

Comunicação em Rede e Produção Colaborativa

Resumo

A presença das plataformas digitais de comunicação impulsionou a expansão da atividade colaborativa, indicando um novo modelo econômico calcado no conhecimento coletivo e voluntário presente na internet. Proliferaram iniciativas de desintermediação que conectam diretamente pequenos produtores com o mercado consumidor, viabilizam o compartilhamento de serviços, dentre outras. Gradativamente, esses arranjos colaborativos estão sendo absorvidos pela economia de mercado onde o consumidor-internauta, ao participar do processo de concepção de um produto ou serviço, em vez de apenas exercer o direito de escolha sobre a oferta preexistente, contribui para a sua criação. É a inteligência coletiva, ou conectiva, gerando inovação. Esses temas atravessam dois campos de estudo – a comunicação e a economia – que são relativos às teorias da comunicação digital e aos fenômenos da economia da informação em rede, com conteúdo e resultados multidisciplinares.

Palavras-chave: rede, colaboração, acesso, inteligência coletiva.

Abstract

The presence of digital communications platforms drove the collaborative activity expansion, indicating a new economic model based on massive and voluntary collective knowledge present in internet. Disintermediation initiatives have proliferated connecting small producers directly to consumer market, enabling sharing services, among others. Gradually, these collaborative arrangements are being absorbed by the market economy where the consumer-internet user, by participating in the process of designing a product or service, rather than just exercise the right of choice on the existing supply, contributes to its creation. It is the collective intelligence, or connectivity, driving innovation. These themes cut across two fields of study - the communication and the economy - relates to digital communication theories and to networked information economy phenomena, with multidisciplinary content and results.

Keywords: networking, collaboration, access, collective intelligence.

Impacto social da lógica das redes

“Networks are not specific to twenty-first-century societies or, for that matter, to human organization. Networks constitute the fundamental pattern of life, of all kinds of life”
(Communication Power, Manuel Castells, p.21)

Na sociedade contemporânea o fator gerador de riqueza é o conhecimento, que diferentemente dos bens materiais não se reduz quando consumido, pelo contrário, como o outro o utiliza de outra maneira, ele se transforma e se multiplica. Para Manuel Castells, o processo de comunicação é definido pela tecnologia de comunicação e pelas características e códigos de referência cultural dos emissores e receptores; segundo ele, diversas pesquisas comprovam a capacidade dos indivíduos para modificar o significado das mensagens interpretando-as conforme o próprio “self” (2011). Em suma, conhecimento (ou informação) não é um bem rival, pode ser utilizado consecutivamente por vários usuários, e nem estático, se modifica na interação entre emissor – receptor.

Quanto mais o conhecimento circula, mais a sociedade se beneficia pela produção de um novo conhecimento a partir do “conhecimento original”. Nesse ambiente, o fator principal de desenvolvimento é a informação. O que cria transformação é o acesso dos indivíduos a um conjunto de informações, que permite aos mesmos terem autonomia e possibilidade de provocar mudança. A descrição clássica de um processo industrial não se sustenta mais; hoje o que se produz é informação. O próprio processo industrial é um ‘processo informativo’, e reticular, complexo, aberto e interconectado.

Essa rede de comunicação é um sistema cognitivo que se modifica continuamente a partir das conexões, é um sistema conectivo e vivo, formado por um conjunto de redes articuladas e com seus usuários produzindo informação contínua. Essas redes dão a chance para que os atores se organizem e criem novos sistemas informativos. As redes superam a frontalidade, nos colocando não na frente de um fluxo informativo, mas sim no interior desse fluxo (FELICE, 2008).

Esses fenômenos extrapolam o universo da comunicação, até mesmo do humano, são encontrados na natureza e observados há tempos pela física e pela biologia. A física quântica, cujos alicerces datam da primeira metade do século XX, aperfeiçoou a maneira sistêmica de pensar, introduzindo duas novas concepções: comunidade e rede. Ao aglutinar os seres vivos num todo funcional por meio de suas relações mútuas, o foco muda de organismo para comunidade, onde a característica mais importante é o padrão de organização em rede. Segundo Capra “onde quer que encontremos sistemas vivos – organismo, parte de organismo ou comunidade de organismo – podemos observar que seus componentes estão arranjados à maneira de rede. Sempre que olhamos para a vida, olhamos para redes” (CAPRA, 2006, p.77). Para o autor, a primeira e mais importante propriedade de qualquer rede é a sua não-linearidade, na medida em que ela se expande em todas as direções. As relações num padrão de rede são relações não-lineares. Uma “mensagem” segue um caminho cíclico, que poderá se transformar em um processo de realimentação; o conceito de realimentação está intimamente ligado com o padrão de rede em geral, considerando-se conexões entre células, moléculas, partículas ou seres humanos.

