

A WEB E A PARCERIA¹

Projetos colaborativos e o problema da mediação na Internet

Henrique Antoun²

André Custódio Pecini³

Resumo: *Os projetos colaborativos em voga na Web dão ao internauta comum o título de homem do ano de 2006. A emergência de novas formas de atuação na Web como plataforma trazem também novos questionamentos sobre a mediação na rede. Este trabalho tem como objetivos contribuir para a discussão sobre a produção e a mediação coletiva de conteúdo na rede e investigar algumas das formas de mediação de informações e bens que são privilegiadas por essa configuração. Para tanto, são analisados alguns projetos colaborativos e redes de parceria como fóruns de discussão, sites de jornalismo participativo e leilões virtuais. No caminho para o entendimento dos filtros personalizados e o controle de fluxos e informações, passa-se brevemente pela constituição dos perfis computacionais e as minas de dados nas redes sociais, aproximando os tecidos de gostos das tags, etiquetas que funcionam como atalhos e perfazem novos caminhos que dão acesso ao conteúdo online.*

Palavras-Chave: *mediação. colaboração. parceria.*

1.

O ponto de partida deste trabalho é a escolha de “você” como personalidade do ano de 2006 pela revista americana *Time*⁴. O sucesso de projetos de produção dispersa de conteúdo, principalmente de sites de entretenimento como o *Youtube*, catapultou a importância do internauta comum na configuração da *Web*. A notícia vem de par com a escolha do próprio *Youtube* como maior invenção do ano de 2006 pela mesma revista⁵. *Youtube*, *Wikipedia* e redes sociais são parte do que se convencionou denominar “*Web 2.0*”. Segundo a matéria da revista *Time*, esta seria uma terceira etapa da *Web*, que teria passado de uma rede para

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cibercultura”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

² Henrique Antoun é Doutor em Comunicação (ECO/UFRJ, 1993), Professor e Orientador da Linha de Pesquisa “Tecnologias da Comunicação e Estéticas” e Pesquisador do Ciberidea – Núcleo de pesquisa em tecnologia, cultura e subjetividade do PPGCOM da UFRJ.

³ Mestrando - PPGCOM-UFRJ. Bolsista CAPES. E-mail: andrepecini@yahoo.com.br.

⁴ Cf. *Time Person of the year*: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>

⁵ Cf. *Time Best Inventions 2006*:

<http://www.time.com/time/2006/techguide/bestinventions/inventions/youtube.html>

compartilhamento de pesquisa acadêmica ao estouro da bolha de empresas “pontocom” para uma ferramenta que une pequenas contribuições de milhões de pessoas de modo que elas fazem a diferença⁶. Pretendemos avaliar alguns projetos colaborativos e seus sistemas de controle, acesso e avaliação como mecanismo de mediação de pessoas, bens e informações para discutir de que formas a nova configuração da *Web* coloca questões recorrentes e importantes no estudo da cibercultura.

2.

No fim dos anos 1990, Eric Raymond escreve *A Cathedral e o Bazar*, sobre o modo de produção do sistema operacional Linux. Raymond tinha a idéia de que os grandes softwares e sistemas operacionais eram construídos como catedrais, “*carefully crafted by individual wizards or small bands of mages working in splendid isolation*” (RAYMOND, 2000). A maior surpresa com o modo de produção distribuído era como o ruído que supunha encontrar não diminuía o sucesso do empreendimento que aceitava a contribuição de “qualquer um”. Supunha-se então um modo revolucionário de produção e aliança, com o potencial de desbancar o modo de produção hierarquizado da grande indústria.

No entanto, pouco tempo depois alguns dos argumentos de Raymond foram refutados por Nikolai Bezroukov (1999) em artigo no periódico *First Monday*. Um dos principais pontos de Bezroukov é a semelhança entre o desenvolvimento do software livre, de que o projeto Linux seria uma filiação – não uma revolução –, e a pesquisa científica, inclusive em seu modo de financiamento por meio de instituições acadêmicas e grandes empresas (citando o exemplo do desenvolvimento de parte do sistema Unix no *Bell Labs*, da telefônica AT&T). Além disso, ele acusa Linus Torvalds de ter a palavra final sobre modificações no núcleo do sistema, configurando uma hierarquia rígida o suficiente para tirar a credibilidade do sistema horizontal proposto para programadores e participantes em geral. De fato, o processo de produção não é completamente horizontal, o que não diminui o mérito de um sistema de tal magnitude ser desenvolvido de inúmeras formas diferentes por grupos com participação de número extremamente variável de pessoas. Ainda tem a vantagem de poder ser modificado

⁶ No original, The new Web is a very different thing. It's a tool for bringing together the small contributions of millions of people and making them matter. O conceito “*Web 2.0*” não será analisado com mais profundidade devido aos limites e objetivos do trabalho. Importantes contribuições para esta discussão podem ser encontrados em PRIMO, 2006 e O'REILLY, 2005.

pelos “usuários finais”⁷ ou adaptado por programadores para atender a mercados de nicho, sobre o que discorreremos adiante.

