A WEB E A PARCERIA: projetos colaborativos e o problema da mediação na internet

ANTOUN, Henrique
Doutor em Comunicação (ECO/UFRJ); Professor e Orientador da Linha de Pesquisa Tecnologias da Comunicação e Estéticas; Pesquisador do Ciberidea – Núcleo de Pesquisa em Tecnologia, Cultura e Subjetividade do PPGCOM da ECO/UFRJ
henrique.antoun@pesquisador.cnpq.br

PECINI, André Custódio
Mestrando do PPGCOM da ECO/UFRJ;
Bolsista CAPES
andrepecini@yahoo.com.br

RESUMO

Os atuais projetos colaborativos na Web deram ao usuário comum o título de homem do ano de 2006. A emergência de novas formas de atuação nessa Web transformada em uma plataforma trouxe novos questionamentos sobre as formas de mediação na rede. Este trabalho tem como objetivos contribuir para a discussão sobre a produção coletiva de pessoas e conteúdos na rede, investigando algumas das formas de mediação da interação entre usuários, informações e bens que são privilegiadas por essa configuração. Para tanto, são analisados alguns projetos colaborativos e redes de parceria como fóruns de discussão, sítios 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 das redes sociais.

Palavras-chave: Mediação - colaboração. Mediação - parceria.

1 INTRODUÇÃO

O ponto de partida deste trabalho é a escolha de **você** como personalidade do ano de 2006 pela revista americana *Time*[1]. O sucesso de projetos que recolhem a produção dispersa de conteúdo, principalmente em sítios de redes sociais de entretenimento como o *Youtube,* catapultou a importância do usuário comum na configuração da *Web*. A notícia vem de par com a escolha do próprio sítio *Youtube* como maior invenção do ano de 2006 pela mesma revista[2]. *Youtube*, *Wikipedia* e Orkut 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 compartilhamento de pesquisa acadêmica, no início de sua existência, para uma rede de empresas **pontocom**, e depois do estouro da bolha para uma ferramenta que une milhões de pequenas contribuições feitas por pessoas comuns de modo que estas façam a diferença[3]. Pretendemos analisar alguns projetos colaborativos e seus sistemas de controle, acesso e avaliação como mecanismo de mediação da interação entre pessoas, bens e informações para discutir de que formas esta interação mediada em rede permite o desenvolvimento de projetos, a geração de confiança e o compartilhamento de bens e responsabilidades entre parceiros anônimos. A nova configuração da *Web* coloca questões recorrentes e importantes no estudo da cibercultura.

2 GERENCIANDO A PRODUÇÃO EM REDE

No fim dos anos 1990, Eric Raymond escreve *A Catedral 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, "[...] cuidadosamente construídas por feiticeiros individuais ou pequenos bandos de magos em esplêndido isolamento" (RAYMOND, 2000, tradução nossa.)[4]. A grande surpresa desta maneira de produzir era o sucesso dos projetos e a baixa taxa de ruído encontrada em seu desenvolvimento. Afinal eram conduzidos sem hierarquias,

aproveitando a contribuição de qualquer um que resolvesse colaborar. Daí nasce a suposição de que essa produção auto-organizada teria o potencial de desbancar a produção hierarquizada da grande industria.

No entanto, pouco tempo depois, alguns dos argumentos de Raymond foram refutados por Nikolai Bezroukov[5] (1999) em um artigo publicado na revista eletrônica First Monday. Um dos principais pontos da argumentação de Bezroukov era sobre a semelhança entre o desenvolvimento do *software* livre – do qual o projeto Linux seria o principal exemplo –, e a condução da pesquisa científica. Ele inclusive chamava a atenção para 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 acusava Linus Torvalds de ter a palavra final sobre as modificações no núcleo do sistema, configurando uma hierarquia rígida o suficiente para tirar a credibilidade do sistema horizontal proposto para os programadores e os participantes em geral. De fato, o processo de produção não era completamente horizontal, o que não diminuía o mérito de um sistema de tal magnitude ser desenvolvido de inúmeras formas diferentes, por grupos com participação de número extremamente variável de pessoas, tendo a vantagem adicional de poder ser modificado pelos **usuários finais**[6] ou adaptado por programadores para atender a mercados de nicho, sobre o que discorreremos adiante.

