



COMUNICAÇÃO EM REDE A PARTIR DOS CONCEITOS: PARTICIPAÇÃO SIGNIFICATIVA, AUTONOMIA AMPLIADA E AUTOCOMUNICAÇÃO DE MASSAS

NETWORK COMMUNICATION FROM THE CONCEPTS: MEANINGFUL PARTICIPATION, EXTENDED AUTONOMY AND MASS SELF- COMMUNICATION

Aline Amaral Paz ¹

RESUMO

Este artigo buscou discutir três conceitos relacionados à comunicação em ambiente digital que alteram e transformam algumas práticas sociais que dizem respeito a direitos conquistados, ampliados ou legitimados com o uso das tecnologias digitais na internet. O método empregado para o estudo foi de pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2011) com aporte teórico dos autores selecionados articulando os conceitos a seguir: Participação significativa pelo autor Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford (2014); Autonomia ampliada pelo autor Yochai Benkler (2006); Autocomunicação de massas pelo autor Manuel Castells (2013 e 2015). Verificou-se que os conceitos se relacionam entre si, apesar de serem discutidos pelos autores com perspectivas diferentes, mas visando abordar o maior gerenciamento autônomo dos sujeitos frente ao campo da comunicação reticular ao qual se configura a sociedade atual.

Palavras-chave: Autonomia; Comunicação; Participação; Rede.

ABSTRACT

This article aimed to discuss three concepts related to communication in a digital environment that alter and transform some social practices that relate to rights conquered, expanded or legitimized with the use of digital technologies on the Internet. The method used for the study was a bibliographical research (Stumpf, 2011) with the theoretical contribution of the selected authors articulating the following concepts: Significant participation by the author Henry Jenkins, Joshua Green and Sam Ford (2014); Autonomy extended by the author Yochai Benkler (2006); Self-communication of masses by the author Manuel Castells (2013 and 2015). It is verified that the concepts are related to each other, although they are discussed by the authors with different perspectives, but aiming to approach the greater autonomous management of the subjects in the field of reticular communication to which the current society is configured.

Key-words: Autonomy; Communication; Participation; Network.

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, RS, e-mail: alineamaralpaz@gmail.com. Integrante do Grupo de Pesquisa "Consumo e Culturas Digitais" do POSCOM/UFSM, coordenado pela Profa. Dra. Sandra Rúbia da Silva.



INTRODUÇÃO

Os conceitos de participação significativa, autonomia ampliada e autocomunicação de massas, ao qual serão descritos a seguir através da pesquisa bibliográfica², colocam em pauta a reestruturação da mídia, tendo em vista a tensão entre o capitalismo e a capacidade expandida da comunicação no domínio da experiência reticular, desestruturando o mercado, não apenas da comunicação dominante, como o mercado em geral e reformulando questões relacionadas a direitos autorais e copyright, transformando estas e outras questões da prática comunicacional e social, por proporcionar espaço e condições aos indivíduos produzirem, com fins lucrativos ou não, o próprio conteúdo e reproduzirem conteúdos de outros autores, com ou sem a autorização.

A questão aqui discutida, não é se as pessoas estão usando como deveriam a internet, se estão utilizando da melhor forma ou se estão produzindo produtos midiáticos relevantes, mas sim, verificar a importância que a possibilidade de dizer, criar e produzir o que jamais poderia ser imaginado há bem pouco tempo atrás, hoje é a realidade social, e os conceitos que serão descritos, ajudam a entender tal importância para os dias atuais, considerando que são conceitos teóricos com aplicação prática nas relações sociais de comunicação em âmbito digital.

Este espaço de ação social em rede, denominado ciberespaço, produz também a cibercultura (LÉVY, 1999) configura uma forma dos indivíduos não apenas ter acesso à informação, comunicação e cultura, mas também, serem produtores da informação, uma modalidade particular de autonomia se instaura na sociedade através de uma esfera de rede online e práticas de culturais digitais.

Para Hine (2000) desconsiderando o determinismo tecnológico, não é a tecnologia em si que apresenta mudanças nas experiências cotidianas das pessoas, mas sim, os usos e os sentidos, dado pelos usuários que sustentam esta transformação, desta forma uma modalidade de interação que modifica a estrutura das relações sociais, está mais relacionada às práticas compartilhadas do que ao lugar geográfico ao qual está inserido,

² Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias idéias e opiniões. (Stumpf, 2011, p.52)



promovendo possibilidades de estar em contato com o outro todo tempo e independentemente do lugar, alterando o processo dos relacionamentos e também conceitos como o de estar presente, já não faz mais sentido, quando se considera apenas estar presente fisicamente, sendo que, através das plataformas digitais online, pode-se estar presente, onde quiser e quando quiser virtualmente.