No caso dos seres humanos, é amplo o leque de característica, modalidade, intensidade e vínculos de suas relações. Na segunda metade do século XX, em 1974, Mark Granovetter rompe com a sociologia tradicional ao propor a análise do padrão de conexão existente entre os indivíduos (grau de coesão das redes, fluxo de recursos entre os indivíduos como dinheiro, afeto, informação). Para Granovetter (1974), apenas faz sentido aprofundar os critérios da sociologia depois de se conhecer o grau de coesão social desses grupos. Ele defende a tese de que os indivíduos tomam decisões mais consistentes quanto mais fortes são os vínculos em suas redes. Na década de 1980, Granovetter revê alguns dos conceitos de 1974, observando que os chamados “Laços Fracos” são fundamentais para a disseminação da inovação, dado o fato de serem redes constituídas de indivíduos com experiências e formações diversas, e nos conectam com vários outros grupos, rompendo a configuração de “ilhas isoladas” dos *clusters* e assumindo a configuração de rede social. Nesse sentido, as relações baseadas em “Laços Fortes” levam a uma topologia da rede, isto é, definem a configuração dos nós da rede de conexões entre os indivíduos no Ciberespaço, onde as relações de “Laços Fracos” funcionam como *bridges* desses *clusters*. Quanto menos relações

de Laços Fracos existirem numa sociedade estruturada em *clusters* (Laços Fortes), menos *bridges* e menos inovação.

Granovetter constata que os indivíduos com poucos Laços Fracos serão privados de informações de partes mais distantes de seu próprio sistema social, conseqüentemente serão limitados ao conhecimento e informações dos seus amigos íntimos. Sem as conexões de Laços Fracos, a tendência é a maioria da população permanecer isolada, confinada em seus *clusters*. A conclusão é que os Laços Fracos são vitais para a integração dos indivíduos à sociedade, defendendo que os sistemas sociais carentes de Laços Fracos serão fragmentados e incoerentes, e novas ideias vão se espalhar lentamente, esforços científicos ficarão em desvantagem, e subgrupos separados por raça, etnia, geografia ou outras características terão dificuldades em chegar a um *modus vivendi*.

No final do século XX, Castells explica o advento da comunicação digital como o nascer de um novo sistema de comunicação observando que as redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e da experiência, poder e cultura (CASTELLS, 2009). O autor define redes como estruturas abertas com capacidade de se expandir de forma ilimitada, integrando progressivamente novos nós desde que permaneçam dentro da rede compartilhando os mesmos códigos de comunicação que ele exemplifica como sendo valores e/ou objetivos de desempenho; para o autor, uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico, suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio (CASTELLS, 2009).

Na mesma direção, Barry Wellman proclamou que o mundo é composto de redes e não de grupos, redes de computadores e redes sociais (WELLMAN, 1999). Segundo Wellman, o processo de desenvolvimento tecnológico impactou a forma como os indivíduos se relacionam, gerando uma mudança de uma sociedade estruturada em “caixinhas” para uma sociedade em “redes”. No primeiro caso, seus membros lidam somente com as pessoas que pertencem aos grupos com algum grau de proximidade (vizinhos, família, colegas de trabalho, etc.), os demais têm acesso a um universo amplo de conexões ampliando o leque de escolhas. Cada vez mais estamos nos afastando de uma sociedade de grupo para uma sociedade em que os limites são mais permeáveis, os indivíduos interagem com uma gama maior e diversificada de outros indivíduos com vínculos entre múltiplas redes. Além disso,

as hierarquias perdem sua importância em função de uma relação baseada em interesses comuns, não importando idade, sexo, nível socioeconômico, país de origem, cargos, dentre outros fatores não igualitários. Para o autor, cada indivíduo tornou-se um “quadro de distribuição” entre laços e redes, permanecendo conectado ao mesmo tempo disponível para outros contatos em qualquer lugar e a qualquer hora (WELLMAN, CARRINGTON&HALL, 1988).