O sistema Linux é um exemplo recorrente da produção coletiva; entretanto, podemos encontrar diversos projetos de produção de conteúdo não-especializado de forma dispersa na Internet. Um deles é o *Geocities*, criado em 1995, que oferecia um sistema para criação e a hospedagem gratuita de *sites* na *Web*, tendo sido comprado pelo Yahoo! em 1999. Ainda assim, havia alguma dificuldade para a atualização das páginas por leigos, limitação superada pelos *Weblogs* e sua posterior popularização em parte por causa do Blogger.com, sistema que, assim como o *Geocities*, oferece ferramenta para a criação do *blog* e hospedagem gratuita, com o diferencial da facilidade de atualização do conteúdo. Este mecanismo ainda conta com transformações formais bastante interessantes na disposição e organização do conteúdo. Também no fim dos anos 1990, o episódio conhecido como “a batalha de Seattle” colocou em evidência o jornalismo participativo do IMC (*Independent Media Center*), em que a notícia era produzida por seus próprios atores, com perspectivas diferenciadas daquela exibida na grande mídia (ANTOUN, 2001).

Com visibilidade igualmente significativa surge o Napster, rede *peer to peer* para compartilhamento de arquivos, que tem papel significativo na alteração da forma de distribuição e consumo de música. A rede criada pelo programa Napster é tida como exemplar da popularização do sistema *peer to peer*, em que computadores de quaisquer internautas conectados à rede se ligam sem mediadores para fazer a transferência de arquivos (SORBINO, 1997). No entanto, por apresentar grande quantidade de arquivos protegidos por direitos autorais, é alvo de processos judiciais por parte da indústria fonográfica americana. No seu rastro, surgem alguns outros softwares capazes de perfazer redes semelhantes, como o *eMule* e *BitTorrent*. A inexistência de um servidor central (como era o servidor de endereços do Napster) dificulta processos e protege tais redes contra ataques localizados.

Por apresentar configuração diferenciada daquela encontrada na *Web*, as redes *peer to peer* inspiram diversas analogias com o conceito deleuziano de rizoma, configuração que privilegia a horizontalidade e em que qualquer ponto pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo (DELEUZE, 1995:26), ou ainda por suas relações constituintes. “A árvore é

⁷ O termo “usuário” não parece pertinente para designar as pessoas que executam tarefas, ações e se comunicam pela Internet e com o auxílio de computadores, portanto usaremos o termos “participante” ou “internauta” para fazer referência a pessoas como nós.

filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo ‘ser’, mas o rizoma tem como tecido a conjunção ‘e... e... e...’” (*idem*, p.37). As redes *peer to peer* de compartilhamento de arquivos ainda representam desafios para a indústria de bens imateriais, em primeiro lugar por contribuir na alteração provocada na forma de consumir bens culturais, mas também na medida em que a seleção e o desenvolvimento proporcionados por constrangimentos legais e tecnológicos refinou seus procedimentos.

Hiperlinks e redes *peer to peer* alimentam o pensamento de que a Internet seria inerentemente rizomática, por seus protocolos de rede e possibilidade infundável de conexões e desconexões. No entanto, se examinada em suas diversas camadas, descobrimos que a estrutura de endereçamento da *Web* – DNS – é organizada exatamente em forma de árvore. Isto se dá porque os endereços são reconhecidos pelo computador como um número, para o qual se traduz todo endereço digitado nos navegadores em forma de nomes. Tem como base o chamado *root* (um ponto sem terminação), no qual se filiam os TLPs (*Top Level Domains*), como “.com”, “.org”, “.edu” etc. A partir destes, ramificam-se todos os os endereços. (GALLOWAY, 2004, p. 48) Apesar de hierárquico, o sistema é descentralizado, pois os servidores só têm autoridade dentro de sua camada; porém, este tipo de organização permite ações como a retirada de um servidor de acesso chamado *The Thing* pelo FBI por considerar que hospedava material “politicamente questionável” e vai de encontro ao argumento do rizoma (*idem*, p.10). O próprio Tim Bernes-Lee, considerado inventor da Web como a conhecemos, reconhece que o sistema DNS é “*one centralized Achille’s heel by which [the Web] can all be brought down or controlled*” (BERNES-LEE *apud* GALLOWAY, 2004, p.9).

