráfico 4, percebemos que o número de votos distribuídos teve uma considerável diminuição entre os meses de dezembro (2007) e fevereiro (2008). O intervalo de tempo coincide com a diminuição percebida no número de colaborações propostas no mesmo período (ver gráfico 3). Nos outros meses o número de votos distribuídos variou entre 27.479 (maio de 2008) e 37.054 (abril de 2008).

O número de comentários feitos variou entre 6.907 (julho de 2008) e 2.336 (maio de 2008). Os meses que registraram uma menor participação neste aspecto foram abril e maio de 2008. Vale destacar a grande diferença encontrada entre o número de votos distribuídos e o número de comentários feitos. O comentário é uma colaboração que exige um maior grau de elaboração e esforço, sendo esse um provável motivo para a disparidade encontrada na análise dos números dessas duas formas de colaboração⁹⁹.

A partir dos dados expostos, podemos ter uma visão panorâmica dos números de colaborações encontradas no Overmundo. Na seção 3.3, aprofundaremos a nossa análise e

⁹⁹ Na seção 3.3, iremos aprofundar os tipos de comentários presentes no Overmundo, a partir da aplicação da pesquisa.

utilizaremos algumas informações do relatório do *website*, que nos ajudarão a elucidar a presente pesquisa.

3.2 Produção e edição colaborativa no Overmundo

O Overmundo é um *site* aberto a todos os usuários para visualizar e baixar qualquer arquivo. No entanto, para efetivar algum tipo de colaboração é necessário fazer um cadastro no *website*. O procedimento é relativamente simples e não se diferencia muito dos outros cadastros realizados na rede, exceto pela necessidade de colocar o CPF (Cadastro de Pessoas Físicas) para os brasileiros e o número do passaporte para os estrangeiros. A figura 7 ilustra a etapa de cadastramento no website.

A imagem mostra a interface de cadastro do Overmundo, dividida em duas seções principais:

- identificação** (com o subtítulo "os dados não serão exibidos ou compartilhados"):
 - Nome completo verdadeiro: Campo de texto com o exemplo "ex. Leila Roque Diniz (nome como consta no CPF)".
 - E-mail: Campo de texto.
 - Confirmação de E-mail: Campo de texto.
 - Senha: Campo de texto.
 - Confirmação de Senha: Campo de texto.
 - CPF [só números]: Campo de texto com o subtítulo "colaborador(a) estrangeiro(a) sem cpf?".
- perfil dados visíveis publicamente**:
 - nome para exibição: Campo de texto com o exemplo "(ex. Leila Diniz)" e um ícone de ajuda.
 - local: Seleção entre "Brasil" (selecionado) e "Internacional" via botões de rádio.
 - estado: Menu suspenso com o texto "Selecione...".
 - cidade: Menu suspenso com o texto "Selecione primeiro um estado...".

Figura 7 – Cadastramento no Overmundo.

Fonte: Acervo pessoal.

A seguir descreveremos como funciona a publicação e a edição colaborativa no Overmundo. Para tanto, será apresentado¹⁰⁰ todo o percurso de uma colaboração publicada no *website* na seção Overblog pelo autor do trabalho. Na apresentação nos utilizaremos de algumas imagens extraídas da tela do computador para ilustrar os diversos procedimentos

¹⁰⁰ A descrição do processo de publicação da matéria e as imagens que serão apresentadas, em seguida, são oriundas do artigo publicado pelo presente autor em 2007 na revista científica Ciberlegenda (BELTRÃO, 2007).

envolvidos na publicação de uma matéria. A opção metodológica se deve ao fato de poder, como colaborador, registrar as figuras das etapas fundamentais do processo de colaboração, indo desde a submissão do conteúdo, passando pela edição e votação e chegando até sua publicação final.

Postagem do Conteúdo

Para postar uma colaboração é necessário fazer o *login* no *website*, se dirigir ao *link* “publicar colaboração” e selecionar a área desejada. O overmundo divide suas colaborações em quatro seções: banco de cultura, Overblog, agenda e guia.



Figura 8 – Seções de publicação.

Fonte: Acervo pessoal.

Ao entrarmos na seção Overblog, digitamos o título da matéria, adicionamos o texto, sendo possível anexar a foto que estará no topo da matéria. Os usuários utilizam o sistema de marcadores (*tags*) para relacionar as palavras-chave do texto, facilitando, assim, a busca e a recuperação das publicações. Observe a figura 9 que ilustra esse procedimento.

OVERMUNDO Bem-vindo(a), fique bem! PETROBRAS

Home - overblog - banco de colabs - mais - agenda - links - perfil participe ajuda

overmundo.com.br/tag/

home - overblog - redação de nova colaboração

Redação de nova colaboração

Novidades no Overblog:
Agora é possível incluir vídeos, áudio e múltiplas imagens relacionadas à sua colaboração - você poderá fazê-lo logo após enviá-la para a fila de edição.

Título (máximo de 50 caracteres)
DJ Dolores: dos tempos de edição em secretária ele 50

Texto Principal (máximo de 21700 caracteres)
 como funciona o botão?

Incipiente,
DJ Dolores faz sigilo quando o assunto é o novo disco. "Estou aqui no Recife para gravar meu novo CD, só sei que tenho que terminar até o início do próximo ano, caso contrário terei que cancelar minha turnê europeia", afirma. Apenas um fato entristece o DJ: o de não se apresentar na sua própria cidade. "Moro no Recife porque adoro este lugar, estou sempre criando coisas novas, é gostoso de ter mais oportunidade de poder mostrar o que faço para as pessoas". A campanha toca e Dolores se despede para voltar a gravar algumas bases para o seu novo disco com a Aparelhagem.

Categoria

Figura 9 – Texto sendo inserido.

Fonte: (BELTRÃO, 2007).

No momento da publicação, o usuário tem a opção de escolher entre dez marcadores fixos sugeridos pelo *site*: música, cinema/vídeo, literatura, artes cênicas, artes visuais, artes eletrônicas, diversão, cultura e sociedade, mais. A classificação ajuda a organizar os conteúdos do *site*, permitindo saber as áreas de maior interesse dos colaboradores.

Durante a postagem do conteúdo, utilizamos duas imagens do site oficial do DJ Dolores para ilustrar o perfil e uma música disponível gratuitamente para baixar (*download*). O envio das fotos e dos arquivos mp3 se assemelha ao envio de arquivos anexos por *e-mail*, sendo assim não é necessário um conhecimento avançado de informática para manipular as ferramentas do Overmundo.

OVERMUNDO Bem-vindo(a), [Filipe Barros](#)
[Editar perfil](#) · [logout](#)

[home](#) · [overblog](#) · [banco de cultura](#) · [guia](#) · [agenda](#) · [blogs](#) · [perfis](#)

overmundo.com.br/tag/ digite uma tag

[home](#) · [overblog](#) · [inclusão de áudio](#) · [em edição](#)

Edição de áudio

Você está adicionando áudio à colaboração [DJ Dolores: um perfil na Aurora 1035](#)

Incluir áudio MP3 (até 8Mb)

Legenda do Audio (máximo de 80 caracteres)

80

Crédito (máximo de 80 caracteres)

80

Figura 10 – Imagens e música sendo inseridas.
Fonte: (BELTRÃO, 2007).