Para (MILLER, 2016) as tecnologias da informação e comunicação proporcionam maiores capacidades aos indivíduos, que podem ser desde, desenvolver novas habilidades e potenciais a promover ideias e ações publicamente e globalmente, oportunizando a realização de aspirações pessoais.

Discutir sobre o que pode ser considerado: autonomia ampliada, participação significativa e autocomunicação de massas por meio da criação de conteúdo, vinda de um público não especializado para produzir e nem sempre dentro da lógica comercial, é de suma importância, pois diz respeito às práticas relacionadas ao cotidiano dos indivíduos nos dias de hoje, desde a produção de um vídeo no Youtube para ensinar uma receita caseira de bolo até vídeos de fãs criando um final alternativo para seriados e filmes, interferindo nas leis, como por exemplo, quando algumas ações promovidas por produtores independentes na rede, são consideradas ilegais. O objetivo não é questionar sobre direito e deveres de produtores independentes na rede, mas descrever os conceitos que ajudam a pensar como a sociedade está sendo reconfigurada, dia pós dia com base em novas estruturas e novas demandas sociais, para Malini e Antoun: “há todo um conjunto novo de disputas e conflitos sobre a produção e a regulação da liberdade na Internet” (2013, p.53) articulando que os valores capitalistas estão já enraizados nas atividades de conexão, explorando o máximo da produção social, para os autores, a internet é um campo de atuação social onde a liberdade está sempre pautada por disputas, neste sentido, quando esta liberdade é usada por mercados apenas com fins capitalistas, se torna uma liberdade negativa.

A midiaticização provocou uma mudança estrutural na forma de produzir conteúdo, de organizar o tempo e de estar presente, desestabilizando a relação entre produtor e receptor, ou seja, o público produz o seu próprio conteúdo midiático ou reproduz conteúdos já existentes (JENKINS, GREEN E FORD, 2014). Comunicar nunca foi tão dinâmico e instantâneo como atualmente, visto as facilidades de conversação e acesso a informação



que potencializam as interações mediadas por computador e promovem a ação individual mais autônoma que pode se articular com outras vozes e ganhar dimensões incalculáveis.

Para dialogar os autores propostos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica descrevendo o referencial teórico sobre os conceitos apresentados, com diferentes perspectivas, mas com pontos em comum, na primeira sessão será exposto o conceito de Participação Significativa, onde Jenkins, Ford e Green argumentam sobre as relações de produção estruturadas pelo receptor de forma descentralizada, na segunda, Autonomia ampliada, Benkler discorre sobre a importância de uma economia em rede que amplia a autonomia dos indivíduos de uma forma irreversível, e na terceira sessão o conceito de Autocomunicação de massa, onde Castells descreve a comunicação em ampla escala, gerando ação individual e coletiva, os três autores possuem a característica em comum de manter o foco nas capacidades aumentadas dos indivíduos em rede através da liberdade aumentada e da produção descentralizada.

1 PARTICIPAÇÃO SIGNIFICATIVA

Conceito defendido por Jenkins, Ford e Green, a participação significativa retrata uma mudança no ambiente midiático, discorrem que a produção cultural promovida por um público que outrora não tinha meios de produzir, possui um papel fundamental não apenas para as lógicas do mercado e reconhece que barreiras culturais são desfeitas a partir do momento em que a produção é descentralizada, relatando um conflito para com as definições de participação significativa, às quais os autores definem em duas modalidades: “[...] uma concepção de participação (que inclui uma promessa de tornar as empresas mais compreensivas em relação às necessidades e os desejos de seus “consumidores”) e uma concepção política de participação (que foca o desejo de todos nós exercermos um poder maior [...])” (JENKINS, FORD, GREEN, 2014, P.198).

Neste sentido, além da produção independente há outros tipos de participação como apreciar, avaliar, criticar e repostar material, consideram os autores, reducionismo entender como participação do público, exclusivamente a produção em si, mesmo existindo pessoas que apenas assistem ou leem os conteúdos produzidos por outros, fazem isso de forma diferente, visto que reconhecem e constroem o seu potencial para produzir.



