

# Produção colaborativa na rede: um olhar sociocultural

**Filipe Barros Beltrão**

Mestrando em Comunicação Social pelo PPGCOM da UFPE, na linha de pesquisa Mídia e Processos Sociais.

119

**Resumo:**

O presente artigo analisa a produção colaborativa de conteúdo na rede interligando com estudos que abordam as novas tecnologias da informação e da Comunicação dentro de uma perspectiva socioculturalista. O trabalho procura atualizar a discussão que envolve técnica e sociedade, relacionando-a com questões emergentes como a Internet colaborativa. O estudo enfoca particularmente o caso do website participativo Overmundo, que servirá como objeto para ilustrar as questões abordadas ao longo do texto.

**Palavras-chave:** Comunicação colaborativa; Overmundo; Cibercultura; Web 2.0.

**Abstract :**

*The present article analyzes the participative production of content in the net establishing connection with studies that inside approach the new technologies of the information and the communication of one perspective socioculturalist. The work looks for to bring up to date the quarrel that involves technique and society relating with emergent questions as the collaborative Internet. The study it focuses particularly the case of the participative website Overmundo, that will serve as object to illustrate the boarded questions throughout the text.*

**Keywords:** Participative journalism; Overmundo; Cyberculture; Web 2.0.

## INTRODUÇÃO

Os *websites* colaborativos vêm se consolidando nos últimos anos e se tornando uma das principais ferramentas presentes na Internet para estimular os usuários a produzirem os seus próprios conteúdos. A presente comunicação se insere dentro desta pesquisa sobre comunicação colaborativa procurando aprofundar aspectos teóricos ligados a esse fenômeno que se insere dentro de uma lógica de produção em rede e de uma expansão da Internet no cenário contemporâneo. Para analisar essa questão utilizaremos como estudo de caso o *website* colaborativo *Overmundo*, que nos ajudará a materializar a discussão teórica apresentada no artigo.

## SOCIEDADE E TÉCNICA

A cibercultura é o campo da Comunicação no qual se tem discutido efusivamente os impactos e as principais mudanças e continuidades na sociedade contemporânea provocadas pela difusão da Internet e dos suportes digitais. O momento atual de discussão aponta para um novo período no qual o encantamento inicial foi um pouco deixado de lado, dando lugar a estudos de fenômenos concretos e se distanciando um pouco mais das metáforas *cyber-punks* que influenciaram muito as primeiras discussões. Esse cenário comporta visões de teóricos bastante divergentes, que podem ajudar a ponderar tanto os extremismos utópicos quanto as correntes mais críticas que persistem em antagonizar os diversos formatos de mídia.

Castells, um dos principais teóricos da sociedade contemporânea informatizada, 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” (1999, p. 414).

Santos (2000) afirma que na nossa sociedade as técnicas da informação, por meio da cibernética e 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.

A técnica e a sociedade sempre estiveram ligadas diretamente e estão em constante relação dialógica. Musso comenta que três redes técnicas estruturam 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 do esvaziamento da religião e a criação das grandes redes técnicas modernas: ferrovia, telégrafo e elétrica. Essas redes surgem na passagem entre os séculos XVIII e XIX “como a resposta prometéica que seria o advento do mundo moderno liberado de sua referência supranatural” nos deslumbram e reencantam o mundo até os dias atuais. (Ibid.)

Os impactos sociais da técnica e a crítica às visões simplistas, seja pelo lado do triunfalismo ou da fobia às alterações causadas pela utilização das tecnologias, foram ponderados por Lévy:

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. (2000, p. 26)

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 consequências.

Musso reflete sobre como a Internet reaviva a ideia de um mundo conectado, construindo uma ideia de "cérebro planetário" de "inteligência coletiva". O autor 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 atraindo, contribuindo para um reecantamento buscado nas utopias tecnológicas. A rede, e seu cortejo de metáforas, está no centro desses novos dispositivos de comunicação. (2006, p. 191)

Wolton 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" (2003, p. 138). Apesar de a crítica ser destinada às correntes mais utópicas, tal reflexão é importante para compreender os limites e as potencialidades das experiências de comunicação colaborativa na rede.