O papel preponderante exercido pelos indivíduos no âmbito da comunicação atual tem raízes históricas e insere-se num movimento mais amplo do que o domínio estritamente comunicacional. Gradativamente o “homem” foi assumindo seu papel protagonista nos processos econômicos baseados cada vez mais na troca e cooperação intelectual. As novas tecnologias de comunicação e informação (TCIs) impulsionaram as atividades de colaboração; essa produção coletiva de conhecimento e, mais recentemente, de bens, e suas plataformas de financiamento (“Crowdfunding”) desafiam as estruturas econômicas tradicionais, indicando a necessidade de rever conceitos e práticas. Entendemos o “Colaborativismo” no ambiente digital, como uma rede de atores econômicos num mesmo patamar de acesso, capaz de alterar o conceito de valor e lucro.

Limites entre a economia da partilha e as atividades de mercado

A presença das plataformas digitais de comunicação impulsionou a expansão da atividade colaborativa entre os agentes econômicos, indicando um novo modelo de produção da informação com profundo impacto não só na comunicação, mas em outros setores dentro da economia. Duas mudanças são relevantes: a economia baseada na produção de informação, e o ambiente de comunicação a partir de processadores baratos com alta capacidade computacional e interligados em rede. A prática de colaboração no setor produtivo é anterior ao advento das tecnologias digitais, concretizada através de alianças estratégicas entre corporações distintas. O novo são os arranjos colaborativos entre os indivíduos e o setor produtivo (e entre os próprios indivíduos), utilizando a inteligência e os conhecimentos coletivos e voluntários espalhados pela internet para resolver problemas, criar conteúdo ou desenvolver novas tecnologias, produtos e serviços. Essa prática, em graus e formatos diversos, tem sido gradativamente incorporada pelo mercado na medida em que

os agentes econômicos, diante da necessidade de inovar a partir da pressão do próprio mercado, buscam compartilhar com parceiros, fornecedores e consumidores seus desafios. A tecnologia disponível na chamada Web 2.0, promove um nível de cooperação em larga escala. Com base em pesquisas empíricas, José Claudio Terra afirma que sendo a competição baseada em inovação, a habilidade de operar e liderar em colaboração é a chave para o crescimento (2009), ao ampliar as oportunidades, diminuir os custos de desenvolvimento e aumentar a probabilidade de sucesso e aceitação pelo consumidor final. Líder no segmento de produtos de limpeza, a multinacional Procter & Gamble adotou a estratégia de Inovação Aberta e hoje conta com uma rede de 1,8 milhão de colaboradores em 71 países, responsáveis por mais de 25% dos seus novos lançamentos (A.G.Lafley, CEO P&G até 2010, Harvard Business Review, maio/2009).

Na economia da informação em rede, definida por Yochai Benkler como um ambiente caracterizado por uma economia onde a ação individual descentralizada tem um papel mais relevante do que na economia da informação industrial, o catalisador da mudança é a tecnologia computacional e seus impactos sobre as tecnologias de informação e comunicação. Para o autor, o principal são os mecanismos distribuídos que coordenam essa nova ação cooperativa, fora do sistema de mercado e sem depender de estratégias proprietárias (2006). Dois exemplos são simbólicos: o sistema operacional Linux e a enciclopédia on-line Wikipédia.

A complexidade e impactos das novas tecnologias é objeto de estudo de diversos autores, que definem de maneira particular seus processos e interações. Para Jeremy Rifkin, na nova era:

Os mercados estão cedendo lugar às redes, e a noção de propriedade está sendo substituída rapidamente pelo acesso...O capital intelectual é a força propulsora (conceitos, ideias e imagens), capital que raramente é trocado, é detido por fornecedores, alugado ou licenciado a terceiros para uso limitado (compradores e vendedores versus fornecedores e usuários) (RIFKIN, 2001, p.4).

Nessa nova economia, denominada por Rifkin de “A Era do Acesso”, a propriedade não perde de todo sua importância, mas estar conectado é ainda mais importante. O recurso essencial é a capacidade de se conectar, de garantir o acesso à informação, produção de conhecimento, bens e serviços. Para ele as pessoas do século XXI “se percebem como

nódulos inseridos em redes de interesses compartilhados à medida que se vêem como agentes autônomos... a liberdade pessoal tem menos a ver com o direito de posse e com a capacidade de excluir outros e mais a ver com o direito de ser incluído em redes de relações mútuas” (RIFKIN, 2001, p. 10).