Neste contexto, as corporações mercadológicas percebem o potencial lucrativo das comunidades digitais, buscam estratégias de marketing para tentar maior engajamento do público, transformando, por vezes, erroneamente, a noção de público participativo como mera resistência. Desta forma, apesar de parecer que as empresas através de suas marcas criam laços afetivos com os clientes com desinteresse, por trás das estratégias há a busca pela lealdade das audiências, se utilizando das redes digitais para alcançar tais objetivos: “As comunidades de marcas podem então desempenhar um papel de fiscalização”³, no sentido de conferir se as promessas da marca estão sendo cumpridas com relação aos interesses do público. Malini e Antoun (2013) descrevem que a internet faz esse movimento de privilegiar a coordenação de produção coletiva, retirando o privilégio da comunicação como modelo informacional coordenada por poucos proprietários.

Os termos audiência e público são ambos, definições particularmente diferentes com base na descrição dos autores, onde, a audiência é entendida como uma soma medida pela indústria e público como um grupo social que compartilha de uma identidade, conceituam os termos fãs e fandoms como termos também distintos, sendo que fãs “entendidos como indivíduos que tem uma relação fervorosa com uma franquia de mídia em particular e fandoms, cujos membros se identificam conscientemente como parte de uma comunidade maior...”⁴, os fãs são indivíduos enquanto os fandoms são coletivos, os segundos, ganham maior espaço de representação, conectados em rede, possibilitando o acesso e a vigilância das intenções das marcas e instituições as quais destinam sua atenção, ou seja, uma participação maior e autonomia para opinar, criticar, valorizando ou desvalorizando uma determinada marca, estabelecendo um jogo de disputas, onde as instituições dominantes podem perder voz para os públicos. Segundo Malini (2013) não se vive mais em uma sociedade de cultura hegemônica, os processos culturais se tornam pelas trocas informacionais, cada vez mais diversos e mistos, influenciando, misturando e promovendo visibilidade a culturas diferentes em torno da própria autonomia.

A produção independente, ganha outros sentidos na cultura contemporânea, através da participação significativa, onde outrora era vista como oposição e concorrência desprovida de capital de produção especializada, agora é compreendida pela cultura dos

³ JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014. P.207

⁴ Idem P.210



fãs e fandoms como produção complementar a mídia tradicional. Assim, os debates apresentados pela mídia dominante criam espaços de debates que se desenrolam em construções muito mais complexas que podem levar a mobilidade e mudanças sociais por se estenderem além do previsto, alimentando discussões do cotidiano, “Nesse ambiente o texto de novela atua como um recurso para os espectadores construírem relacionamentos, que muitas vezes se envolvem em debates críticos que ultrapassam os debates do programa...”⁵. Esta colaboração possui duas dimensões distintas, uma é objetivamente um meio, uma ferramenta de sair fora do padrão mercadológico, provocando um desconforto na ordem social capitalista e a outra é como uma forma de mascarar os interesses capitalistas, através da colaboração do público.

A cultura participativa, ganha maiores dimensões, onde fãs e produtores comerciais se relacionam constantemente, como descrevem os autores: “Assim é a natureza da colaboração na barriga da besta mídia”⁶, os fãs ganham ao produzir material derivado de outros materiais e interferem na criação do produtor oficial e os proprietários podem explorar este potencial criativo dos fãs, com olhar estritamente lucrativo.

Quando a audiência se apropria de um material comercial já produzido e entregue as massas, segundo os autores, estão cocriando. Aos olhares mais voltados para economia e a esfera capitalista, considera que cocriar é violar direitos dos autores e veem esta ação como uma ameaça aos trabalhos de produção especializados, porém no contexto digital em que nos encontramos, é quase impossível não criar a partir do que já existe, visto que tudo pode estar acessível e online para participar.