Fila de Edição

O texto permanece na fila de edição por 48 horas. Durante esse período, o proponente poderá receber sugestões dos demais usuários através de comentários. Ao longo desse tempo, o colaborador pode alterar todo o conteúdo da matéria, para evitar erros dos mais variados tipos, adicionar vídeos, áudio e múltiplas imagens. A figura 11 apresenta a colaboração na fila de edição. No lado esquerdo o usuário acompanha o tempo restante na fila de edição.



Figura 11 – Colaboração na fila de edição.
Fonte: (BELTRÃO, 2007).

Sugestões na Fila de edição

As sugestões de edição cumprem um papel importante dentro do processo colaborativo dentro do *site*. No Overmundo, o papel do editor é descentralizado, tudo é feito pelos próprios colaboradores, que enviam seus comentários¹⁰¹ durante o tempo em que a matéria está na fila de edição. Os comentários editoriais desaparecem no momento em que a colaboração segue para a fila de votação, impedindo que os possíveis erros já corrigidos não fiquem visíveis no conteúdo final publicado¹⁰².

¹⁰¹ É possível observar durante os comentários que a linguagem predominante nas conversações tem um caráter informal e muito pessoal.

¹⁰² Na nossa observação, foi possível constatar que boa parte dos usuários não adiciona as sugestões de edição no local específico para isso e muitas vezes a sugestão se mantém como comentário, como podemos observar na figura 13.



Figura 12 – Espaço para as sugestões de edição.

Fonte: Acervo pessoal.

No texto analisado, foram feitos três¹⁰³ comentários por outros usuários, dois propondo correções no texto e um elogiando a matéria (ver figura 13). Os usuários têm a opção de opinar sobre os comentários¹⁰⁴, com um clique que aponta se a sugestões feitas por outrem possuem relevância. As correções, neste caso, foram fundamentais para corrigir um erro ortográfico e uma falha de apuração.

¹⁰³ Ao observar a figura 13 é possível visualizar cinco comentários, sendo dois deles realizados pelo o próprio autor da colaboração.

¹⁰⁴ Atualmente, a classificação negativa foi excluída, sendo possível apenas classificar os comentários “úteis”. Essa avaliação pode ser visualizada na figura 13 nas setas coloridas (verde e vermelha) que aparecem logo abaixo dos comentários do autor (Filipe Barros).

comentários editoriais  [postar novo comentário editorial](#)



Salve Filipe, que beleza sua matéria sobre o Dolores aqui no Overmundo. Estou ansioso para ver como vai ficar o disco novo!

ronaldolemos · Rio de Janeiro (RJ) em 3/11/2006

1 em 1 pessoa achou útil

Você já deu sua opinião



Salve Filipe! Ótimo ter o Dolores por aqui, tava mesmo faltando ele, que já Creative Commons por ofício... só um detalhe besta: "Aracaju" não tem acento

Abraço!!

Marcelo Rangel · Aracaju (SE) em 3/11/2006

2 em 2 pessoas acharam útil

Você já deu sua opinião



valeu marcelo, é sem acento, é sem acento

Filipe Barros · Recife (PE) em 3/11/2006

1 em 1 pessoa achou útil

sua opinião:  



valeu ronaldo, achei bacana também a possibilidade botar audio, e multiplas imagens, espero que em breve role link do you tube tbm.

abs, filipe.

Filipe Barros · Recife (PE) em 3/11/2006

1 em 1 pessoa achou útil

sua opinião:  



Só uma coisa... o novo disco não é com a Aparelhagem. O nome (e geralmente a própria) banda muda a cada disco. No terceiro, até agora, deve ser "A Banda de 1 Real". Mas a formação continua =)

Bruno Hogueira · Recife (PE) em 3/11/2006

3 em 3 pessoas acharam útil

Você já deu sua opinião

Figura 13 – Comentários sobre o texto na fila de edição.
Fonte: (BELTRÃO, 2007).

Fila de Votação

Passadas as 48 horas de edição, o texto segue para a fila de votação. Essa fase define exatamente o destino da colaboração - se ela será publicada ou não - e o destaque que receberá no *site*. Cada usuário tem um valor de voto diferenciado, que varia de acordo com a sua participação no próprio Overmundo, ou seja, o valor do voto de um usuário muito ativo vale mais overpontos (nomenclatura utilizada no *website*) do que o de um usuário que simplesmente se cadastrou, mas nunca participou ativamente do projeto.

Uma matéria para ser publicada precisa atingir um número mínimo de pontos no tempo máximo de 48 horas, no qual a contribuição permanece na fila de votação. Esse é controlado, atualmente, por um algoritmo que leva em consideração aspectos como: participação nos sites, número de matérias publicadas em todo o *site*, peso dos votos dos usuários. No início das atividades do Overmundo, o número mínimo para publicação era de

20 overpontos. Esse número chegou a atingir 60, quando passou a ser definido por um algoritmo (AJUSTES..., 2008). Durante a aplicação da pesquisa (seção 3.3), no mês de dezembro, o número mínimo de pontos foi de 80 (valor que iniciou permanece estabilizado).

O número mínimo de pontos levantou vários questionamentos pelos usuários do Overmundo e algumas queixas devido às colaborações que porventura não foram publicadas (AJUSTES..., 2008). Para resolver essa questão, os moderadores do *site* decidiram que todas as matérias submetidas ao Overmundo continuam disponíveis no *site* no perfil dos usuários. No entanto, apenas aquelas que obtiverem o número mínimo de pontos poderão ser inseridas nas seções do Overmundo, e conseqüentemente ter uma maior visibilidade no site.

A necessidade de atingir um número de overpontos acabou gerando algumas publicidades e mensagens de usuários que desejavam ver suas publicações aceitas nas seções do Overmundo. Um outro lado da questão exposta é que vários colaboradores acabam convidando seus amigos a votarem, e com isso o Overmundo se torna mais divulgado. Essa prática também contribui para a popularização do *site*, estimulando a participação de novos usuários ativos. A figura 14 mostra a matéria na fila de votação ainda com 15 pontos.



Figura 14 – Texto na fila de votação.
Fonte: (BELTRÃO, 2007).

O modelo de votação difere do modelo adotado pelos grandes veículos que filtram a informação, seguindo uma linha editorial específica. O Overmundo tem filtros, só que esse processo é feito de forma colaborativa, ou seja, a própria comunidade decide aquilo que merece ser publicado e os conteúdos que receberão maior destaque no *site*. O critério é a popularidade entre os usuários, o que de certa forma legitima a posição ocupada por um texto e esclarece para todos por que a colaboração está naquele lugar.