Tão corrente quanto o imaginário que liga a produção de software livre ao comunismo e as redes de parceria ao potencial de derrocada do sistema hierárquico é o pensamento de que tais redes de compartilhamento de arquivos se prestam unicamente à pirataria. Em livro dedicado ao direito autoral, Lawrence Lessig enumera quatro tipos de comportamentos em tais redes: o primeiro, pessoas que copiam as músicas em vez de comprá-las; também há aqueles que usam as redes legalmente, copiando algumas faixas – de amigos, por exemplo – e, posteriormente, comprando os CDs; em terceiro lugar, há pessoas que procuram nessas redes conteúdo que, apesar de protegido por direito autoral, não é mais vendido (o que, mesmo assim, configura quebra de direito autoral, mas não a “perda de uma venda” para a indústria); por fim, temos os que copiam conteúdo livre, gratuito ou protegido apenas por

copyleft, sistema que permite a cópia (LESSIG, 2005, p.82-84). Apesar de não apresentar índices quantitativos desses comportamentos, o que importa para o trabalho é a visão equivocada de que tais redes apresentam apenas conteúdo protegido e, além disso, que esse conteúdo não é produzido pelos participantes, mas apenas oferecido de forma ilegal. Podemos comparar esse viés de análise com aquele que supõe haver apenas conteúdo produzido pelos internautas nos projetos *Web 2.0*, mais notadamente o *Youtube*.

Um referência interessante que diz respeito à noção de que os consumidores estariam se transformando em produtores é o artigo de Michael Bauwens (2002) sobre a configuração *peer to peer*, que cita como exemplo curioso dessa transformação alguns anos atrás a re-programação (*hackeamento*) do cãozinho-robô Aibo, da Sony, por alguns de seus proprietários para ensinar-lhe novos truques. As intervenções ou apropriações no começo foram proibidas, mas depois ganharam o consentimento da empresa. A evidência mais importante do exemplo, segundo o autor, é a dissolução das fronteiras entre o dentro e o fora da empresa; o autor sugere, inclusive, que seria lucrativo para as empresas abrir a pesquisa e o desenvolvimento dos produtos para incluir a comunidade de interessados no processo (BAUWENS, 2002).

3.

Em diversos níveis, o aspecto decisivo na construção de empreendimentos descentralizados na Internet é a mediação do acesso. No ano 2000, Paulo Vaz apontava que a comunicação em rede não daria início a uma era sem mediação, e ainda que o excesso de informações na rede implicaria a emergência de novos mediadores. “De modo genérico, o intermediário na rede será aquele que permite a alguém encontrar o que deseja e atesta a credibilidade do encontrado” (VAZ, 2000, p.12). De fato, como ressaltava o texto, “portais e os mecanismos de busca ocuparão esta posição de intermediários entre dois nós quaisquer. Filtram e facilitam o encontro” (*idem*). Mesmo nas redes *peer to peer*, que seguem modelo ligeiramente diferente do que a *Web*, o ponto de quebra são os servidores de endereços, sem os quais os participantes não conseguem estabelecer as ligações entre si.

Também para o comércio eletrônico, o acesso aos bens procurados e a relação entre comportamentos e desejos dos consumidores ocupam lugar decisivo. Entram em cena os agentes sociais, que fazem o que Steven Johnson denomina “filtragem colaborativa” –

organizam seleções por referência cruzada de gostos. Sobre o extinto agente *Firefly*⁸, da Microsoft, Johnson escreve que “se apóia na transferibilidade de gostos: supõe que pessoas que têm alguns interesses em comum vão partilhar também outros interesses” (JOHNSON, 2001, p.142).