## COMUNICAÇÃO COLABORATIVA E SEU CONTEXTO SOCIOCULTURAL

As práticas colaborativas estão relacionadas com o momento atual vivido pela Internet, no qual as ferramentas de publicação de conteúdo estão amplamente difundidas e são relativamente fáceis de ser manipuladas. O grande fator que restringia esse fenômeno eram as limitações técnicas. Hoje, qualquer pessoa pode ter um espaço virtual, sem necessariamente dominar linguagem de programação.

Este momento histórico, no qual acontece uma expansão das ferramentas participativas, vem sendo chamado de Web 2.0. O termo foi cunhado por O'Reilly (2005), no artigo em que demonstra uma série de ferramentas e motivos para entender essas experiências colaborativas como um outro momento da Internet. Vale salientar, que o termo vem sendo apropriado pelo marketing e pelo senso comum para designar uma revolução na Internet ou um fenômeno nunca visto anteriormente. A colaboração é algo presente na Internet desde os seus primórdios, nas primeiras comunidades virtuais e nos *softwares* de interação social.

Neste trabalho entende-se por Web 2.0 as “práticas ligadas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços *Web*, linguagem *Ajax*, *Web syndication* etc.), a um momento histórico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas para o comércio eletrônico e a processos de interação social mediados pelo computador” (PRIMO, 2006, p. 01).

A partir desse novo contexto, Lemos propõe uma nova configuração dos meios de comunicação entre massivos e pós-massivos. Segundo o autor, “as mídias massivas são mídias de informação, emitindo de um pólo centralizado para uma massa de receptores”, já as pós-massivas “permitem a comunicação bidirecional através de um fluxo de informação em rede” (LEMOS, 2007, p. 10).

É importante refletir sobre essa diferença e ver que ela não pode operar em todos os sentidos. Um exemplo claro disso são os *spams*, que mesmo sendo realizados na internet operam na lógica massiva de enviar para o número maior de pessoas a mesma mensagem, frequentemente com conteúdos publicitários. Enfim, mesmo não sendo aplicada em todos os casos, a diferenciação proposta pelo autor ajuda a atentar para as características predominantes das mídias digitais e móveis.

Essas novas mídias geram uma reconfiguração no campo da Comunicação tencionando 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, como os de Lemos (2006), denominam esse fenômeno como a “liberação do pólo emissor”, 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 muito antes do surgimento da rede mundial de computadores, porém, com o advento da mesma, elas são facilitadas e potencializadas, pelo baixo custo e a possibilidade de disponibilizar o conteúdo para toda a rede.

Bowman e Willis (2003) conceituam essa nova audiência com o neologismo “prosumidor”, que designaria um hibridismo entre as palavras produtor e consumidor. Segundo os autores, os *blogs* e os novos espaços colaborativos não são uma ameaça aos veículos tradicionais, mas um complemento. Sobre os modelos de filtragem da informação, eles conceituam do seguinte modo: no formato *broadcast* “filtro, logo público”, na Internet “público, logo filtro”. Essa definição ajuda a entender a problemática principal do ciberespaço, no qual 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.

Ao final dessa recuperação teórica, podemos chegar às leis fundadoras da cibercultura que, segundo Lemos (2005), é a liberação do pólo de emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais. A seguir apresento o caso *Overmundo* e mostro como ele se insere nessa lógica de colaboração acima exposta.

### OVERMUNDO E AS PRÁTICAS COLABORATIVAS

O Overmundo é um *website* colaborativo surgido em novembro de 2005. O projeto foi concebido pelo núcleo de ideias 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.