No entender de Yochai Benkler, a colaboração entre indivíduos conectados pode ser mais profícua que os mecanismos tradicionais; para ele o resultado é um setor próspero de produção de informação, conhecimento e cultura fora do sistema de mercado, baseado no ambiente de rede, e aplicado a qualquer coisa que os mesmos possam imaginar, onde não há propriedade exclusiva, mas uma rede robusta de ética de compartilhamento (2006). O autor defende a tese de que a informação em rede melhora a capacidade prática dos indivíduos porque permite (i) fazer mais para e por eles próprios, (ii) fazer mais comunalmente com outros sem as limitações tradicionais e (iii) fazer mais em organizações formais operando fora da esfera de mercado.

Massimo Di Felice opta por trabalhar sobre a categoria de território, considerando os significados do habitar a partir de interações e articulações entre mídia, sujeito e território com base em aparatos tecnológicos e arquiteturas comunicativas. Para o autor, as inovações tecnológicas ao alterar nossa visão do espaço geram, em consequência, uma nova forma de interagir com o ambiente e a natureza, esta pensada como um conjunto de relações comunicativas articuladas em rede. Denominando de “Atópica” o habitat associado à comunicação digital, ele acredita que:

A relação entre sujeito e território deixa de ser dicotômica. Uma vez reproduzido digitalmente o espaço, transformado o mesmo em informação, configura-se a formação de um habitar informativo, pós-arquitetônico e pós-geográfico que, multiplicando os significados e as práticas de interações com o ambiente, nos conduz a habitar naturezas diferentes e mundos no interior dos quais nos deslocamos informativamente (FELICE, 2009, p.22).

Para Di Felice, a extensão das redes de cabos de fibra ótica e a comunicação por satélite promoveram essa nova prática do habitar, com interações contínuas, instáveis e mutantes entre indivíduos, interfaces digitais e territórios. Para o autor, a sociedade informacional, seria “uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a

transformação das informações tornam-se fonte fundamental da sociabilidade... A tecnologia midiática deixa de ser ‘extensão dos sentidos’ para se tornar propiciadora de sociabilidade e de forma de habitar” (FELICE, 2009, p.225). O novo território Atópico, com seus ecossistemas informativos, se caracteriza não como um “não-lugar”, mas como uma localidade “on demand”. O impacto mais profundo desse novo habitat se dá na construção do valor a partir de um processo econômico, resultado de redes interativas que, superando as barreiras territoriais, passam a construir comunidades artificiais e processos inéditos e dinâmicos de construção de valores (IDEM).

Nasce os geradores de livre conhecimento, com destaque para a enciclopédia on-line Wikipédia, escrita pela contribuição voluntária de internautas de todas as partes do mundo, que em relativamente pouco tempo superou enciclopédias tradicionais em número e qualidade de verbetes. O termo “Wiki wiki”, introduzido por Ward Cunningham, significa “extremamente rápido” no idioma havaiano, e foi utilizado em analogia com a rota “Wiki Wiki” do Aeroporto Internacional de Honolulu (onde trafegam pequenos autocarros entre os terminais do aeroporto). A idéia central era criar páginas de sites que pudessem ser editadas fácil e rapidamente pelos usuários. A partir daí, o termo “Wiki” passou a identificar um software colaborativo para criar uma coleção de documentos em hipertexto. Trata-se de um software que permite a edição coletiva, dando acesso a qualquer usuário contribuir na elaboração de conteúdos digitais, especificamente páginas na web.

Com esse pressuposto, Don Tapscott e Anthony D. Williams cunharam o neologismo “Wikinomics”, título do livro publicado em 2006 (“Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything”). Para os autores, a ferramenta “wiki” é uma metáfora para uma nova era, onde a produção colaborativa de conteúdos está impactando a economia e transformando-se em pré-condição para a inovação.