O sistema de recomendação por agentes é um dos motores da transformação no consumo de bens digitais apontada por Chris Anderson com grande sucesso como *Long Tail*⁹. O autor inicia artigo homônimo onde apresenta o conceito com o exemplo do livro *Into thin air*, sucesso de vendas que impulsionou a venda de um livro de outro autor lançado uma década antes, chamado *Touching the void* (ANDERSON, 2004). A mudança no padrão de consumo de bens digitais em relação a bens físicos se daria também devido à facilidade de exposição de número maior de produtos a custo mais baixo em *websites* do que em prateleiras de lojas, fazendo crescer a importância do mercado de nicho ao contrário do mercado monopolizado pelos *bestsellers* e *blockbusters* próprios ao modelo de comunicação de massa. As próprias comunidades de interesses típicas da Internet, desde os chats da WELL às comunidades do Orkut, são um reflexo desta característica da comunicação em rede. Por abarcar virtualmente “tudo”, a rede se torna o lugar onde o desejo específico encontra satisfação, seja de produtos, informações ou pessoas. Como aponta Howard Rheingold em *Virtual Community*:

How does anybody find friends? (...) In a virtual community we can go directly to the place where our favorite subjects are being discussed, then get acquainted with people who share our passions or who use words in a way we find attractive. (REINGOLD, 1994, online)

A Longa Cauda seria composta por todo o material que não seria selecionado para venda em meios físicos por não ter número suficiente de consumidores, mas responde por grande percentual das vendas de lojas eletrônicas. Usando como exemplo o serviço de áudio *online Rhapsody*, Anderson constata que, de um catálogo de 735.000 músicas, aproximadamente 400.000 são ouvidas ao menos uma vez por mês, audiência que não pára por aí. “*As fast as Rhapsody adds tracks to its library, those songs find an audience, even if it's just a few people a month, somewhere in the country*” (*idem*). De qualquer forma, o que

⁸ Sobre o fim do *Firefly*, ver <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,21243,00.html>

⁹ Sobre a eficácia dos agentes e a precisão com que fazem as recomendações, é comicamente interessante o artigo em que uma mulher diz que os agentes da Amazon a entendem melhor do que o próprio marido, comparando seus presentes com as ofertas do *site*. Disponível em <<http://www.theonion.com/content/node/57311>>.

importa para o trabalho é a transformação no *status* de produtos antes negligenciados pelo mercado, indicando que novas formas de mediação resultam em alterações muitas vezes substanciais no comportamento individual.

A livraria *Amazon* é outro empreendimento que ganhou destaque pelos agentes sociais com que conta para recomendação de livros, CDs e DVDs, que podem ser comparados a um livreiro que “conhece profundamente os gostos singulares de seus consumidores; o livreiro, porém, é uma máquina. (...) A *Amazon* vende o acesso à informação: seu patrimônio é um *copyright*” (BRUNO, VAZ, 2002). É exatamente neste sentido que se pretende desenvolver o tema da mediação em projetos colaborativos: acesso. Satisfazer desejos, por informações ou bens (físicos e digitais) na rede depende necessariamente de filtros e instâncias intermediárias. O fato de assim serem os mediadores, e não outros, dá algumas pistas sobre o encaminhamento da mediação nos projetos coletivos.

Acreditamos que as redes informacionais, em suas diversas camadas de *software* e *hardware*, são atuantes que compõem toda ação *online*. Bruno Latour propõe a simetria entre humanos e não-humanos no modo como experimentamos o mundo. Desta forma, em vez de um ser humano dotado de objetivos que arregimenta objetos no mundo, “o primeiro motor de uma ação torna-se uma série nova, distribuída e encapsulada de práticas cuja soma pode ser obtida, mas apenas se respeitarmos o papel mediador de todos os atuantes mobilizados na série” (LATOURE, 2001:208).

A mudança ocorre quando os dois agentes se unem, formando um terceiro agente composto, com um terceiro objetivo que não corresponde ao objetivo de nenhum dos agentes anteriores. No exemplo do autor sobre uma arma e um atirador, nem a arma transforma o cidadão pacífico em assassino, nem apenas acelera uma intenção anterior sem modificá-la, mas a arma transforma o atirador na mesma medida em que o último transforma a primeira no momento em que se tornam um agente composto. O que ocorre, nos termos de Latour, é uma translação de objetivos, no sentido de “deslocamento, tendência, invenção, mediação, criação de um vínculo que não existia e que, até certo ponto, modifica os originais” (*idem*, p. 206).

Latour defende a indomabilidade da ação, mas isso não significa que refute qualquer tipo de intenção em nenhuma atividade institucional.

A ação intencional e a intencionalidade talvez não sejam propriedades de objetos; contudo, também não são propriedades de humanos. São propriedades de instituições, de aparatos, daquilo que Foucault chama de

dispositifs. Somente pessoas jurídicas estão aptas a absorver a proliferação de mediadores, a regular sua expressão, a redistribuir habilidades, a forçar caixas a obscurecer-se e fechar-se. (...) Objetos que existem simplesmente como objetos, apartados de uma vida coletiva, são desconhecidos, estão sepultados. (...) Os artefatos reais são sempre partes de instituições, hesitantes em sua condição mista de mediadores (...) (LATOURET, 2001:221).