123



Página inicial do site

O objetivo do *website* é criar um canal de expressão da cultura brasileira, no qual seja possível visualizar sua diversidade. Partindo dessa idéia, uma equipe de jornalistas ou um grupo específico não pode ter acesso a tudo o que está acontecendo no país, e nem tem condições físicas de apresentar ao público tudo o que chega às redações. Essas limitações provocam um descompasso na produção cultural, na qual apenas os produtos massivos financiados por grandes empresas conseguem visibilidade e distribuição para o grande público. Sabemos que a crescente popularização da Internet e dos suportes digitais propiciaram o surgimento de novas formas de distribuição dos produtos culturais

através da rede, no entanto, a comunicação entre aquilo que é produzido e aquilo que consegue chegar à população continua deficiente.

Partindo da problemática acima exposta, o *Overmundo* se propõe a ser um canal de divulgação e distribuição da cultura no país. 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 proponham a mostrar aquilo de que gostam e o que estão fazendo em todo o país.

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*. O *Overmundo* é composto por oito seções sintetizadas na tabela abaixo:

CLASSIFICAÇÃO	SEÇÕES
Publicação de conteúdos noticiosos e informativos	<p><b>Overblog:</b> página principal com os textos do site.</p> <p><b>Agenda:</b> aglutina os eventos culturais que estão acontecendo em todo o Brasil.</p> <p><b>Guia:</b> reúne as dicas de cada lugar do Brasil, escritas por quem mora na localidade, apresentando não somente os pontos turísticos, mas locais com pouca divulgação, bares interessantes, entre outros.</p> <p><b>Overfeeds:</b> são blogs permanentes alimentados por colaboradores habituais do site que exploram a fundo e colocam em discussão os mais diversos temas e aspectos das culturas do Brasil. O usuário que desejar ter um <i>blog</i> no <i>Overmundo</i> deve mandar uma proposta para a equipe, se comprometendo 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)<sup>1</sup> e sempre que for feita alguma alteração no conteúdo ela será exibida também no <i>overfeed</i>.</p>
Publicação de conteúdos artísticos	<p><b>Banco de Cultura:</b> lugar para compartilhar obras artísticas (música, artes visuais, cinema/vídeo, artes eletrônicas, textos literários, textos não-ficcionais).</p> <p><b>Overmixter:</b> página na qual o usuário encontra músicas, <i>samples</i>, <i>remixes</i> e vocais sob licenças <i>Creative Commons</i><sup>2</sup> disponíveis para ouvir, criar e recriar novas obras artísticas derivadas.</p>

<b>Seção de discussão e fórum</b>	<b>Observatório:</b> blog onde se encontram informações e reflexões sobre o que está acontecendo no próprio <i>Overmundo</i> , fomentando o debate sobre os rumos do <i>website</i> .
<b>Seção com ferramentas de software social</b>	<b>Perfis:</b> mostra o número total e os links de todos os usuários cadastrados no site. A lista é organizada segundo o valor do karma <sup>3</sup> em ordem decrescente.

O *Overmundo* é aberto a todos os usuários para visualizar e baixar qualquer arquivo. O cadastro no *website* é necessário apenas para efetivar as colaborações. O *Overmundo* cria um ambiente para expor a cultura, bem como elementos que estão relacionados a este universo. Dessa maneira, no site é possível encontrar músicas em formato MP3<sup>4</sup>, imagens, textos literários, matérias, resenhas e opiniões de todos os seus colaboradores.

Todo conteúdo do *website* é licenciado pelo *Creative Commons*, uma organização mundial sem fins lucrativos que regulamenta os direitos autorais, permitindo uma maior flexibilidade na distribuição da informação. Segundo Lessig, “os *Creative Commons* tornam fácil o processo de se basear na obra de outras pessoas, e simplifica para os criadores o processo de expressar a concessão para que outros obtenham e se baseiem em suas obras” (2005, p. 276).

Retomemos alguns pressupostos para situar o caso estudado dentro da investigação que realizamos: em relação às práticas colaborativas e às mudanças no campo da produção, os estudos de Lemos (2006) e Bowman e Willis (2003), fundamentaram bem algumas questões pertinentes à comunicação na Internet. Segundo algumas reflexões sobre a comunicação colaborativa apresentados nos dois estudos, é possível constatar que o *Overmundo* se utilizou das várias experiências anteriores ao seu surgimento para formatar a sua arquitetura.