Publicação da Matéria

Se a matéria conseguir o número mínimo de votos necessários, será publicada e disponível no Overblog. Caso contrário, a colaboração poderá ser acessada apenas no perfil do usuário ou poderá ser submetida novamente à votação. A figura 15 apresenta a matéria já publicada no Overblog, após atingir os pontos necessários¹⁰⁵.



Figura 15 – Publicação da matéria.
Fonte: (BELTRÃO, 2007).

¹⁰⁵ O número de pontos mínimos para uma publicação foi reformulado pelo Overmundo. Na época em que esta matéria foi publicada, o número mínimo de pontos era 20, por isso a figura 15 apresenta a colaboração com 21 pontos já tendo sido publicada.

A partir desse momento a matéria está disponível no *site* e continua a receber os votos dos usuários. As mais votadas terão um maior destaque na página principal. Vale salientar que os pontos são revalidados constantemente. Portanto, uma contribuição para se manter consecutivamente na primeira página deverá receber uma grande quantidade de overpontos. A posição da matéria pode crescer a cada dia, de acordo com sua popularidade, no entanto, o sistema do Overmundo procura privilegiar as mais recentes. Sendo assim, uma publicação mais antiga precisa ser votada por um número muito grande de pessoas para conseguir se manter em destaque por vários dias.

3.3 Analisando a colaboração no Overmundo

Após apresentarmos empiricamente o modelo de produção e edição colaborativo do Overmundo, se faz necessário um estudo mais detalhado sobre a participação dos usuários no *site*. Na seção 3.2, adquirimos os subsídios necessários para entender como se realizam as colaborações no site. No entanto, apenas uma análise do modelo colaborativo não possibilita ter uma dimensão da concreta da participação dos usuários. Sendo assim, definimos nossa metodologia de análise com intuito de verificar se a colaboração é uma prática consolidada no Overmundo.

Nossa análise foi estruturada da seguinte maneira:

- a) Delimitamos o *corpus* da pesquisa a partir de um universo composto pelas colaborações propostas durante uma semana (sete dias) na seção Overblog. Acompanhamos o *corpus* durante todo o seu percurso dentro do Overmundo (fila de edição, fila de votação, publicação ou não). O trajeto de todas as colaborações resultou num total de doze dias, tempo necessário para que a última publicação postada no fim do sétimo dia pudesse ter concluído as etapas de publicação dentro do site.
- b) Avaliamos o número de colaborações aceitas e não-aceitas pela comunidade.
- c) Analisamos o número e o conteúdo das sugestões de edição.
- d) Analisamos o número e o conteúdo dos comentários feitos em cada colaboração.

3.3.1 Colaborações propostas

Na formulação da metodologia escolhemos a seção Overblog, por três razões principais. Primeiramente, a colaboração textual tem mais possibilidades de se adaptar às sugestões feitas na fila de edição. Sendo assim, poderemos ter uma dimensão concreta da relação entre as sugestões de edição e o resultado final do texto. Em segundo lugar, a seção Overblog tem um fluxo menor de colaborações se compararmos à seção Banco de Cultura (RELATÓRIO..., 2008b). Esse aspecto facilitou a delimitação e o monitoramento, visto que ao longo do período de análise observamos todas as ações relativas a essas colaborações. Por fim, a seção Overblog tem um destaque maior na página principal, o que nos permite visualizar com mais clareza a popularidade de uma colaboração.

Durante a semana de delimitação do *corpus* (09/12/2008 a 15/12/2008), contabilizamos 42 colaborações propostas. Desse universo, apenas 20 matérias foram publicadas. A partir dessas informações, elaboramos o gráfico abaixo:

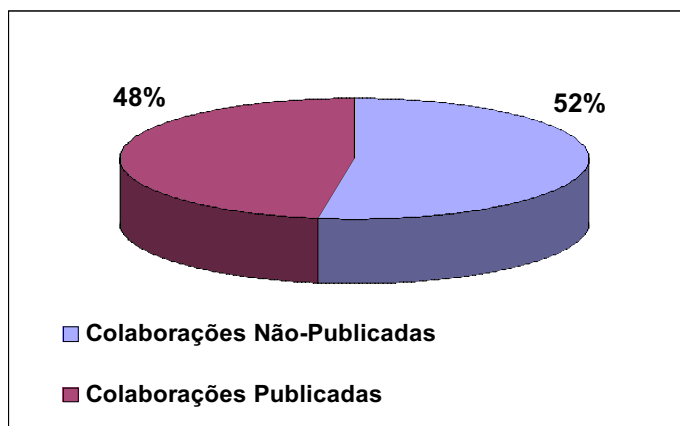


Gráfico 4 – Número de colaborações publicadas e não-publicadas.

Fonte: Acervo pessoal.

Conforme as informações coletadas, apenas 48% das colaborações propostas ao longo da semana conseguiram atingir o número mínimo de votos para a publicação (80 votos). Vale a pena citar que uma matéria foi excluída pelo autor antes de completar o tempo necessário na fila de votação. Outras duas colaborações foram apagadas pela coordenação do *site* por se tratarem de matérias com objetivos de propaganda política.

Os números alcançados com a pesquisa mostram como a publicação no Overmundo passa por um critério seletivo por parte dos usuários. Ao constatar que menos da metade das

colaborações propostas foram aceitas, podemos refletir como o caso aponta para existência de um filtro seletivo das colaborações que serão incluídas no Overblog. Em relação aos dados gerias do site, a seção analisada apresenta uma menor abertura para publicação, ficando consideravelmente abaixo da média de 70% vista no site (Gráfico 3).

A questão abordada se relaciona com a noção de *gatewatching* apresentada por Bruns (2003), abordada na seção 2.2. Os processos de filtragem do conteúdo vivenciado no Overmundo exemplificam a idéia de uma audiência que gerencia as informações disponíveis na rede, escolhe e elege aquilo que merece maior ou menor destaque. Para Bruns (2003), esse modelo coloca nas mãos da audiência a função ocupada durante vários anos pelas empresas midiáticas.

O percentual de colaborações aceitas mostra como a aceitação dos conteúdos pela comunidade termina por definir o destino final das publicações. Essa constatação converge para algumas reflexões lançadas por Beiguelman (2006; 2008). As “nanoaudiências”, apresentadas na seção 2.4, apresentam-se claramente no Overmundo. Essas pequenas parcelas de audiência formam o corpo que define os conteúdos com maior ou menor destaque. Sendo assim, poderíamos questionar até que ponto as “nanoaudiências” reproduzem ou não em pequena escala os filtros característicos da cultura de massa (*broadcast*). A grande diferença do modelo colaborativo parece ser a possibilidade de essa escolha estar associada a um respaldo coletivo e não mais a um seletivo grupo encarregado de escolher o que deve ou não ser publicado.