O sistema Linux é um exemplo recorrente de produção coletiva; entretanto, podemos encontrar também 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 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. Esse 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 diferentes 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* era tida

como exemplar na popularização do sistema *peer to peer*, em que computadores, de qualquer um conectado à rede, se ligam entre si sem mediadores para fazer a transferência de arquivos (SOBRINO, 1997)[7]. No entanto, por apresentar grande quantidade de arquivos protegidos por direitos autorais, a rede era 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 de rizoma, configuração que privilegia a horizontalidade e em que qualquer ponto pode ser conectado a qualquer outro "e deve sê-lo" (DELEUZE ; GUATTARI, 1995, p.26), ou ainda por suas relações constituintes. "A árvore é 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...'" (DELEUZE ; GUATTARI, 1995, 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 refinaram os procedimentos usados na constituição desses projetos.

Hiperlinks e redes *peer to peer* alimentam o pensamento de que a Internet seria inerentemente rizomática, por seus protocolos de rede e possibilidade infindável 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. Isso 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. Eles têm como base o chamado *root* (um ponto sem terminação), ao qual se filiam os TLPs (T*op Level Domains*), como **.com**, **.org, .edu** etc. A partir desses domínios, ramificam-se todos os endereços (GALLOWAY, 2004, p. 48). Apesar de hierárquico, o sistema é descentrado, pois os servidores só têm autoridade dentro de sua camada; porém, esse 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 (GALOWAY, 2004, p.10). O próprio Tim Bernes-Lee, considerado inventor da *Web* como a conhecemos, admite que o sistema DNS é "[...]um calcanhar de aquiles centralizado através do qual [a web] pode ser completamente derrubada ou

controlada" (BERNES-LEE apud GALLOWAY, 2004, p.9, tradução nossa)[8].

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 a questões ligadas ao direito autoral e ao consumo de bens culturais, Lawrence Lessig enumera quatro tipos de comportamentos dominantes em tais redes: primeiramente, 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 nunca é produzido pelos participantes, mas apenas oferecido de forma ilegal. Podemos comparar esse ângulo de análise com aquele que supõe haver apenas conteúdo produzido pelos participantes em projetos como o *Youtube*.

Uma referência interessante que diz respeito à noção de que os consumidores estariam se transformando em produtores é o artigo de Michael Bauwens[9] (2002) sobre a configuração *peer to peer*. Ele cita como exemplo desta parceria entre usuário e empresa a reprogramação feita por compradores do cãozinho robô *Aibo*, que *hackeou* o programa do cão para poder introduzir novos truques em seu programa. As intervenções ou apropriações no começo foram proibidas, mas depois ganharam o consentimento da empresa[10]. 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)[11].

3 OS NOVOS MEDIADORES

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 na 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". 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". Mesmo nas redes *peer to peer*, que seguem modelo ligeiramente diferente do que a *Web*, o ponto de quebra foram os servidores de endereços, sem os quais os participantes não conseguem estabelecer as ligações entre si. (VAZ, 2000, p.12).

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*[12], 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[13] é um dos motores da transformação no consumo de bens digitais apontada por Chris Anderson como *Long Tail*. 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[14], 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 dessa 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:*

> Como alguém faz para achar amigos? [...] Em uma comunidade virtual podemos ir diretamente para o lugar onde nossos assuntos favoritos estão sendo discutidos, então travamos relação com pessoas que partilham nossas paixões ou que usam as palavras de um modo que achamos atraente. (RHEINGOLD, 1994, tradução nossa)[15]

A Longa Cauda seria composta por todo o material que não seria selecionado para vendagem em meios físicos por não ter número suficiente de consumidores locais, 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 mil músicas, aproximadamente 400 mil são ouvidas ao menos uma vez por mês, audiência que não pára por aí. "Tão rápido quanto o Rhapsody acrescenta uma faixa a sua biblioteca, essas canções acham uma audiência, mesmo que seja de umas poucas pessoas por mês, em algum lugar no país" (RHEINGOLD, 1994, tradução nossa)[16]. De qualquer forma, o que 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 informáticos com que conta para fazer a recomendação de livros e outros produtos para seus compradores. Este agentes 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 nesse 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 dos mediadores serem assim, e não de outra natureza, 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 agentes que compõem toda ação *online*. Bruno Latour propõe a simetria entre humanos e não-humanos no modo como experimentamos o mundo. Dessa 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" (LATOUR, 2001, p. 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" (LATOUR, 2001, 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 dispositivos. 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 [...] (LATOUR, 2001, p.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, p.10).