Don Tapscott chamou o modelo de inovação da economia digital – ou Sociedade do Conhecimento, ou Era do Acesso, ou Habitat Atópico – de “Peer Production” ou “Peering” (“colaboração em massa”) onde indivíduos e empresas colaboram de forma aberta. A ciência da Wikinomics se baseia em quatro idéias: abertura, peering, compartilhamento e ação global, que a rigor definem o sistema competitivo do século XXI:

À medida que esses efeitos permeiam a economia e cruzam com mudanças estruturais profundas como a globalização, veremos o surgimento de um tipo totalmente novo de economia, no qual as empresas coexistem com milhões de produtores autônomos que se

conectam e criam conjuntamente valor em redes livremente acopladas. Chamamos isso de economia da colaboração (TAPSCOTT, 2007, p.44).

Para os autores, a web não significa mais navegar ociosamente, ler, escutar ou assistir passivamente. Significa produzir por “*peering*”: compartilhar, socializar, colaborar e, acima de tudo, criar no âmbito de comunidades livremente conectadas (TAPSCOTT, 2007). O *peering* é um processo de produção que depende totalmente de comunidades auto-organizadas e igualitárias de indivíduos que se unem voluntariamente para produzir resultado compartilhado. Pela própria natureza do produto final, esses arranjos colaborativos são mais associados à produção de conhecimento, mas nada impede sua extensão para bens físicos como comprovam alguns casos reais.

Um dos aspectos mais intrigantes é entender a motivação dos indivíduos em doar parte de seu tempo sem qualquer contrapartida financeira. Para Clay Shirky, a criação de muito mais de um trilhão de horas de tempo livre por ano na parte instruída da população, e as ferramentas de compartilhamento disponíveis explicam o fenômeno da colaboração voluntária e não remunerada, com base na natureza humana gregária, que valoriza a conexão, o sentimento de “pertencer”. Segundo o autor, desde a Segunda Guerra Mundial, o aumento do PIB, do nível educacional e da expectativa de vida dos cidadãos gerou um novo ativo: o tempo livre, consumido, num primeiro momento, quase que inteiramente pela televisão. Para Shirky:

Imagine tratar o tempo livre dos cidadãos escolarizados do mundo como um coletivo, uma espécie de excedente cognitivo... algo que torna a era atual notável é que podemos agora tratar o tempo livre como um bem social geral que pode ser aplicado a grandes projetos criados coletivamente, em vez de um conjunto de minutos individuais a serem aproveitados por uma pessoa de cada vez (SHIRKY, 2011, p.14-15).

Segundo Shirky, os pesquisadores do comportamento humano dividem as motivações sociais em dois grandes grupos: um em torno da conexão e/ou participação, e outro em torno do compartilhamento e generosidade. Nesse sentido, a motivação para compartilhar é o fator determinante; a tecnologia é apenas o facilitador (IDEM). Para Landow, o ciberespaço funciona como um daqueles mitos culturais que oferecem histórias para animar a sociedade

contemporânea, proporcionando caminhos transcendentais, que tiram as pessoas da banalidade da vida cotidiana. Eles oferecem outra realidade, uma realidade caracterizada pela promessa do sublime. O mundo digital abriu um novo mundo para os indivíduos (LANDOW, 2006).

Tapscott sumariza essa nova forma de produzir valor:

Uma nova força nos negócios está emergindo. Nós a chamamos de colaboração em massa. Trata-se de uma nova maneira para que as pessoas socializem, entretendam, inovem e transacionem nas comunidades peer-to-peer auto-organizativas que elas mesmas escolhem... tudo isso compõe um novo tipo de empreendimento colaborativo – um ecossistema de peering que está constantemente modelando e remodelando aglomerados de conhecimento e capacidades para competir globalmente (2007, p. 348).

No entender de Howard Rheingold, o principal fator de geração de riqueza é a inteligência coletiva da população, que as tecnologias da informação convenientemente utilizadas podem reforçar, multiplicar e transformar (2002). O conceito de “inteligência coletiva” tem sido associado à colaboração que, segundo Rogério da Costa, se refere à circulação e multiplicação de ideias nos coletivos. Portanto, se desejamos pôr as ideias em movimento, devemos buscar os meios para colocar os indivíduos em relação, meios que possam facilitar a sinergia entre as pessoas (2008). Dentro do tema geral da interconectividade dos indivíduos, há diversas expressões para definir o mesmo significado como “Inteligência Emergente” de Steven Johnson, “Coletivos Inteligentes” de Howard Rheingold, “Sociedade da Mente” de Marvin Minsky, “Inteligência Coletiva” de Pierre Lévy, “Capital Social” de James Coleman e Robert Putnam, dentre outros, com pequenas nuances, mas que apontam em uma mesma direção: os indivíduos estão em rede, interconectados através de inúmeros pontos de contato num processo crescente em frequência, abrangência e velocidade.