Ainda temos os tipos de mediação em que elementos culturais ou fatores econômicos externos à rede e anteriores à ação exercem influência no comportamento individual, como aponta Simone Sá em artigo sobre música digital e a assim convencionada “cultura do *shuffle*”, na qual se nutriu o pensamento de que o áudio digital romperia completamente com o modelo massivo de distribuição e consumo de música. Segundo a autora,

as práticas subculturais contemporâneas - tais como a música eletrônica, por exemplo - não se colocam ‘fora’ da esfera de influência da indústria cultural, mas sim em diálogo com ela, ainda que para confrontá-la. Isso é importante para afastar a noção de resistência cultural normalmente atribuída aos usuários da Internet, como se estivessem fora do circuito de produção-circulação-consumo (SÁ, 2006:10).

4.

A Comunicação Mediada por Computador e os projetos colaborativos (fóruns de discussão, redes de compartilhamento de arquivos, leilões virtuais) dão origem a um paradoxo apontado por Henrique Antoun (2005): o anônimo com reputação. Exatamente por não terem instâncias centralizadas de verificação e avaliação, tais projetos dependem necessariamente de sistemas igualmente descentrados de pontuação a fim de valorar tanto a produção compartilhada quanto os próprios participantes. No entanto, a escassez de dados no cadastro de participantes em qualquer desses exemplos, assim como a possibilidade de fraudá-los, não permite que sejam usados como fonte prévia e confiável de informação. Mais do que isso, para os propósitos dos projetos colaborativos e os modos de interpelação na rede, não importa quem são os participantes, mas o que fazem. “*Demographics and user statistics are more important than real names and real identities*” (GALLOWAY, op. cit., p.69).

Mark Poster (1995) considera os Bancos de Dados como um modo de discurso próprio à atualidade. Propõe, a partir de Foucault, que o registro e a recuperação de informações como campos entrecruzados compõem novas formas de interpelação e constituição da subjetividade que tratariam de sujeitos dispersos. De acordo com Poster, “[t]he power effect of discourse is to position the subject in relation to structures of

domination in such a way that those structures may then act upon him or her” (idem, p. 84).

Os Bancos de Dados, representados pelos sistemas de registro e recuperação de informações sobre ações e comportamentos, dariam origem a novas formas de interpelação e, portanto, novos modos de exercício de poder.

Deleuze (1988, p.80), em seu livro sobre Foucault, aponta que para este, o poder se exerce como pura função não-formalizada. Portanto, independente das formas sob as quais aparece. Como instituições exemplares da modernidade, cita o exército, a escola, o hospital e a prisão. Entretanto, a função panóptica pode ser definida pela pura função de “impor uma tarefa ou um comportamento quaisquer a uma multiplicidade qualquer de indivíduos, sob a única condição que a multiplicidade seja pouco numerosa e o espaço limitado, pouco extenso” (*idem*). As categorias do poder serão, então, chamados por ele diagramas. Resta investigar que novos diagramas se compõem na atualidade com a composição de novas forças em atuação.

Fernanda Bruno argumenta que os mecanismos contemporâneos de vigilância baseiam-se “em três elementos centrais: a informação, os bancos de dados e os perfis computacionais (*profiles*)” (BRUNO, 2006, p. 4). Desta forma, a diminuição da importância do olhar viria de par com o aumento na velocidade de recuperação das informações e uma potencialização na capacidade de transformar as informações coletadas em conhecimento sobre a população que produz essa informação.

Para contribuir com alguns indícios das formas pelas quais se apresentam algumas relações de forças na cibercultura, faremos a seguir uma breve seleção de projetos colaborativos e as respectivas formas pelas quais o comportamento dos participantes é registrado e valorado. Esta argumentação não pretende ser estender como exemplar dos modos de subjetivação contemporâneos, mas partindo de alguns argumentos de tais pesquisas (POSTER, 1995; BRUNO, 2006), estudar o controle e a configuração dos participantes especificamente nos projetos citados.

5.

A partir de *sites* de leilão virtual e comércio eletrônico, onde a avaliação descentrada ganha confiabilidade em relação a organismos externos ou centralizados, e por isso passíveis de corrupção, verificaremos como os fóruns de discussão e *sites* de jornalismo participativo contam com mecanismos de avaliação de conteúdo pelos próprios participantes e,

finalizando, alguns estudos sobre a avaliação da similaridade de gostos em redes sociais na composição de perfis computacionais.