A questão da pontuação mínima aponta para um dilema existente entre função massiva e pós-massiva (LEMOS, 2007), apresentada na seção 2.2. Se, de uma parte, a fila de votação propõe uma comunicação pós-massiva, onde os fluxos de informação são gerenciados pelos usuários do *site* sem restrição, de outra parte, o número de pontuação mínima reproduz em pequena escala a tão criticada restrição observada nos veículos massivos. Obviamente o intuito da pontuação é garantir o respaldo e a qualidade das colaborações no Overmundo. No entanto, é impossível negar as características restritivas desse critério estabelecido.

3.3.2 Sugestões na fila de edição

A fila de edição é uma área importante dentro do modelo de produção e edição colaborativa do Overmundo. A proposta de deixar a colaboração durante 48 horas em edição

aponta para uma construção coletiva da informação. No entanto, os números encontrados pela nossa pesquisa mostram que a prática é pouco consolidada no Overmundo.

O período de análise do *corpus* estabelecido foi de nove dias (09/12/2008 a 17/12/2008), tempo necessário para que a última colaboração proposta concluísse o período na fila de edição. As 42 matérias propostas tiveram apenas seis sugestões editoriais ao longo do percurso na seção analisada. Dentre as sugestões, três foram efetuadas pela equipe de moderação, duas pelos autores do texto e uma por um usuário comum.

Se observarmos o conteúdo dessas sugestões editoriais, obteremos o seguinte quadro:

Sugestões de Edição	Conteúdo
2	Sugestões de correções lingüísticas
2	Sugestões de complementação de informação
1	A autora pedia auxílio aos colaboradores para editar o texto
1	Resposta do autor a uma sugestão editorial

Tabela 3: Conteúdo das sugestões editoriais.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Dentro das sugestões observadas, apenas uma vez existiu uma conversação com sugestão/pergunta e resposta por parte do autor ou da comunidade. Nesse caso, o autor aceitou a sugestão e consertou um erro, nesse exemplo, gramatical.

A partir destes dados podemos inferir que a fila de edição, apesar de ser uma proposta interessante, ainda é pouco consolidada como prática dentro do Overmundo, tanto por parte dos autores que não acompanharam as sugestões editoriais na fila de edição, quanto por parte dos colaboradores do *site* que ainda não incorporaram as propostas. Durante a permanência das 42 matérias na fila de edição, contabilizamos 28 comentários não-editoriais. O número mostra que os usuários preferem iniciar a discussão ou fazer algum tipo de comentário a participar da edição do texto.

Os dados encontrados na fila de edição mostram que esse setor ainda depende da participação dos coordenadores do *site*. Seria necessário uma maior participação por parte da comunidade para poder garantir que as colaborações publicadas atingissem um critério editorial de participação.

O modelo de fila de edição proposto pelo Overmundo tem semelhanças com experiências encontradas em alguns *sites* colaborativos: Slashdot, Kuro5hin¹⁰⁶, Wikinews¹⁰⁷. No entanto, não é uma prática muito difundida na *internet*, sobretudo entre os usuários brasileiros. Se observarmos os sites colaborativos mais populares, com exceção da Wikipédia, nenhum deles se utiliza de uma plataforma de edição colaborativa. Entre os que utilizam ferramentas colaborativas de edição de conteúdo, boa parte deles é de língua inglesa e o Overmundo é um dos primeiros *sites* com esse modelo em português.

É importante perceber que a sugestão editorial demanda uma observação atenta por parte dos usuários e necessita de uma atitude propositiva em relação às colaborações. As informações coletadas mostram que, numa escala muito pequena, a proposta da fila de edição é exequível, visto que as sugestões editoriais contribuíram para um aprimoramento do conteúdo final apresentado à comunidade. No entanto, seria necessário um maior engajamento por parte dos colaboradores do *site*, para obtermos um *status* de uma prática representativa dentro do modelo de produção colaborativo proposto pelo Overmundo.

As proposições de Wolton (2003), abordadas na seção 1.1, lançam um olhar crítico sobre as correntes mais utópicas da *internet* que não conseguem observar os aspectos incipientes presentes nesse meio. Os autores que defendem a idéia de uma *internet* colaborativa como Gillmor (2005), Bowman e Willis (2003), muitas vezes abordam o tema sob um ponto de vista macro. Esse olhar tem sua importância. No entanto, somente com uma observação das nuances e particularidades dos projetos colaborativos é possível ter uma dimensão concreta dessas experiências.

A observação dos dados da fila de edição nos mostra que a prática é ainda incipiente e em fase experimental (PALACIOS, 2003). Em relação ao processo de consolidação das práticas colaborativas, encontramos uma sintonia com a reflexão de Murray (2003), citada na seção 1.4. Segundo a autora, os meios de comunicação necessitam de tempo para estruturar seus modelos e explorar suas potencialidades. A ressalva é fundamental para ponderarmos questões ligadas à Web 2.0. Evidentemente, a dimensão colaborativa estava presente em vários meios de comunicação, inclusive anteriores à *internet*. No entanto, a popularização das ferramentas colaborativas na *internet* é um fenômeno recente, que começa a dar os seus primeiros passos. Sendo assim, são compreensíveis as lacunas encontradas na fila de edição no que concerne à participação dos usuários.

¹⁰⁶ <http://www.kuro5hin.org>

¹⁰⁷ <http://www.wikinews.org>

Algumas reflexões de Rebillard (2007), lançadas na seção 2.4, ganham respaldo nos dados obtidos na nossa pesquisa. Para o autor, a colaboração representa mais um epifenômeno, do que um fenômeno da rede. Se observarmos os números de acessos do Overmundo e as colaborações, percebemos um grande número de pessoas que votam, um número inferior de comentários e uma quantidade quase inexpressiva de sugestões de edição. Essa gradação nos permite visualizar que uma porcentagem pequena dos usuários cadastrados estão engajados na proposta e participando efetivamente no *site*.

Para finalizar esta subseção, é fundamental relacionar as questões acima com as idéias levantadas por Fragoso (2004; 2008), seção 2.4, sobre as desigualdades sociais presentes na sociedade que chegam até a rede. A atividade colaborativa, sobretudo a proposição e a edição de conteúdos, exige dos usuários uma base cultural que os permita desenvolver o senso crítico e ter os elementos para opinar e contribuir para o aperfeiçoamento do conteúdo da colaboração. A atividade colaborativa está aberta a todos os usuários, no entanto seria ingênuo pensar que todos dispõem das mesmas condições de acesso. As considerações de Fragoso sobre a distribuição do acesso à rede no mundo e entre as regiões brasileiras são visíveis nos projetos colaborativos na rede. Mesmo não sendo o objetivo da pesquisa, é importante ressaltar que os elementos destacados permitem lançar as bases para outros estudos que possam aprofundar estes aspectos na *internet* colaborativa.

3.3.3 Analisando os comentários do Overblog

O último item estudado na nossa pesquisa são os comentários realizados durante o período de análise. O intervalo de tempo observado foi maior do que nas outras seções, visto que acompanhamos o trajeto do *corpus* da pesquisa. Sendo assim, nossa análise dos comentários se estendeu por um intervalo de tempo de 12 dias (09/12/2008 a 21/12/2008), número necessário para que a última colaboração postada no dia 15/12/2008 tivesse o seu destino editorial definido.

