

### Resenha

#### **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.**

(SHIRKY, Clay. Rio de Janeiro: Zahar, 2011, 210 páginas)

Luana INOCENCIO<sup>1</sup>

O novo usuário da web busca uma aventura midiática. Esta é a realidade a que *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado* nos apresenta desde o seu início. Recheado de casos do mercado, estudos comportamentais e fatos históricos, o livro traça um roteiro que nos ajuda a compreender os movimentos dessa nova revolução tecnológica, desenvolvida a partir de processos colaborativos, onde os indivíduos engajados transcendem as relações comerciais do mercado.

O autor, Clay Shirky, que é professor do Programa de Telecomunicações Interativas da Universidade de Nova York e consultor de empresas como Nokia, BBC, News-Corp, nos leva a refletir sobre as enraizadas relações da cultura participativa, conduzindo o leitor à formulação de hipóteses sobre tal fenômeno. Assim, *A cultura da participação* debruça-se sobre os padrões de comportamento particulares de seus usuários, seus meios, motivos e oportunidades que somadas à criatividade do mundo conectado estão revolucionando as relações midiáticas digitais.

No primeiro capítulo, o autor passa a nos introduzir e contextualizar às questões centrais do livro fazendo uma analogia. Na Londres de 1720, os trabalhadores ocupavam seu tempo livre bebendo gim, anestésico para exorcizar o profundo cansaço e novo estresse da vida urbana. Assim é também a embriaguez do telespectador moderno, onde o trabalho e as preocupações os esgotam tanto que não são capazes de fazer outra coisa com o tempo livre além de procurar um escape, no qual não precise pensar muito, desabando em frente à televisão negligentemente.

Com o afastamento físico criado pelos muros da urbe limitando as relações sociais, a TV é substituição para nos sentirmos menos solitários. O autor propõe então tratar o tempo livre (o excedente cognitivo) dos cidadãos como um capital social geral,

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB.

que pode ser direcionado a grandes projetos criados coletivamente. Citando a Wikipédia, o autor compara que tal projeto é ínfimo comparado as possibilidades que temos de em relação ao tempo livre coletivo que todos possuímos.

Se você oferecer às pessoas a possibilidade de produzir e compartilhar, alguns bons frutos serão gerados, mesmo que com uma qualidade não superior a de um profissional. Agora que o consumo não será mais a única maneira como usamos a mídia, Shirky desafia os estudiosos a pensá-la não apenas sob o ângulo do consumo, mas também uma observação mais atenta ao modo este consumo, junto à produção e compartilhamento, está transformando o conceito de mídia.

No segundo capítulo, que trata dos meios para direcionar o excedente cognitivo, o autor fala que os cidadãos conectados formam o “tecido conjuntivo” da sociedade ao perceber que querem mudar a maneira como se desenrolam os diálogos públicos e descobrem que têm meios de fazê-lo. A numerosa quantidade de publicações emergentes com a liberação dos pólos de emissão, reduz a qualidade média de publicações no meio, sendo sua multiplicidade proporcional a impossibilidade de se filtrar a qualidade. Mas essa facilidade de publicação permite o aumento de experimentações por parte dos amadores, que criam o que acabaremos apreciando.

Shirky chama atenção para o fato de que a internet é a primeira mídia pública a ter uma economia Pós-Gutenberg, e isso implica no fato de que diferente de todos os outros meios, a infra-estrutura disponível nas mídias digitais não pertence aos produtores de conteúdo, é acessível a qualquer um que pague por ela. O mercado tem como função fornecer plataformas – os meios são as ferramentas que recebemos para o engajamento, disponibilizando recursos que possibilitam grande parte do comportamento generoso, social e criativo de sua ambiência. E a matéria prima para essa mudança é nosso tempo livre.

No terceiro capítulo, se debruça sobre relatos e estudos comportamentais para compreender o motivo que inspira os participantes a tal desprendimento de tempo para o engajamento voluntário em rede. Motivações intrínsecas são aquelas nas quais a satisfação de concluir a tarefa, pelo prazer da competência é a própria recompensa. Já as motivações extrínsecas “são aquelas nas quais a recompensa por fazer algo é externa à atividade, e não a atividade em si”, sendo o pagamento o caso clássico de motivação extrínseca (p. 68).

As motivações pessoais e sociais se ampliam mutuamente numa malha de retroalimentação, posto que no ato da colaboratividade, as motivações de ordem pessoal passam a ser sociais pelo sentimento de fazermos parte de um grupo. Fazer parte de um tipo de multidão é agregar valor a si próprio e obter maior capital social nas redes das quais participa, é desfrutar de seu tempo livre em busca de novas relações de participações.

Nessa questão, amadores se diferenciam de profissionais por um fator: a motivação. As experiências das pessoas são fortes o suficiente para elas gravitarem em experiência que as recompensam, como é o caso das *fanfictions*, onde o autor perpassa rapidamente a discussão sobre direitos autorais, concluindo que para os colaboradores “a pureza da motivação dentro da comunidade importa mais do que a legalidade da ação fora dela”.