Podemos constatar que esse processo se insere diretamente dentro de uma das leis presentes na cibercultura a da reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais. Isso não seria possível se não existissem as leis de licenciamento que autorizam a livre circulação de conteúdo. Essa característica está no cerne da proposta do *website*, tanto que todo o seu código-fonte foi liberado gratuitamente para que outros projetos possam surgir e multiplicar os espaços colaborativos na rede.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões discutidas no artigo e a exposição da experiência colaborativa do *Overmundo* mostram como os atuais estudos se relacionam com os projetos concretos na Internet. A experiência do *website* é relativamente recente e está sendo aprimorada durante o seu próprio desenvolvimento, principalmente através das discussões e das exigências da própria comunidade de usuários.

A partir do caso estudado, pode-se notar a presença da lógica da reconfiguração dos meios de comunicação. Nela, os modelos e formatos antes utilizados não desaparecem ou são substituídos indiscriminadamente, mas são remodelados e refuncionalizados para atender às novas necessidades, aos novos contextos midiáticos gerados na Internet. As novas práticas colaborativas ampliam os formatos até então vigentes e, como em toda nova mídia, existe sempre um período de adaptação, de compreensão do espaço ocupado por ela na vida social, e da própria utilização de todas as suas potencialidades.

O artigo apresenta as primeiras investigações sobre o tema e o objeto de estudo. Sendo a comunicação colaborativa uma experiência conduzida pelas inclinações da própria comunidade, será interessante acompanhar sua evolução e os seus delineamentos provocados pelas interações na rede ao longo do período que estarei analisando.

Entendemos que o estudo pode contribuir para novas pesquisas sobre a comunicação colaborativa e sobre o próprio *Overmundo*. É importante enfatizar que o site contém oito seções que podem ser analisadas sob várias perspectivas, constituindo uma vasta fonte de pesquisa da contemporaneidade midiática e dos estudos que investigam a participação dos usuários e discutem a difusão e a distribuição da informação na Internet.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. *We Media - How audiences are shaping the future of news and information*. Disponível em: <[http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)>. Acesso em 02 maio 2007.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol 1: a sociedade em rede*. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698 p.

DÚVIDAS Frequentes. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/estatisticas/ajuda.php>>. Acesso em 20 março 2007.

LEMOS, André. Mídia Locativa e Território Informacional. In: *Compós*, 2007, Curitiba. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/artigos.html>>. Acesso em 20 ago. 2007.

\_\_\_\_\_. Podcast. Emissão Sonora, futuro do rádio e cibercultura. In: *404nOtF0und*, n. 46, junho de 2005. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_46.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm)>. Acesso em 25/09/2006.

\_\_\_\_\_. Cibercultura Remix. In: *Seminário Sentidos e Processos*. No prelo, São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_46.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm)>. Acesso em 20 set. 2007.

LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo: Trama, 2005. 336 p.

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

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

O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0?* 2005. Disponível em: <<http://www.oreilly-net.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em 25 maio 2007.

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

SOBRE o Overmundo. Disponível em: <[http://www.overmundo.com.br/estatisticas/sobre\\_o\\_overmundo.php](http://www.overmundo.com.br/estatisticas/sobre_o_overmundo.php)>. Acesso em 16 março 2007.

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.

## NOTAS

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> É um novo sistema construído com a lei atual de direitos autorais que define um espectro de possibilidades, em que o próprio autor escolhe o licenciamento que deseja conceder a sua obra.

<sup>3</sup> 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, ou votando, o valor do *karma* vai aumentando. 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.

<sup>4</sup> O nome é uma abreviação do tipo de arquivo MPEG *Audio Layer-3*, que comprime a música, permitindo, assim, maior eficiência na distribuição e facilidade no armazenamento.