No universo de 42 colaborações propostas, foram realizados 157 comentários. A partir desse número, podemos constatar a nítida diferença de adesão comparada às sugestões de edição. A partir das informações obtidas, julgamos relevante verificar os conteúdos presentes nos comentários, com o intuito de observar as reações em torno das colaborações propostas.

Para elucidar as informações coletadas, realizamos uma classificação dos comentários. Abaixo explicamos a tipologia elaborada para os comentários:

- a) **Breve - elogioso ou manifestando apoio:** Um comentário curto que não acrescenta novos elementos à discussão. Cumpre o papel de manifestar apoio à colaboração ou tecer elogios.
- b) **Breve – antagônico:** Exprime insatisfação e/ou opõe-se à idéia do texto, sem fundamentação.
- c) **Argumentativo de reforço:** Disserta sobre o assunto (de forma longa ou não), sempre concordando com o texto, porém trazendo novas informações, expressando uma opinião ou dando continuidade a uma conversação.
- d) **Discursivo complementar:** Estende-se um pouco mais que o comentário breve, manifestando em algum momento divergência em relação ao texto ou aos comentários anteriores.

Com essa tipologia, poderemos observar os conteúdos preponderantes dentro do universo dos comentários coletados, bem como o respectivo formato. Vale salientar que o objetivo não é fazer uma análise de discurso. Nosso intuito é poder ter uma idéia dos tipos de informações que circulam nos comentários.

Após elaborarmos a tipologia, procuramos quantificar os números e mensurar a porcentagem de cada tipo de comentário em relação ao valor total, que apresentamos na seguinte tabela:

Tipo de Comentários	Valores Obtidos	Porcentagem
Breve - elogioso ou manifestando apoio	48	30,6%
Breve – antagônico	-	-
Argumentativo de reforço	99	63%
Discursivo complementar	10	6,4%
Total	157	100%

Tabela 4: Conteúdo dos comentários das colaborações analisadas.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Os dados coletados mostram a preponderância dos comentários Argumentativos de Reforço (63%) e dos breves de apoio (30,6%) e Ao longo da análise encontramos um número pequeno de comentários expressando alguma divergência ao conteúdo ou aos comentários

anteriores (6,4%). Não detectamos comentários breves que se antagonizavam ao conteúdo do texto.

A partir dos números expostos, podemos notar que os comentários no Overmundo são majoritariamente positivos e procuram acrescentar alguma informação nova à discussão, seja ela uma opinião/experiência pessoal, seja um conhecimento complementar. A presença de poucas discordâncias mostra que, nas matérias observadas, o perfil dos comentários tem um caráter homogêneo com poucas divergências de opiniões.

O perfil do Overmundo contradiz algumas ressalvas relacionadas aos projetos colaborativos. Na seção 2.3, Primo (2006) alertava para os problemas relacionados à auto-gestão na *internet*. O autor alertava para a via de mão dupla presente nos modelos de gestão de conteúdos descentralizados. Se por um lado o trabalho coletivo pode motivar a intervenção de múltiplas vozes, por outro, abre espaço para vandalismos, confusões e erros de informação. A problemática citada pelo autor não se manifesta na nossa observação do Overmundo, o que mostra o amadurecimento da proposta do *site* e da adesão dos colaboradores a ela.

A ausência de comentários breves antagônicos mostra que a conversação no Overmundo é propositiva. Dentro do universo estudado não foi possível constatar a presença de usuários que lançam críticas sem fundamentação. Esse dado mostra o comprometimento dos colaboradores na criação de um ambiente propício à troca de idéias fundamentadas. O baixo índice de comentários discursivos complementares (6,4%) mostra que a discussão no Overmundo tende a uma parcial homogeneidade.

Uma leitura simplista poderia desconsiderar a importância dos comentários breves. No entanto, conforme vimos na seção 2.2, Castells (2006a) defende a idéia de que a *internet* é um meio apropriado aos laços fracos. Os comentários breves/elogiosos exemplificam a questão levantada pelo autor e tem exatamente a função de fortalecer os laços da comunidade de usuários ao redor do *site*. Mesmo se os comentários breves não adicionam novas informações à conversação, eles expressam a aceitação de uma colaboração, a reação imediata das pessoas e manifestações de apoio, visto que com a fila de votação uma colaboração precisa ter uma considerável receptividade para poder ser publicada.

Um fator interessante é que as colaborações mais comentadas concentram um maior número de comentários argumentados. Percebemos assim que existe uma reação em cadeia e uma continuidade no discurso. Um comentário argumentado que traz novas informações tende a atrair novas colaborações com perfil parecido, criando um cenário onde algumas matérias concentram boa parte da atenção e das colaborações da seção Overblog. A

popularidade da colaboração, aferida pelo número de votos, define o destaque que ela vai ter na página principal e conseqüentemente influencia na visibilidade da matéria.

Neste capítulo, conhecemos a proposta do Overmundo, seu modelo de produção de conteúdo colaborativo e analisamos como essas várias dimensões se materializam no *website*. Na próxima parte, iremos tecer as conclusões finais sobre o trabalho e retomar os pontos principais da nossa dissertação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação surgiu do interesse de aprofundar o fenômeno da colaboração na *internet* e verificar como ele estava influenciando o campo da produção e da edição de conteúdo na mídia. Inicialmente, começamos a perceber empiricamente o quanto as ferramentas de produção de conteúdos colaborativos estava passando a integrar o cotidiano dos usuários de *internet*. A partir dessas observações iniciais sobre o tema, foi possível constatar o grande interesse por parte dos meios de comunicação e a crescente presença dessas ferramentas na vida das pessoas. Aliado à popularização do Youtube, da Wikipédia e dos Sites de Relacionamentos (Orkut, Facebook, etc.) e à popularização do termo Web 2.0, podemos ter contato com uma ampla cobertura da mídia sobre o tema. As diversas reportagens que procuram entender o fenômeno da participação na rede se intercalavam com matérias de tom alarmante sobre a superexposição das pessoas nas redes sociais e fascinadas pelas mudanças na maneira com que as pessoas se comunicavam e se apropriavam das ferramentas.

A partir da interpelação das várias vozes do senso comum, fomos estimulados a ir além dos discursos panfletários e analisar profundamente o tema escolhido. Tendo adotado esse viés, procuramos imprimir o mesmo espírito reflexivo em relação aos estudos da cibercultura e da TIC que abordavam a questão principal deste trabalho. Em uma escala diferente, também percebemos que a brevidade do tema terminava causando uma naturalização de questões importantes para compreender a colaboração na *internet*.

Os estudos de O'Reilly (2005a), Gillmor (2004), Bowman e Willis (2003) nos ajudaram a mapear o tema e a nos aproximarmos dos fenômenos empíricos da então chamada Web 2.0. Mesmo reconhecendo a importância dos trabalhos dos autores supracitados, percebemos a predominância de um discurso conativo em relação ao fenômeno da participação da *internet*. A estratégia criada por eles apontava para uma tendência a antagonizar os diferentes tipos de mídia, privilegiando a *internet* dentro desse processo. Essa postura levava a uma observação determinista em relação às transformações sociais decorrentes da apropriação de dispositivos tecnológicos.