Em um mundo em que algo, se não propagado, está morto, se não puder ser citado, pode não significar nada, As práticas sociais de mídias propagável precisa de material que seja citável, ao fornecer formas fáceis, para que o público possa extrair trechos desse material e compartilhar esses trechos com os outros.⁷

Jenkins, Ford e Green descrevem sobre os hits que viram memes no Youtube por serem apropriados por seus públicos e transformados, remixados em produtos exclusivos e diferente da proposta original, seus fãs acabam promovendo e intensificando o conteúdo

⁵ JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014, P.211

⁶ Idem P.219

⁷ Idem P.234



para os produtores, ganhando também visibilidade com a cocriação, conectando o produto midiático com as identidades e realidades culturais diversas, esta situação é uma das variadas formas de participação significativa. Para os autores é uma luta constante e ativa de busca pelo desenvolvimento de uma cultura participativa na inclusão de comunidades populares como produtoras de produtos culturais, desta forma, descrevem “se entendermos a participação como o trabalho de públicos e não simplesmente de mercados e audiências, então as oportunidades para expansão da participação são lutas que devemos incluir ativamente [...]” (JENKINS, FORD, GREEN, 2014, P.240)

Os autores defendem que o acesso à cultura participativa desenvolve no público um senso de propriedade sobre o material produzido, assim como promove uma esfera de poder discursivo e persuasivo, apesar deste acesso a tecnologia e também ao conteúdo em si ser limitado por diferentes localidades e dependentes de órgãos governamentais.

Há a necessidade de entender a conquista da participação em rede como um trabalho de públicos e não meramente de audiências para que a desigualdade perca seu espaço dando lugar ao desenvolvimento técnico e a acesso facilitado ao aprendizado digital, questões que não se restringem ao universo tecnológico, mas sim a questões muito mais complexas como igualdade e justiça social. No geral, a participação significativa, ganha múltiplas dimensões dentro da esfera digital, criando espaços de independência para públicos que sem isso, não teriam como se expressar a nível global e de articular ideias e ações com outros que pensam e agem da mesma forma, fundamentos que o autor Yochai Benkler compartilha através do conceito que será exposto a seguir de autonomia ampliada.

2 AUTONOMIA AMPLIADA

Benkler apresenta o conceito de autonomia ampliada, que para ele é a primeira consequência da economia de informação em rede, discrimina três dimensões nas quais se melhora a capacidade prática dos indivíduos através desta autonomia em rede: (1) Ela melhora a capacidade dos indivíduos de fazer mais para e por eles próprios, descrevendo que o indivíduo pode criar, produzir e ramificar seu conhecimento sem a dependência das mídias dominantes; (2) Ela aumenta a capacidade de fazer mais com os outros, a nível coletivo, sem ser limitado a organizar a sua relação por um sistema de preços ou por



sistemas hierárquicos tradicionais de organizações sociais e econômicas, essa forma de se relacionar em rede, possibilita que se crie vínculos frágeis, sem amarras burocráticas, assim fica mais fácil iniciar ações online que requeiram colaboração coletiva, ficando a critério do próprio indivíduo a escolha dos projetos que queira se engajar na rede; (3) Ela melhora a capacidade de indivíduos fazerem mais em organizações formais que operam fora da esfera do mercado, onde antes a possibilidade de se criar algo novo e próprio eram limitados ao poder monetário e demandas burocráticas, com a economia de informação em rede, a autonomia para desenvolver projetos individuais ganham outras perspectivas, sendo a rede, um leque de oportunidades para a atividade descentralizada do mercado tradicional, colaborando para um sistema mais participatório, uma cultura mais crítica e a possibilidade de uma sociedade mais justa, sendo a rede, um campo aberto para a execução do trabalho individual e vindo de culturas populares, independente do investimento de grandes economias e de grandes mercados. Neste espaço, uma ideia ou um produto que parece simples, podem ganhar dimensões globais, vindas de dentro de um chalé num bairro popular de uma cidade pequena.

As iniciativas fora do mercado estão em constante crescimento, é como acontece à descentralização da informação que vai reestruturando a economia da informação em rede. A tecnologia não é apenas mais uma ferramenta da vida cotidiana do ser humano, descreve Benkler, que a tecnologia estabelece alguns parâmetros de ação social, ela torna algumas das ações humanas mais fáceis e outras mais difíceis, não é uma regra, que a tecnologia, irá melhorar as relações enquanto sociedade, para o autor, este processo está em constante construção e depende das escolhas que são tomadas contra ou em prol a livre produção e ação individual ou coletiva. Segundo Negri e Hardt (2001) a troca para a economia da informação provocou a descentralização e a desterritorialização da produção, seriam as primeiras consequências geográficas deste movimento: “A comunicação e o controle são exercidos eficientemente à distância, e em alguns casos, produtos imateriais podem ser transportados pelo mundo a custos mínimos de tempo e dinheiro” (2001, p.316), argumentam também que esta desterritorialização fica ainda mais marcada nos processos de produção imaterial que envolvem conhecimento e informação.