No quarto, o autor busca analisar como surgem as oportunidades e como se encoraja a consideração recíproca em busca dessa generosidade. Shirky afirma que apesar do capitalismo conceber sistemas que recompensam pessoas egoístas, as pessoas em circunstâncias sociais vão moderar seu comportamento para ser menos egoístas. E os novos meios estão aqui para nos entregar a essas motivações, nos socializando. Não se trata apenas de observações tecnocêntricas, busca-se a compreensão psicológica desse comportamento, chegando-se a conclusão de que quanto menos uma cultura for orientada para o mercado, mais generosos e abertos serão seus membros

À medida que a capacidade do grupo de aprender e trabalhar junto se fortalece, ele atrai mais participantes, melhorando as ideias do grupo e as disseminando. “A diferença é que hoje a internet é uma máquina de oportunidades, [...] a baixo custo e com menos obstáculos do que nunca, e com a possibilidade de anunciar essas oportunidades ao maior número de potenciais participantes da história” (p. 118), afirma Shirky.

O ambiente efervescente de um círculo colaborativo pode fazer com que essas ideias e realizações dos participantes se desenvolvam mais depressa do que se eles estivessem buscando os mesmos objetivos isoladamente. “Essa ampliação de nossa capacidade de criar coisas juntos, de doar nosso tempo livre e nossos talentos particulares a algo útil, é uma das novas grandes oportunidades atuais, e que muda o comportamento daqueles que dela tiram proveito” (p. 109), diz o autor.

No quinto capítulo, que mergulha na cultura dos participantes, Shirky afirma que uma maneira de ajudar um grupo a aumentar sua capacidade de funcionar junto é a criação e manutenção de uma cultura compartilhada. Uma fatia expressiva da cultura anterior a midiática em massa sempre foi participativa: encontros locais, eventos. “Porque de onde mais poderia vir a cultura? O simples ato de criar algo com outras pessoas e então compartilhá-lo com elas, representa, no mínimo, um eco daquele antigo modelo de cultura, agora com roupagem tecnológica” (p. 136).

Uma forma de fazer as pessoas aceitarem os riscos da conexão social e superarem a inércia para se engajar em algo é aumentar as recompensas. Se pessoas em número suficiente se juntarem para fazer com que o novo grupo valha à pena, isso vai encorajar mais pessoas a se unir, e essa é a retroalimentação que aumenta o valor da informação.

No penúltimo capítulo, o autor traça comparativos entre valor coletivo *versus* valor cívico na participação. Ele classifica quatro tipos de engajamento: compartilhamento pessoal, feito por indivíduos que de outra maneira não estariam coordenados. O compartilhamento comum é mais envolvente e acontece num grupo de colaboradores. Já o compartilhamento público é mais aberto às interações externas, onde um grupo de colaboradores organizados deseja ativamente criar um recurso público. Finalmente, o compartilhamento cívico é tão aberto quanto o público, mas nele um grupo tenta ativamente transformar a sociedade.

As motivações sociais podem induzir a muito mais participação do que as motivações pessoais sozinhas. Um grupo de pessoas engajadas juntas cria valor comum para os seus membros, diferente do valor pessoal. Há também o medo de se entregar a uma ação satisfatória emocionalmente, mas não efetiva. Antes da geração histórica atual, motivar pessoas a fazer algo sem receber nada só pelo bem cívico era tarefa de governantes e entidades sem fins lucrativos. Em grandes grupos, é necessário um autogerenciamento e motivação constante para incentivar a capacidade criativa. E entender como criar e manter isso é um desafio.

No último capítulo, o autor ressalta que qualquer atividade voluntária precisa oferecer oportunidades que toquem alguma motivação humana real. A fusão do meio, motivo e oportunidade cria nosso excedente cognitivo a partir da matéria-prima do tempo livre acumulado. Ele traz a reflexão de que no início da difusão de uma nova ferramenta, é muito cedo para dizer como, quando e onde essa sociedade vai mudar por

causa de seu uso. A grande questão é: agora que temos oportunidades, o que faremos com ela? Isso será parece determinado pela forma como somos capazes de imaginar e recompensar a criatividade pública, a participação e compartilhamento.

É fato que, agora, se pode obter mais valor da participação voluntária do que jamais foi imaginado, graças ao aperfeiçoamento da habilidade de nos conectarmos uns aos outros e de nossa imaginação combinada. Essas proposições parecem muito maravilhosas e revolucionárias, mas se lhe direcionarmos um olhar crítico, pode-se notar certo otimismo que beira a ingenuidade: Shirky nunca questionou o lado negativo de tudo isso. Um caso recente ilustra essa questão: a chamada *deep web*, na qual e participantes engajados criam, compartilham e interagem de forma irrastrável.

Em sua maioria, a *deep web* é usada para finalidades ilegais e monstruosas: compartilhamento de vídeos de pedofilia, torturas, canibalismo, encomendas de assassinatos e de drogas. Estima-se que a internet que utilizamos no dia-a-dia, e que nos protege de informações “inseguras” filtradas por moderadores, corresponda a apenas 10% de toda sua rede real. A *deep web* é uma amostra fatídica e assustadora do que as pessoas podem fazer ao canalizar seu excedente cognitivo para os lados mais escuros da natureza humana, quando ninguém está olhando.

No livro, Shirky nos direciona à compreensão de que a chamada Cultura da Participação e todo o seu potencial provocam, de fato, uma ruptura cultural significativa no contexto mercadológico e social. Mas a grande questão é: como tirar proveito do excedente cognitivo para produzir valor cívico real? Guardamos essa questão para pensar nossa própria contribuição para esse ambiente, transformado por engajamento e em busca da construção do bem cívico coletivo.