4 ANONIMATO E REPUTAÇÃO

A Comunicação Mediada por Computador e os projetos colaborativos (fóruns de discussão, redes de compartilhamento de arquivos, leilões virtuais) dão origem ao que pode aparentar ser um paradoxo: o anônimo com reputação (ANTOUN, 2005)[17]. 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. "*Dados demográficos e estatísticas de usuário são mais importantes do que nomes e identidades reais*" (GALLOWAY, 2004, p.69).[18]

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, "o efeito de poder do discurso é posicionar o sujeito em relação a estruturas de dominação de tal modo que estas estruturas possam então agir sobre ele ou ela" (POSTER, 1995, p.84)[19] 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, a 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 exemplo de instituições da modernidade, cita o exército, a escola, o hospital e a prisão. Entretanto, o panóptico pode ser definido 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" (DELEUZE, 1988, p.80). As categorias do poder serão, então, chamadas por ele diagramas. Resta investigar que novos diagramas do poder se constituem na atualidade com a composição das 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). Dessa forma, a diminuição da importância do olhar viria de par com o aumento na velocidade de recuperação das informações e com 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. Essa 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 OS MECANISMOS DE AVALIAÇÃO

A partir de *sites* de leilão virtual e comércio eletrônico, onde a avaliação descentrada ganha confiabilidade em detrimento de 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* foi criado em 1995 por Pierre Omidyar para que sua esposa pudesse vender *dispensers* de doces. Acaba, assim, dando origem ao que viria a ser 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. (RHEINGOLD, 2002, pp.124-126) A cada compra e venda, os participantes imputam um ponto positivo, negativo ou neutro à contraparte. Dessa 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 se pode denominar "[...] a sombra do futuro projetada sobre uma interação" (ANTOUN, 2005, p. 11)[20] 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 à interação de humanos, alguns estudos mostram que o processo de decisão nos leilões é fortemente influenciado por essa projeção a partir das avaliações anteriores de cada participante.

Como exemplo, 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 a primeira avaliação negativa a participantes com vendas regulares tendem a diminuir em até 14% a quantidade de vendas na semana seguinte (CABRAL e 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 à retaliação por avaliações negativas. "*O resultado foi chocante: de cerca de 10.000 negativas/neutras instancias de nossos dados, 2462 resultavam de comentário retaliatório por parte do vendedor*" (CABRAL ; HORTAÇSU, 2004).[21] 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". (GOMES, 2006)[22].

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 o sistema mais elaborado para

avaliações, em que mecanismos que funcionam como "delegados técnicos"[23] (LATOUR, 2001, 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 essas recebem formam o que se denomina "carma", uma espécie de reputação do participante (MARTINS, 2006, 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". (MARTINS, 2006, p.111). O *Fórum Guia do Hardware*, uma das maiores comunidades de interessados em informática do Brasil, implantou recentemente um 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 negativação."[24]

Sistemas como os apresentados acima buscam valorar a produção ou participação de desconhecidos por desconhecidos como forma de mediar 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 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 as ligações dinâmicas de um vídeo a outro, por meio de *tags*, palavras-chave que designam o vídeo por diferentes características que facilitem sua indexação em uma múltiplicidade de arquivos. De acordo com Alex Primo (2006, p.4), o processo é chamado "*folksonomia*", classificação taxonômica feita "de baixo para cima", pelos próprios

usuários. Ainda no *site*, a classificação das buscas obedece à ordem decrescente de acessos, assim como em diversos outros sistemas de busca, confirmando a autoridade do número a que faz referência Bauman. Em algumas redes de compartilhamento de arquivo existe a possibilidade de listá-los sob o nome de um participante (mesmo que este não seja seu autor). Este recurso supõe coerência nos gostos de cada um, fazendo-os transferíveis. Deste modo, se me interesso pelo vídeo listado por um participante há uma grande chance de que me interesse por outros de sua lista. Algumas vezes isto pode funcionar como um modo de abrir o gosto de alguém para algo novo ou diferente, pois as *tags* não são feitas de informações fechadas os coesas.

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 a 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. Dessa 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 padronização (por meio de traduções e aproximações) de palavras informadas livremente (LIU ; PATTIE ; GLORIANNA, 2006)[25].

O extenso trabalho de padronização dos termos identificados e sua ligação com termos relacionados é feito com a utilização de meta-informação. Dessa 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. "*Numa representação baseada em instancias faltam categorias ou aspectos, tendo apenas itens e densos números de conexões entre eles*" (LIU ; PATTIE ;

GLORIANNA, 2006, p.25)[26]. Assim como as *tags* fazem atalhos inéditos entre informações a partir de descritores fornecidos pelos indivíduos, algumas de suas idiossincrasias passam a compor perfis mais ricos e detalhados do que aqueles feitos por sistemas de classificação sistemática *à priori*, que tendem a ignorar essas informações aleatórias e assistemáticas. Ainda segundo os autores, "*tecidos, sugerimos, exercem mediação semântica, contextualização e classificação, podendo ter um papel importante como mediadores de contexto em uma cada vez mais complicada Web semântica de entidades formais, semi-formais e informais*." (LIU ; PATTIE ; GLORIANNA, 2006, p. 26)[27].