As reflexões foram tomando corpo a partir da leitura de Palacios (2004; 2003) e suas considerações a respeito do determinismo tecnológico (seção 1.1); da idéia de “ecossistema

comunicativo” (GÓMEZ, 2006), que procura entender a articulação entre as várias mídias, e a noção de funções massivas e pós-massivas de Lemos (2007), que procurava pensar além do dispositivo e transpassar a dicotomia entre meios analógicos e digitais.

Após essa caminhada teórica, foi de fundamental importância a experiência de intercâmbio na Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord, sob a orientação do professor Pierre Moeglin. A partir das discussões e dos conhecimentos compartilhados, fomos influenciados a pensar a colaboração de maneira holística, procurando perceber como essa dimensão esteve presente em mídias anteriores à *internet*, e como esse fenômeno remonta ao próprio surgimento da comunicação. O contato com autores, sobretudo franceses, nos ajudaram a redimensionar a discussão inicial sobre o tema e começar a construir uma análise “em perspectiva” (Rebillard, 2007) da colaboração na *internet*.

Todo o caminho percorrido ao longo do período de pesquisa nos conduziu a formatar a dissertação da seguinte maneira. Inicialmente, compusemos um eixo teórico que conseguisse contextualizar a discussão sobre a colaboração no campo da comunicação, dentro de um horizonte teórico mais amplo, observando a sua presença ao longo da história, concomitantemente, propusesse uma leitura para os fenômenos de colaboração presentes na *internet*, procurando desconstruir a noção de Web 2.0 e oferecendo uma chave de leitura para os vários autores que se propõem a pensar sobre esse campo.

Após o mapeamento do estado da arte, nos propusemos a dimensioná-lo dentro do campo empírico, observando até que ponto nossas reflexões nos ajudavam a compreender o estado da prática. O Overmundo materializou a junção entre o horizonte teórico e prático desta dissertação. Evidentemente, várias dimensões presentes no objeto escolhido não puderam ser analisadas, dada a grande abrangência do projeto colaborativo do Overmundo. A mesma constatação pode ser feita em relação ao corpo teórico. Como vimos, sobretudo no capítulo 2, a colaboração na *internet* congrega um extenso leque de experiências e qualquer trabalho realizado não pode dar conta de todos os aspectos presentes no campo.

A presente dissertação se propôs a lançar um olhar particular sobre a comunicação colaborativa na *internet*. A opção pela denominação *comunicação colaborativa* justifica as reflexões teóricas presentes no trabalho e materializa a tentativa de observar transversalmente o tema abordado. A pesquisa pode servir para a solidificação do conhecimento no campo de pesquisa sobre as novas tecnologias da comunicação e lançar um novo olhar sobre a questão da participação na *internet*.

O primeiro capítulo pode apontar caminhos para estudos que procurem realizar uma genealogia da colaboração nos meios de comunicação, bem como questões relacionadas à

discussão sobre técnica, imaginário e ecossistemas comunicativos. A primeira parte enriquece a discussão, procurando interligar autores que não abordam especificamente o fenômeno da colaboração na *internet*, mas que, no entanto, lançam idéias essenciais para uma compreensão holística da presente questão.

O segundo capítulo se detém sobre a colaboração na *internet* e procura articular o conhecimento dentro desse campo. Inicialmente, realizamos uma contextualização baseada na noção de Web 2.0 difundida por O'Reilly (2005a) e nas reflexões de autores que pensam sobre a relação entre a colaboração na *internet* e o campo midiático.

Após esse momento de ambientação da segunda parte da dissertação, entramos em questões mais particulares e analisamos criticamente a Web 2.0 e os estudos sobre a colaboração na rede. Esse percurso sistematiza o conhecimento dentro da área e traça um panorama dos autores que analisam o tema, oriundos de diferentes escolas de pensamento. A análise em perspectiva procura impulsionar a reflexão dentro do campo estudado, problematizando a colaboração na *internet* e observando seus limites e potencialidades.

O último capítulo da dissertação cumpre duas funções: analisar empiricamente as reflexões do âmbito teórico e apresentar o estado da prática da colaboração na rede. Dessa forma, essa parte do trabalho pode ajudar a perceber com mais clareza a dimensão colaborativa no estado da prática e como os modelos de produção e edição se articulam. Os dados apresentados na pesquisa problematizam reflexões do núcleo teórico e nos ajudam a comprovar e ponderar afirmações dos autores sobre a colaboração.

O estudo de caso do Overmundo nos permitiu observar como a colaboração se manifesta na seção Overblog. No item 3.3.1, podemos verificar o número de colaborações propostas e aceitas na seção investigada. Após a coleta dos dados, obtivemos 48% de colaborações aceitas para publicação. As informações obtidas mostram que a comunidade em torno do site mantém um filtro seletivo dos conteúdos que devem ser publicados e elegem, a partir dos votos, os conteúdos que terão maior destaque.

Na nossa análise, item 3.3.2, observamos as contribuições presentes na fila de edição. Após os nove dias de análise, verificamos um número pouco representativo de colaborações no processo editorial dos textos. Apesar de ser uma área importante dentro do site e uma experiência ambiciosa no que se refere à produção coletiva de conteúdos, a prática de edição ainda não está consolidada dentro do Overmundo. Na nossa pesquisa constatamos um baixo engajamento dos usuários no processo de edição colaborativa e uma presença da equipe de moderação nesta área. Os dados mostram que a prática ainda não está disseminada entre os

usuários e necessitaria de uma maior adesão para ser considerada influente no processo de produção colaborativa do site.

O estudo empírico observou os comentários realizados nas colaborações propostas. Dentro deste tópico, item 3.3.3, constatamos uma considerável participação dos usuários, durante a nossa análise foram feitos 157 comentários em 42 colaborações. Ao investigarmos os conteúdos presentes nos comentários, percebemos uma concentração de comentários positivos e que procuram adicionar alguma informação relacionada ao conteúdo discutido (63%) e comentários breves de apoio (30.6%). A partir desses dados, constatamos uma forte adesão dos colaboradores aos conteúdos presentes no site e uma tendência a gerar uma discussão com novos elementos.

A terceira parte da dissertação também abre a possibilidade de um aprofundamento da experiência do Overmundo. A pesquisa pode ser um ponto de partida e um retrato do estado contemporâneo do objeto. As observações realizadas no capítulo 3 ajudam a acumular o conhecimento sobre o *website* e pode impulsionar próximos estudos que atualizem a discussão proposta e/ou ampliem o horizonte de análise do caso. Conforme apresentamos, na referida parte, o Overmundo é um projeto amplo que abrange uma série de fatores a serem trabalhados.