O *site* de leilão eletrônico *eBay* é criado em 1995 por Pierre Omidyar para que sua esposa pudesse vender “dispensers” de doces. Acaba, assim, criando o maior *site* de comércio eletrônico do mundo. Seu sistema de avaliação é a base na qual os participantes se apóiam para realizar as negociações, e consiste em valoração mútua dos integrantes de todas as negociações. A cada compra e venda, os participantes imputam um ponto positivo, negativo ou neutro à contraparte. Desta forma, a reputação de um participante do *eBay* consiste na avaliação de todos os outros participantes que negociaram com ele. Da mesma forma, negociações futuras dependerão exclusivamente da reputação que tal pseudônimo exibir, que pode ser aproximada do que Antoun (2005, p. 11) denomina “a sombra do futuro projetada sobre uma interação” fazendo referência ao esquema de jogos para verificar comportamento colaborativo de Robert Axelrod. Ainda que haja inúmeros outros elementos que não permitem transladar uma simulação computacional a interação de humanos, alguns estudos mostram que o processo de decisão nos leilões é fortemente influenciado por essa projeção.

Um estudo empírico no *site eBay* indica a tendência de parceiros com mais pontos positivos atingirem preços mais altos em seus leilões. A reputação, portanto, é produtora de ganhos diretos, não apenas indiretos. Além disso, aponta que o a primeira avaliação negativa a participantes com vendas regulares tendem a diminuir em até 14% a quantidade de vendas na semana seguinte (CABRAL, HORTAÇSU, 2004). Outra evidência da importância da reputação dos participantes de leilões é sua preocupação com tais avaliações. Cabral e Hortaçsu verificaram que é grande a tendência a retaliação por avaliações negativas. “*The result was striking: of the almost 10,000 negative/neutral instances in our data, 2462 resulted in a retaliatory comment by the seller*” (*idem*). O desenvolvimento de táticas para burlar o sistema de avaliação, como a venda de produtos por um *penny* (US\$0,01) apenas para “trocar” pontos, apontada por Lee Gomes (2006), coloca em perspectiva a completa eficiência dos sistemas descentrados de avaliação, mas ratifica o argumento de que a reputação é decisiva nesses leilões, além de compor um viés do comportamento de uma ou mais pessoas independente de “quem estaria por trás do pseudônimo”.

Sites de jornalismo colaborativo e fóruns de discussão também se baseiam na avaliação dos próprios participantes para valorar o conteúdo e filtrá-lo, exigência imposta pelo excesso. O *Slashdot* é um dos que possui sistema mais elaborado para avaliações, em que mecanismos que funcionam como “delegados técnicos”¹⁰ (LATOURE, *op cit.*, p.217) organizam filtros para eleger times dinâmicos de moderadores entre os participantes mais bem-avaliados, além de grupos de meta-moderadores para avaliar o trabalho dos primeiros, compondo um sistema simultâneo de cooperação e controle (MARTINS, 2006). Os participantes têm suas contribuições avaliadas, e a pontuação que estas recebem formam o que se denomina “carma”, uma espécie de reputação do participante (*idem*, p.81).

O que se nota é a formação de um mecanismo composto de filtragem dos tópicos no qual os participantes com pontuação positiva têm maior possibilidade de aumentar sua pontuação, enquanto aqueles com pontuação baixa ou negativa, por terem seus tópicos menos lidos e avaliados, encontram grande dificuldade de melhorar a reputação ou mesmo de alcançar leitores para suas contribuições. Isso contraria algumas expectativas quanto à diversidade, na medida em que “um modelo de comunicação em rede, feito de forma aberta e distribuída por milhares de participantes, tende à homogeneidade”. (*idem*, p.111). O Fórum Guia do Hardware, uma das maiores comunidades de interessados em informática do Brasil, implantou recentemente sistema de avaliação em que os participantes distribuem pontos de reputação para qualificar a contribuição de seus pares; segundo informações do *site*, “devido ao mau uso do recurso, não existe mais negatização”¹¹.

Sistemas como os apresentados acima buscam valorar a produção ou participação de desconhecidos por desconhecidos como forma de filtrar as informações disponíveis. De acordo com Zygmunt Bauman, a emergência do que denomina comunidades estéticas na atualidade em oposição às antigas comunidades físicas altera o modo de valorização das informações e opiniões.