6 CONCLUSÃO

Tão importante quanto à ênfase dada na produção dispersa de conteúdo é a discussão sobre as formas de mediação que emergem dessa configuração. Procuramos destacar alguns projetos exemplares de diversos movimentos que envolvem a produção dispersa de conteúdo para analisar os meios pelos quais são feitas a seleção, avaliação e conexão entre informações, pessoas ou bens imateriais de que são compostos, pois sabemos que não basta para um projeto abarcar uma infinidade de informações se não temos como chegar àquela que nos interessa. Nesse jogo figuram os mecanismos projetados para hierarquizar e filtrar a produção dos participantes, mas também aqueles que compõem perfis computacionais a fim de deduzir quem são os participantes e quais os seus gostos sem que para isso seja necessário o conhecimento prévio de sua história ou identidade. Em alguns dos exemplos, como os fóruns, os leilões e as redes sociais, os sistemas apresentados usam apenas a informação produzida pelo participante durante sua utilização para selecionar a que terá acesso; da mesma forma, os participantes desenham modos de atuação e comunicação distintos a partir dos sistemas que constroem ou com os quais interagem na rede. Resta indagar se esse anonimato é tão anódino em sua colaboração passiva e desinteressada, ou se essa economia renovada da partilha cria um anônimo perturbador e interessado capaz de fazer estremecer os ditames do capital na economia do compartilhamento.

ABSTRACT

The current collaborative projects developed in the Web give the nomination of man of year 2006 to the ordinary user. The emergence of action's new ways in a platform changed Web brings new questions about the networks mediation's form. This paper aim's is argue about the collective production in the networks, where people and content are involved, inquiring about some mediation's forms of interactions between users, information and goods that are privileged by

this configuration. So, some collaborative projects and peer-to-peer networks as a discussion forum, sites of participative journalism and virtual marketplace are analyzed by us. In the way for the understanding of customized filters and flux and information controls, we briefly take in consideration the computers profile constitution and the data mining in the social network.

Keywords: Mediation – collaboration. Mediation – peer-to-peer.

RESUMEN

Los actuales proyectos de colaboración en la Web dieron al usuario común el título de hombre del año de 2006. La emergencia de nuevas formas de actuación en esta Web transformada en una plataforma ha traído nuevos cuestionamientos sobre las formas de mediación en la red. Este trabajo tiene como objetivos contribuir para la discusión sobre la producción colectiva de personas y contenidos en la red, investigando algunas de las formas de mediación de la interacción entre usuarios, informaciones y bienes que son privilegiados por esta configuración. Para ello, son analizados algunos proyectos de colaboración y redes de participación como foros de discusión, sitios de periodismo participativo y subastas virtuales. En el camino para el entendimiento de los filtros personalizados y el control de flujos e informaciones, se pasa brevemente por la constitución de los perfiles computacionales y las minas de datos de las redes sociales.

Palabras claves: Mediación - colaboración. Mediación - participación.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. The Long Tail. **Wired Magazine**, v.12, n.10, p.170-177, 2004. Disponível em: <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>. Acesso em: 14 jan. 2007.

ANTOUN, H. Jornalismo e ativismo na hipermídia: em que se pode reconhecer a nova mídia. **Revista da FAMECOS**, Porto Alegre, n. 16, p. 135-147, 2001. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/274/208.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2007.

_____ . Mobilidade e governabilidade nas redes de comunicação distribuída. **Razón y Palabra**, México, n. 49, 2005. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/actual/bienal/Mesa%202/MobilidadeeGovernabilidadenasRedes.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2007.

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: 14 jan. 2007.

BEZROUKOV, N. Open Source software development as a special type of academic research (Critique of Vulgar Raymondism). **First Monday**: peer reviewed journal of the internet, Chicago, v.4, n.10, Oct. 1999. Disponível em:

<http://www.firstmonday.org/issues/issue4_10/bezroukov/>. Acesso em: 14 jan. 2007.

BRUNO, F. Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 15, 2006, Bauru. Bauru : COMPÓS/UNESP, 2006. 1 CDROM. P. 1-14.

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

CABRAL, L.; HORTAÇSU, A. The dynamics of seller reputation: theory and evidence from eBay. National Bureau of Economic Research, Working Paper Series, n. 10363, 2004. Disponível em: < http://www.nber.org/papers/w10363> Acesso em 14 jan. 2007.