Passamos de uma economia industrial da informação caracterizada por relativamente pouco produtores (ou integradores) ativos diante de grandes barreiras de entrada, muitos consumidores passivos e o poder fortemente concentrado, para uma economia interconectada da informação a onde cada consumidor pode vir a ser um produtor por conta de barreiras de entrada mais fracas ou inexistentes, e eficientes mecanismos de auto-

organização. Esses dois modelos - economia da partilha (ou colaborativa) e a economia de mercado tradicional - não só coexistem como estão cada vez mais interdependentes.

O exemplo mais emblemático talvez seja a parceria entre a IBM e o Linux, sistema operacional desenvolvido pelo finlandês Linus Torvalds, cujo código fonte está disponível sob licença GPL para qualquer pessoa utilizar, estudar e modificar. No ano de 2003, após um período tentando demonstrar ao mercado a superioridade de seu sistema operacional, a IBM, não conseguindo competir com o Linux, adotou-o como sistema operacional reconhecendo em seu site que o "Linux é diferente de qualquer outra coisa na história da computação - a maior inovação em sistemas operacionais jamais vista. Possui uma integração sem precedentes. É um sistema operacional de código aberto. Não é controlado por nenhuma empresa ou instituição. É constantemente melhorado por milhares de programadores". A IBM, de crítica feroz passou a um dos principais colaboradores assegurando que os problemas sejam corrigidos rapidamente. Hoje a multinacional é líder na comunidade Linux, com mais de 600 desenvolvedores alocados no Centro de Tecnologia Linux da IBM envolvidos em mais de 100 projetos de software livre. Essa quebra de paradigma impactou profundamente a IBM, que em 2006 anunciou uma nova política de patentes caracterizada pela abertura e transparência, e conclamou concorrentes e parceiros a fazerem o mesmo.

O Brasil segue a tendência mundial com o crescimento de processos cooperativos se desenvolvendo não só marginalmente, mas no centro de seu sistema econômico; o projeto Fiat Mio é talvez o nosso melhor exemplo. Primeiro automóvel "*crowdsourced*", o consumidor foi convidado a participar de um "carro-conceito" projetado pela Fiat Brasil. Colaboraram mais de 17.000 consumidores de 160 países. A Fiat Brasil decodificou mais de 11.000 sugestões e promoveu contínua interação com a comunidade do projeto durante 15 meses. O diálogo com o consumidor foi viabilizado pelo uso da linguagem de hipertexto, ou hipermídia, colocando o emissor e o receptor no mesmo ambiente. Landow ressalta que a hipermídia é apenas um caso especial de uma filosofia geral de computação em que a estrutura é mais importante do que a informação; nessa lógica, a Fiat foi hábil em inserir seu projeto nesse ambiente. Para o autor, qualquer nova informação tecnológica, como hipertexto, fornece condições para uma mudança social relevante, como a possibilidade do

consumidor colaborar no desenvolvimento de um novo produto (LANDOW, 2006). O resultado foi exposto no Salão do Automóvel de São Paulo, em outubro de 2010.

O setor de construção civil, aparentemente inusitado para esse tipo de ação, tem liderado projetos interativos, como a recente iniciativa da construtora Gafisa com o “Edifício Colaborativo”, concebido como o primeiro edifício a ser construído pelos próprios consumidores através de sugestões dadas na “*fan Page*” da construtora no site da rede social Facebook. O projeto colaborativo abrange desde o nome do prédio à configuração dos apartamentos e áreas comuns, incluindo aspectos de sustentabilidade e tecnologia.

São casos planejados, e inseridos nas estratégias de marketing e comercial das instituições. Com isso sinalizam que um ambiente colaborativo não deve ser baseado na improvisação, mas em regras de liderança, de estímulo e de organização. A qualidade do resultado depende da qualidade do diálogo a ser travado entre o meio científico (profissionais especializados das instituições e empresas) e o senso comum (usuários das redes colaborativas). A própria enciclopédia on-line Wikipédia tem padrões pré-estabelecidos de criação dos seus verbetes, bem como um grupo de profissionais devidamente autorizados a avaliar as colaborações, solicitar alterações e, com muito mais frequência do que o suposto, rejeitar o verbete.