Em nossos tempos, depois da desvalorização das opiniões locais e do lento mas constante desaparecimento dos “líderes locais de opinião” (...) restam

¹⁰ Bruno Latour (*op cit.*, p.217) exemplifica o conceito de delegação técnica como “uma ação muito antiga de um ator já desaparecido continuar ativa aqui, hoje e em relação a mim”. Sobre aplicação do conceito de mediação técnica na atividade online com mais detalhes, Cf. PECINI, 2006.

¹¹ Este é mais um exemplo de como a apropriação dos participantes altera a configuração dos sistemas. Mais informações podem ser encontradas no FAQ do fórum, em <http://www.guiadohardware.net/comunidade/v-t/663877/>

duas autoridades, e só duas, capazes de conferir segurança aos juízos que pronunciam ou manifestam em suas ações: a autoridade dos expertos, pessoas “que sabem” (cuja área de competência é excessivamente ampla para ser explorada e testada pelos leigos), e a autoridade do número (na suposição de que quanto maior o número menor a chance de que estejam errados) (BAUMAN, 2003, p. 60-61).

A interface do *Youtube* também apresenta diversos recursos que facilitam ao internauta fazer ligações dinâmicas de um vídeo a outro, como por meio de *tags*, palavras-chave que designam o vídeo por características quaisquer que facilitem sua indexação. De acordo com Alex Primo (2006, p.4), o processo é chamado “folksonomia”, classificação taxinômica feita “de baixo para cima”, pelos próprios usuários. Ainda no *site* classificação das buscas obedece a ordem decrescente de acessos, assim como diversos outros sistemas de busca, confirmando a autoridade do número a que faz referência Bauman. Assim como algumas redes de compartilhamento de arquivos, existe a possibilidade de se listar os arquivos de um único participante, um recurso que supõe coerência nos gostos (transferíveis) de cada um – ou seja, se me interesse pelo vídeo de um participante, é grande a possibilidade de que me interesse por outros – mas que algumas vezes pode ser um caminho de saída do mesmo para o diferente.

Outro tipo de projeto colaborativo (na medida em que são compostas por informações de participantes) são as redes sociais, que se apresentam como espaços de convivência, troca de informações e instauração de laços, funcionando também como laboratório de projeção para estudos sobre similaridade de gostos e interesses. O foco nos sistemas informacionais e nas ferramentas de *software* que baseiam tais projetos não se pretende uma perspectiva que ignora a prática e re-invenção dos projetos pelos próprios participantes, mas uma reflexão sobre o recorrente questionamento sobre as formas de mediação nas redes digitais de comunicação.

Apenas como componente adicional da pesquisa sobre acesso e ligações dinâmicas, trataremos das informações textuais dos perfis individuais como uma particularidade dentre todos os caminhos pelos quais tem se desenvolvido a construção de perfis computacionais, simulação de transferência de gostos e projeção de desejos a partir das redes sociais. Estudos sobre a composição desses perfis apresentam uma habilidade um tanto interessante na garimpagem de dados: a transformação de quaisquer palavras informadas nos campos de gostos e preferências em *tags*, que uma vez clicadas retornam busca sobre a palavra-chave em questão. Desta forma, em vez de simulações sobre similaridade de gostos apenas por

cliques ou escolhas pré-definidas em questionários, como indicavam ser os primeiros esboços sobre cruzamento de interesses, pode-se construir vizinhanças de gosto por meio da normalização (traduções e aproximações) de palavras informadas livremente (LIU *et. al.*, 2006).

O extenso trabalho de padronização dos termos identificados e sua ligação com termos relacionados é feito com a utilização de meta-informação. Desta forma, é possível projetar um “tecido de gostos” entrelaçado com base em casos singulares, em vez de aspectos pré-definidos, o que pode representar um passo adiante na projeção de desejos e interesses. “*An instance-based representation lacks categories or features, having only items and dense numerical connections between them*” (*idem*, p.25). Assim como as *tags* que fazem atalhos inéditos entre informações a partir de descritores fornecidos pelos indivíduos, algumas das idiosincrasias que podem ser ignoradas a projeção de interesses proporcionada por relações diretas de escolhas passam a compor perfis que prometem ser mais ricos e detalhados. Ainda segundo os autores, “*Fabrics, we suggest, excel at semantic mediation, contextualization, and classification, and may play a valuable role as a context mediator in a recently complicated Semantic Web of formal, semi-formal, and now, informal, entities*” (*idem*, p. 26).