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.

GALLOWAY, A. **Protocol**: how control exists after decentralization. Cambridge: MIT Press, 2004.

GOMES, L. How Sellers Find Ways to Trick EBay 'Reputation' Rating System. **Wall Street Journal**, Nova Iorque, 19.12.2006. Disponível em: <http://online.wsj.com/public/article/SB116649235719054058.html>. Acesso em 14 jan. 2007.

JOHNSON, S. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: J. 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: 14 jan. 2007.

LIU, H.; PATTIE, M.; GLORIANNA, D. Unraveling the taste fabric of social networks. **International Journal on Semantic Web and Information Systems,** v. 2, n.1, p. 42-71, 2006. Disponível em: <http://web.media.mit.edu/~hugo/publications/drafts/IJSWIS2006-tastefabrics.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2007.

MARTINS, B. **Cooperação e controle na rede**: um estudo de caso do website Slashdot.org. 2006. Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

O'REILLY, T. What is web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. O'Reilly, News, 30/09/2005. Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. Acesso em: 14 jan. 2007.

PECINI, A. Agentes de software, redes peer-to-peer e fóruns: mediação técnica na atividade online. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. **Anais ...** Brasília, 2006. P. 1-15.

POSTER, M. Databases as discourse; or, electronic interpellations. _____. **The second media age**. Cambridge: Polity, 1995.

PRIMO, A. O Aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. **Anais…** Brasília, 2006.

RAYMOND, E. **The Cathedral and the bazaar**. 2000. Disponível em: <http://www.catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/cathedral-bazaar/>. Acesso em: 14 jan. 2007.

RHEINGOLD, H. **Smart Mobs**: the next social revolution. Nova Iorque: Perseus, 2002.

_____ . The heart of the Well. In: _____. **Virtual Community**. 1994. Disponível em: <http://www.rheingold.com/vc/book/1.html> Acesso em 13 jan.2007.

SÁ, S. Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, mídia e gêneros. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO, 8. 2006, São Leopoldo. **Anais...**. 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 14 jan. 2007.

VAZ, P. Esperança e excesso. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9., 2000, Porto Alegre. **Anais** ... Porto Alegre: FAMECOS – PUCRS, 2000. V.1.

[1] Ver em: *Time Person of the year*. Disponível em: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>
[2] Ver em: *Time Best Inventions 2006*. Disponível em: <http://www.time.com/time/2006/techguide/bestinventions/inventions/youtube.html>
[3] 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.
[4] Documento eletrônico. No original: "*carefully crafted by individual wizards or small bands of mages working in splendid isolation*". (RAYMOND, 2000)
[5] Documento eletrônico.
[6] 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 os termos **participante** ou **internauta** para fazer referência às pessoas comuns que interagem com os sistemas.
[7] Documento eletrônico.
[8] No original: "one centralized Achille's heel by which [the Web] can all be brought down or controlled".
[9] Documento eletrônico.
[10] O famoso site com os *hacks* é o AiboHack (http://aibohack.com/). Sobre a polêmica envolvendo a Sony, ver *Aibo custom code pulled from website* (30/10/2001). Disponível em: <http://www.newscientist.com/article.ns?id=dn1495> e *Sony plays ball with Aibo hackers - You can teach an old dog new tricks, apparently*. Disponível em: <http://www.vnunet.com/vnunet/news/2118642/sony-plays-ball-aibo-hackers>
[11] Documento eletrônico.
[12] Sobre o fim do Firefly, ver em: <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,21243,00.html>
[13] Sobre a eficácia dos agentes e a precisão com que fazem as recomendações, é 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>
[14] Documento eletrônico.
[15] Documento eletrônico. No original: "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."
[16] Documento eletrônico. No original: "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".
[17] Documento eletrônico.
[18] No original: "Demographics and user statistics are more important than real names and real identities."
[19] No original: "[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 them act upon him or her."

[20] Documento eletrônico.
[21] No original: “The result was striking: of the almost 10,000 negative/neutral instances in our data, 2462 resulted in a retaliatory comment by the seller”
[22] Documento eletrônico.
[23] Bruno Latour (2001, 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, ver em PECINI, 2006.
[24]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/
[25] Documento eletrônico.
[26] No original: “An instance-based representation lacks categories or features, having only items and dense numerical connections between them”
[27] Documento eletrônico. No original: “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.”

Copyright (c) 2007 Autor(es) / Copyright (c) 2007 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal. Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.

Selo CC-BY-NC com Direito Autoral_2007