Aparentemente, os indivíduos estão gostando dessa nova dimensão de liberdade. No entanto, não se sabe até quando e de que maneira as pessoas vão colaborar espontaneamente sem remuneração, principalmente em situações onde há claramente geração de valor apropriada por uma organização privada. Em geral, a colaboração ocorre, as pessoas se engajam se percebem que toda a energia criativa alocada retorna agregando de alguma forma valor para a comunidade (ou sociedade), com base na natureza humana que valoriza a conexão, o sentimento de “pertencer”, como preconiza Clay Shirky (2011). Ou, colaboram motivadas por interesse ou benefício pessoal.

Considerações Finais

Há um paradoxo a ser investigado: porque em uma sociedade de mercado, os processos cooperativos vêm assumindo importância não só na periferia, mas no âmago do sistema econômico? Longe do *trade-off* entre uma desejável participação e uma queda de eficiência, o que se observa é um aumento de eficiência.

Por um lado, os recursos internos das instituições já não respondem satisfatoriamente ao ritmo e velocidade de inovação, requeridos atualmente; a prática de estabelecer canais aptos à colaboração externa tem sido cada vez mais comum entre o setor produtivo. Por outro lado, há o consumidor-internauta, que ao participar do processo de concepção de um bem, adquire um novo grau de liberdade. Ao interferir ativamente na geração de valor, o indivíduo assume sua condição de agente, que para Amartya Sen é alguém que age e ocasiona mudança. Sen defende que o desenvolvimento socioeconômico deriva da eliminação das restrições ao livre exercício de escolhas e as oportunidades franqueadas pela sociedade para que os indivíduos possam exercer sua condição de agente. Para ele há um deslocamento do conceito de “Capital Humano” para o de “Capacidade Humana”, expresso na liberdade substantiva dos indivíduos para terem a vida que desejam, podendo valorizar e melhorar suas escolhas reais, como, por exemplo, colaborar para a concepção dos bens que aspiram consumir (SEN, 2009). Kerckhove segue na mesma direção, ao afirmar que:

O que está acontecendo hoje como resultado da informatização do corpo social, é que as pessoas querem ajudar a produzir os seus próprios bens. Não é só uma questão de ‘personalização’ do produto, para fazê-lo servir mais de perto às necessidades do consumidor. O que está em causa é, antes de tudo, uma questão de poder. À medida que a tecnologia dá poder às pessoas, os consumidores desenvolvem a necessidade de exercer mais controle sobre o seu ambiente imediato (KERCKHOVE, 2009, p.110)

Para Kerckhove, o homem da massa foi homogeneizado e despersonalizado. O homem da velocidade dos computadores enfatiza as diferenças. Para o autor a razão é clara “onde o homem da massa da televisão estava rodeado por redes de difusão midiática, preso num mundo feito para ele pelas indústrias da consciência, o homem da velocidade dos computadores está em todo o lado no centro das coisas” (2009, p.149). Essa velocidade é o acesso instantâneo às coisas e à informação, onde “as pessoas da velocidade não são, sobretudo, consumidoras, mas sim produtoras e agentes. A sua produção e as suas ações são marcadas pelo seu caráter pessoal” (IDEM). A grande convergência na comunicação não é apenas tecnológica e organizacional, apesar dessas criarem a base material para o processo; a convergência é fundamentalmente cultural e acontece, principalmente, nas mentes dos

sujeitos comunicativos que integram vários modos e canais de comunicação em sua prática e em sua interação uns com os outros (CASTELLS, 2011).

Bibliografia de Referência:

- BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom.** New Haven and London, Yale University Press. 2006.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- _. **A Galáxia da internet.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- _. **Communication power.** New York: Oxford University Press. 2011.
- CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida.** São Paulo: Cultrix, 2006.
- COSTA, Rogério da. **A cultura digital.** São Paulo: Publifolha, 2002.
- _. **Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. Interface. Comunicação, saúde e educação.** São Paulo. v. 9, n. 17, p. 235-248, 2005.
- _. **Razão e Palavra.** [S.l.]: novembro 2004. ISBN
- _. **Inteligência coletiva - Entrevista.** B2B Magazine, São Paulo, p. 30-32, dez. 2008.
- DOWBOR, Ladislau. **Capital cognitivo, a economia da criatividade.**
- FELICE, Massimo Di. **Do público para as redes, a comunicação digital e as novas formas de participação social.** São Paulo: Difusão, 2008.
- _. **Paisagens Pós-urbanas, o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar.** São Paulo, Coleção Atopos, Annablume, 2009.
- FIGALLO, C. **Hosting Web Communities: building relationships, increasing customer loyalty, and maintaining a competitive edge.** New York: Wiley Computer Publishing, 1998.
- FOSS, Nicolai J., NIELSEN, Bo |B. **Researching Collaborative Advantage: Some Conceptual and Multi-level Issues.** Center for Strategic Management and Globalization Copenhagen Business School. Dinamarca, 2010.
- GRAVONETTER, Mark. **Getting a Job, a Study of Contacts and Careers.** USA: The University Chicago Press, 1995.
- _. **The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited.** Sociological Theory, v.1. 2001-2233. State University of NY: Stony Book, 1983.
- _. **Threshold Models of Interpersonal Effects in Consumer Demand.** Received November 1983, final version received August 1985. State University of NY at Stony Book.
- _. **Threshold Models of Collective Behavior.** American Journal of Sociology, University Chicago Press. Chicago, v. 83, n. 6, p. 1420-1443, 1978.
- KERCKHOVE, Derrick. **A Pele da Cultura, investigando a nova realidade eletrônica.** São Paulo: Coleção Atopos, Annablume. 2009.

- LANDOW, P. George. **Hypertext 3.0**. Baltimore, EUA: The Johns Hopkins University Press. 2006
- LEVITT, S.D; DUBNER, S.J. **Freakonomics**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.
- ___. **Ciberdemocracia. Epistemologia e sociedade**. Portugal: Piaget, 2003.
- PELLANDA, Eduardo. **Mobilidade e personalização como agents centrais no acesso individual das mídias sociais**. E-compós 2/14, 2007, pp – 1-14.
- RECUERO, Raquel. **As redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs, The Next Social Revolution**. USA: Basic Books, 2002
- ___. **The Virtual Community**. USA: MIT Press Edition, 2000
- RIFKIN, Jeremy. **Era do Acesso**. São Paulo, Pearson Makron Books, 2001.
- SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.
- ___. **A ecologia pluralista da comunicação. Conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.
- SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação, criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.
- SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. São Paulo, Ed. Hemus, 2008.
- STEVEN, D.L.; STEPHEN J. D. **Freakonomics**. New York: HarperCollins Publishers, 2005.
- TAPSCOTT, D; WILLIAMS, A. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.
- TERRA, José Cláudio. **Gestão 2.0, como integrar a colaboração e a participação em massa para o sucesso nos negócios**. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2009.
- WELLMAN, BARRY. **Living Network in a Wired World. Department of Sociology**. University of Toronto, Canadá, 1999.
- ___. **Studing Internet Studies Through the Ages**. Draft of a Contribution to the Blackwell Handbook of Internet Studies (2009). 2008. Version 1b.
- ___. **The Strenght of Internet Tiés**. Pen Internet & American Life Project. 2006.
- ___. **Social Networks & Social Capital: Concepts, Contexts, Methods, Policy**. Centre for Urban & Community Studies. University of Toronto. Wellman@chass.Utoronto.Ca.
- ___. **The Glocal Village: Internet and Community**. The Arts & Science Review. University of Toronto. Volume I: Number I. 2004.
- ___. **Living Networking in a Wired World**. Department of Sociology, University of Toronto. For Marti Hearst and Dick Price, “Trends and Controversies”, section of IEEE Intelligent Systmens. 1999.
- WELLMAN, BARRY; QUAN-HAASE A. **How does the Interent Affect Social Capital**. Forthcoming in Marleen Hypsman and Volker Wulf (Eds.). It and Social Capital. Draft 4: 2002.

WELLMAN, BARRY; BAASE, JEFFREY. **Personal Relationships: On and Off the Internet**. Handbook of Personal Relations. Cambridge University Press. 2004.

WELLMAN, BARRY; GARTON, LAURA; HAYTHORNTHWAITE, CAROLINE. **Studing On-Line Social Networks**. In Doing Internet Research, Edited by Steve Jones. Thousand Oaks: Sage. 1999.