A pesquisa aponta para a compreensão das peculiaridades dos usuários brasileiros de *internet*, particularmente na *internet* colaborativa. A dissertação poderá servir como uma fonte de estudo comparativo, que poderá ser trabalhado em relação aos projetos colaborativos da *internet* em âmbito nacional e mundial. A partir das observações feitas, seria interessante relacionar as informações encontradas no Overmundo com sites norte-americanos ou franceses, por exemplo, e perceber as peculiaridades dos internautas em cada país.

O estudo possibilita desdobramentos que permitem aprofundar algumas questões que não integraram o recorte da pesquisa, como o aspecto comunitário, a conversação na *internet* colaborativa e as interações na rede. Conforme observamos ao longo da dissertação, a *web* é um campo fértil para análises, pois está constantemente se renovando e estabelecendo relações com as práticas sociais. O próprio surgimento de termos como “*web* semântica” (Web 3.0), nos comprova a necessidade de atualizar constantemente a discussão sobre colaboração na *internet* e perceber o desenvolvimentos dos vários projetos ligados ao campo.

A principal contribuição da presente dissertação para o campo das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) é propiciar uma leitura holística da colaboração na *internet*. O trabalho mapeia vários autores que pensam a comunicação e consegue propor um horizonte teórico para visualizar a questão específica da colaboração sob uma perspectiva

histórica, que observa as nuances e as continuidades dentro do processo de desenvolvimento tecnológico.

A pesquisa sintetiza as principais tendências teóricas na observação das práticas colaborativas na *internet*. Desenvolvemos um olhar crítico sobre essas idéias, desconstruindo a noção de Web 2.0 e propondo uma reflexão aprofundada, sem se deixar conduzir pelo neofilismo, que muitas vezes no impede de observar as problemáticas implícitas ao surgimento de um novo meio de comunicação.

O trabalho apresenta a experiência colaborativa no Overmundo e problematiza as práticas colaborativas na *internet* a partir do caso escolhido. A opção metodológica propiciou aprofundar os modelos de produção e edição de conteúdo dentro do *site*. A experiência do *website* estudado é recente e estudos posteriores poderão acompanhar o desenvolvimento dessa experiência com o passar dos anos. A dissertação aponta para uma observação das práticas colaborativas no âmbito nacional, fundada sobre sistemas desenvolvidos por brasileiros e que concentram seu enfoque na produção cultural realizada no País.

A comunicação colaborativa continuará em desenvolvimento e a presente dissertação se propôs a contribuir para o aprofundamento dos estudos que abordam as práticas colaborativas na rede.

REFERÊNCIAS E FONTES CONSULTADAS

AJUDA. Disponível em:

<<http://www.overmundo.com.br/estaticas/ajuda.php>>. Acesso em 20 nov. 2008.

AJUSTES Regulares. Disponível em:

<<http://www.overmundo.com.br/blogs/artigo.php?artigo=4164>>. Acesso em 20 set. 2008.

ALEXA. **Top Sites in Brazil**. 2008. Disponível em:

<http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=BR&ts_mode=country&lang=none>. Acesso em: 20 dez. 2008.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo. Lisboa: Edições 70, 2005.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. São Paulo: Campus, 2006.

ANTOUN, Henrique. A Web 2.0 e o Futuro da Sociedade Cíbercultural. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31., 2008, Natal. **Anais Eletrônicos...** Natal: UFRN, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0874-1.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2008.

ANTOUN, Henrique; PECINI, André Custódio. A web e a parceria - projetos colaborativos e o problema da mediação na *internet*. In: XVI ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 16., 2007, Curitiba. **Anais Eletrônicos...** Curitiba: UTP, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_171.pdf>. Acesso em: 25 set. 2008.

AQUINO, Maria Clara. O seu buscador lhe satisfaz? A folksonomia como alternativa de representação e recuperação de informação na web 2.0. In: XVII ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 17., 2008, São Paulo. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: UNIP, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_290.pdf>. Acesso em: 25 out. 2008.

AUDIÊNCIA JC Online. Disponível em:

<<http://www2.uol.com.br/JC/portifolio/audiencia.htm>>. Acesso em: 20 nov. 2008.

BARBERO, Jesús Martín. Sociedade Midiatizada. In: MORAES, Dênis de (Org.).

Tecnicidade, Identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 51-79.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD)**: um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. 2007. 329f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – FACOM, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BEIGUELMAN, Giselle. O ovo da serpente 2.0. **Trópico**, São Paulo, 2008, 22 maio 2008. Disponível em: <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2979,1.shl>>. Acesso em: 25 de nov. 2008.

_____. Companheironomias. **Trópico**, São Paulo, 2006, 2 set. 2006. Disponível em: <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2779,1.shl>>. Acesso em: 25 nov. 2008.

BELTRÃO, Filipe Barros. Produção e edição colaborativa na *internet*: o caso Overmundo. **Ciberlegenda** - Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, UFF, ano 9, n.19, out. 2007. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/artigofilipebarrosfinal.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2008.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **Nosotros, el medio**: cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información. Publicado *on-line*, no formato PDF, em fevereiro de 2005. Disponível em: <www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>. Acesso em: 10 maio 2007.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media**: How audiences are shaping the future of news and information. Publicado *on-line*, no formato PDF, em julho de 2003. Disponível em: <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf>. Acesso em: 10 maio 2007.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source**: discussão e experimentação do OhmyNews International. 2006. 248f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/open_source.pdf>. Acesso em: 20 set. 2008.

BRUNS, Axel. **Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news**. In: Media International Austrália, n. 107, p. 31-44, 2003. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/archive/00000189/01/Bruns_Gatewatching.PDF>. Acesso em: 25 maio 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006a. v. 1, 698 p.

_____. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis de. (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006b. p. 225-231.

CATTAFFI, Ricardo; ZAMBRANO, Nancy. **Comunicación Colaborativa**: aspectos relevantes en la interacción humano-humano mediada por la tecnología digital. In: Enl@ce – Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento. [online]. abr. 2008, vol.5, no.1, p. 47-63. Disponível em: <<http://www.scielo.org.ve/pdf/enl/v5n1/art04.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2008.

CHAN, Anita J. **Collaborative News Networks: Distributed Editing, Collective Action, and the Construction of Online News on Slashdot.org**. Dissertação de mestrado. Department Of Comparative Media Studies - Massachusetts Institute Of Technology. Massachusetts: 2002.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo: Editora UNESP, 1998. 159 p.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2007**: TIC Domicílios e TIC Empresas 2007. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.cetic.br/tic/2007/indicadores-cgibr-2007.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2008.

_____. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2007**: TIC Domicílios e TIC Empresas 2006. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.cetic.br/tic/2006/indicadores-2006.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2008.

COMPUTAÇÃO nas nuvens vai baratear acesso à *internet*, aposta Google. **G1**, [S.l.], 6 maio 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL455811-6174,00.html>>. Acesso em: 26 jun. 2008.

CORREIA, João Carlos; VIZEU, Alfredo. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo. (Org.). **A sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 11-28.