5.

A discussão sobre o internauta como produtor de conteúdo é também um questionamento sobre as formas de mediação na rede. Tentamos neste trabalho delinear características comuns por diversos projetos colaborativos identificados na Internet nos últimos anos para contribuir com o estudo sobre a participação de indivíduos na composição das redes, as formas de filtragem colaborativa de informações e bens por meio do compartilhamento de interesses e projeção de gostos.

Referências

ANDERSON, C. The Long Tail. **Wired Magazine**, 12(10):170-177, 2004. Disponível em: <<http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>>. Acesso em 14.01.2007.

ANTOUN, H. Jornalismo e ativismo na hipermídia: em que se pode reconhecer a nova mídia. *in Revista da FAMECOS*, Porto Alegre - RS, v. 16, p. 135-147, 2001.

ANTOUN, H. Mobilidade e Governabilidade nas Redes de Comunicação Distribuída. In: V Bial Iberoamericana de la Comunicación. **Razón y Palabra**. 49, 2005. Disponível em:

<<http://www.razonypalabra.org.mx/actual/bienal/Mesa%202/MobilidadeeGovernabilidadenasRedes.pdf>>
Acesso em 10.12.2006.

BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.

BAUWENS, M. **Peer-to-peer**: from technology to politics to a new civilization?, 2002. Disponível em:
<<http://noosphere.cc/peerToPeer.html>> Acesso em 06.11.2004.

BEZROUKOV, N. Open Source software development as a special type of academic research (Critique of Vulgar Raymondism) in **First Monday**, 4(10), 1999.

BRUNO, F. Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. In: XV Compós - Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação, 2006, Bauru. **CD-ROM do XV Compós** - Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação. Bauru : COMPÓS/UNESP, v. 1. p. 1-14, 2006.

BRUNO, F.; VAZ, P. Agentes.com: cognição, delegação, distribuição. **Contracampo**, Rio de Janeiro, 7(1):23-38, 2002.

DELEUZE, G. As estratégias ou o não-estratificado: o pensamento do lado de fora (poder) in **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Vol. 1. São Paulo: Editora 34. 1995.

GOMES, L. How sellers trick eBay's rating system in *Wall Street Journal*, 22.12.2006. Disponível online:
<http://www.startupjournal.com/ecommerce/ecommerce/20061222-gomes.html>. Acesso em 14.01.2007.

JOHNSON, S. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LATOUR, B. **A esperança de Pandora**. Bauru: EDUSC, 2001.

LESSIG, L. **Free culture**: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity, 2004. Disponível em <http://www.free-culture.cc/>. Acesso em 10.05.2006.

LIU, H. PATTIE, M. GLORIANNA, D. Unraveling the taste fabric of social networks. **International Journal on Semantic Web and Information Systems** 2(1):42-71, 2006. Disponível em:
<<http://web.media.mit.edu/~hugo/publications/drafts/IJSWIS2006-tastefabrics.pdf>>.

MARTINS, B. Cooperação e controle na rede: um estudo de caso do website Slashdot.org. **Dissertação de Mestrado**, UFRJ, 2006.

O'REILLY, T. What is web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software, 2005. Disponível online: < <http://www.oreillynnet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>.

PECINI, A. . Agentes de software, redes peer-to-peer e fóruns: mediação técnica na atividade online. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** p. 1-15, 2006.

POSTER, M. Databases as discourse; or, Electronic Interpellations in **The second media age**. Cambridge, Polity, 1995.

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

RAYMOND, E. **The cathedral and the bazaar**. 2000. Disponível online:
<<http://www.catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/cathedral-bazaar/>>. Acesso em 10.01.2007.

RHEINGOLD, H. The heart of the Well in **Virtual Community**. 1994. Disponível online
<<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>> Acesso em 13.01.07.

SÁ, S. 2006. Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, mídia e gêneros. In: ALAIC - Associação Latino Americana de pesquisadores de Comunicação, 2006, São Leopoldo - RS. **ANAIS da ALAIC**. São Leopoldo - RS : ALAIC/UNISINOS, 2006.

SOBRINO, A. **Napster x gravadoras**: a pirataria fonográfica e a Internet. 1997. Disponível em:
<http://professores.unisanta.br/sobrino/artfonografica.htm> Acesso em 13.01.2007.

VAZ, P. Esperança e Excesso. In: **Anais** do 9 Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas Pós-Graduação em Comunicação Social. Porto Alegre: FAMECOS –PUCRS, 2000. v.1.