FLICHY, Patrice. **L'Imaginaire d'Internet**. Paris: La Découverte, 2001.

FRAGOSO, Suely. Redes Urbanas e Redes Digitais: considerações sobre a governança eletrônica. In: PRYSTHON, Angela; CUNHA, Paulo. (Org.). **Ecos urbanos: a cidade e suas articulações midiáticas**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. **Eu odeio quem odeia...** Considerações sobre o comportamento dos usuários brasileiros na tomada do Orkut. E-Compós, v. 6, 2006, p. 1-22. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/89/89>>. Acesso em: 20 dez. 2008.

_____. **As Múltiplas Faces da Exclusão Digital**. Ícone, Recife - PE, v. 6, n. 7, p. 110-122, 2004. Disponível em: <http://www.midiadigitais.org/wp-content/uploads/2008/06/exclusao_digital.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2008.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Presença, 2005.

_____. **We the media**: grassroots journalism by the people, for the people. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2004.

GOMEZ, Guillermo Orozco. Comunicação Social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de. (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 81-117.

GOOGLE anuncia compra do YouTube por US\$ 1,65 bilhão. **Folha Online**, São Paulo, 9 out. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20725.shtml>>. Acesso em: 26 set. 2008.

GRANDE prêmio para o Overmundo. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/blogs/grande-premio-para-o-overmundo>>. Acesso em: 20 nov. 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Técnica e ciência enquanto “ideologia”**. In: Benjamin, Horkheimer, Adorno, Habermas. Textos escolhidos. Tradução José Lino Grünewald [et. al.]. 2a ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. p. 313-343. (Os pensadores).

HOLANDA, André. **Estratégias de abertura**: o jornalismo de fonte aberta dos casos indymedia, cmi, Slashdot, agoravox, wikinotícias e wikinews. 2007. 166 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – FACOM, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2007_HOLANDA_Andre_Dissertacao_Estrategias%20de%20Abertura.pdf>. Acesso em: 20 set. 2008.

IBICT. **Inclusão Digital**. 2008. Disponível em: <http://inclusao.ibict.br/mid/mid_geo.php>. Acesso em: 20 dez. 2008.

INTERNET WORLD STATS. **Internet Usage Statistics**. 2008. Disponível em: <<http://internetworldstats.com/>>. Acesso em: 20 dez. 2008.

KOLLOCK, Peter. Social Dilemmas: The Anatomy of Cooperation. **Annual Review of Sociology**, n. 24, p. 183-214, 1998.

LEMOS, André. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, USP, ano 1, n.1, São Paulo, p. 121-137, 2007. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/MATRIZES/article/view/3993/3749>>. Acesso em: 20 set. 2007.

_____. **Cibercultura Remix**. In: SEMINÁRIO SENTIDOS E PROCESSOS. No prelo, São Paulo, Itaú Cultural, ago., 2005a. Disponível em:
<<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2007.

_____. Podcast. Emissão Sonora, futuro do rádio e cibercultura. **404nOtF0und**, n. 46, jun., 2005b. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm>. Acesso em: 25 set. 2006.

_____. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. **Razón y Palabra**, Atizapán de Zaragoza, n. 41, out-nov., 2004. Disponível em:
<<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/alemos.html>>. Acesso em: 25 nov. 2008.

_____. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEMOS, André; REZENDE, Pedro A. D. Le Brésil dans la Société de l'Information: Gouvernement Lula, Copyleft et Logiciels Libres. **Hermès - Cognition, Communication, politique**, Paris, n. 42, p. 198-205, 2005. Disponível em:
<http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/2042/9007/1/HERMES_2005_42_198.pdf>. Acesso em: 20 set. 2006.

LEVINE, Rick; LOCKE, Christopher; SEARLS, Doc; WEINBERGER, David. **The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual**. Cambridge: Basic Books, 2001. Disponível em: <<http://www.cluetrain.com/book/index.html>>. Acesso em: 20 set. 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000. 260 p.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MARCUSE, Herbert. **Industrialização e Capitalismo na Obra de Max Weber**. In: _____. **Cultura e Sociedade**. vol. II. Trad. Wolfgang Leo Maar. São Paulo: Paz e Terra, 1998. p. 113-136.

MARKOFF, JOHN. Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense. **The New York Times**, Nova York, 2006, 12 nov. 2006. Disponível em:
<<http://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html?pagewanted=1&ei=5088&en=254d697964cedc62&ex=1320987600>>. Acesso em: 25 nov. 2008.

MATTELART, Armand. **L'invention de la communication**. Paris: La Découvert, 1997.

MISSÃO. Disponível em: <<http://www.institutoovermundo.org.br/missao/>>. Acesso em: 16 dez. 2008.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Ed. Revan, 2007.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2003.

MUSSO, Pierre. **Sociedade Midiatizada**. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 191-2224.

_____. **Critique des réseaux**. Paris: PUF, 2003.

ONID, **Mapa dos Telecentros no Brasil**. Disponível em: <<http://www.onid.br/mapas>>. Acesso em: 16 dez. 2008.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0** - design patterns and business models for the next generation of software. 2005a. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 25 maio 2007.

_____. **Qué es Web 2.0** - patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. 2005b. Disponível em: <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/documentos/articulos/TRIBUNA_web2.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2008.

PALACIOS, Marcos. Polarização, Inclusão e Exclusão Social: uma proposta de monitoramento do Projeto Aveiro Digital. In: LEMOS, André. (Org). **Cibercidade. As cidades na cibercultura**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004. p. 131-149.

_____. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo *on-line*: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador**. 1 ed. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2007. 240 p.

_____. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006.

_____. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto**, Porto Alegre, n. 13, 2005.

REBILLARD, Franck. **Le web 2.0 en perspective** - Une analyse socio-économique de l'internet. Paris : L'Harmattan, 2007.

RELATÓRIO Overmundo Monitoramento. dez. 2008a, 34 p. Cópia em arquivo. Pdf.

RELATÓRIO Overmundo Monitoramento. nov. 2008b, 34 p. Cópia em arquivo. Pdf.

RELATÓRIO Overmundo Monitoramento. out. 2008c, 34 p. Cópia em arquivo. Pdf.

RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs**: The next social revolution. Cambridge, MA: Perseu, 2002.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Rogério Santanna dos. Pela primeira vez mais da metade da população já teve acesso ao computador. In: CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação 2007**. São Paulo, 2008, p. 35-39.

SOBRE o Overmundo. Disponível em:
<http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre_o_overmundo.php>. Acesso em: 16 dez. 2008.

TRÄSEL, Marcelo. **A pluralização no webjornalismo participativo**: uma análise das intervenções no wikinews e no kuro5hin. 2007. 271f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/wiki_kuro.pdf>. Acessado em: 20 set. 2008.

VANDER WAL, Thomas. **Folksonomy definition and Wikipedia**. 2005. Disponível em: <<http://www.vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1750>>. Acesso em: 20 out. 2008.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.