A tecnologia cria espaços de viabilidade para a prática social. A forma de se comercializar em rede e de concentração de conteúdos modificam a estrutura de uma sociedade industrial, ou seja, qualquer um que tenha informação, pode se conectar e



repassar essa informação, tornando-a global e passível de modificações e compartilhamentos. Os meios que uma vez dominaram o ambiente de informação se desestabilizaram com este novo momento de economia de informação em rede, pelo fato de que não se tem mais os altos custos para ter acesso e transmitir informações de toda ordem. E, em contraste com este sistema, os crescentes modelos de cooperação e partilha ganham força: pesquisa no google e Wikipédia, por exemplo.

E isso não é porque a economia move o mundo, nem porque a tecnologia determina a direção da sociedade e da comunicação, mas pelo impacto da tecnologia, combinada com a sustentabilidade econômica das práticas sociais emergentes, cria um novo conjunto de oportunidades sociais e políticas que este trabalho está em causa. Examinando os fundamentos econômicos dessas práticas é possível entender os parâmetros econômicos que podem operar na imaginação e conquistas políticas de práticas no ambiente de rede digital.⁸

Segundo Benkler a economia industrial precisa de um custo alto para manter os superstars na mídia de massa e assim dispor de uma quantidade menor de produtores, fazendo com que o conhecimento esteja a disposição de poucos e o mercado acaba possuindo poucos concorrentes pelo investimento que se precisa para produzir conteúdo. A partir do acesso da rede e a internet, se vislumbra um novo processo para a produção cultural, onde há possibilidades de qualquer pessoa produzir conteúdo e com isso reduzir o custo de material de meios de produção e troca de informações, conhecimento e cultura, e ainda assim produzir muito mais conhecimento a nível global. Deve-se estar atento a estas mudanças que caminham para novas práticas sociais. Benkler chama a atenção para um conceito da área da Economia e traduz para a economia em rede, chamado bens não-rivais, onde conceitua, exemplificando: “Lembre-se que a música, como a informação é um bem público não-rival cujo custo marginal, uma vez produzido, é zero. Além disso, os arquivos digitais não são “tomadas” de um lugar para jogar em outro [...] (BENKLER, 2006, P.124). Complementa justificando que o único custo real é o de armazenamento na transmissão de um dispositivo para outro, incentiva, portanto, que os bens não-rivais devem circular na rede sem prerrogativas burocráticas e capitalistas, visto que já se pagaram e seu compartilhamento não gera nenhum outro custo financeiro e não diminui

⁸ BENKLER, Yochai. Título original: **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms markets and freedom**, 2006. P.70



sua quantidade no compartilhamento coletivo.

A colaboração coletiva em rede, fez com que os software livre e códigos abertos fossem não só possíveis como executáveis, essa ajuda mútua surpreendeu o modelo econômico vigente, assim como leis de direitos autorais que também se desestabilizam nestas condições online, mas ao mesmo tempo, segundo Malini e Antoun (2013, p.64) os indivíduos em rede também criam o que eles chamam de “feudalismo digital” para descrever que a multiplicidade de sujeitos com oportunidades tanto de criar colaboração quando de estacionar este poder de colaborar, fazem isso, no momento em que se servem apenas de critérios capitalistas. São inúmeras as melhorias nas relações econômicas, culturais e sociais do indivíduo através da autonomia ampliada em rede, esta melhora, quase incalculável, se constitui em um panorama de produção, distribuição e circulação de conhecimento e cultura, operado em grande escala e não mais por partes do tecido social que antes dominavam a informação e comunicação, mas por muitos, que agora falam, se manifestam, criam e vivem da rede ou pela rede, como argumentará o conceito que se segue de autocomunicação de massas.

3 AUTOCOMUNICAÇÃO DE MASSA

Calstells propõe compreender o papel do poder na sociedade em rede, a partir dos receptores passando a se articular e a ser também emissores de mensagens, onde acontece o fenômeno que ele chama de “autocomunicação de massa”(2015. P.22), processo que está estruturando uma nova, profunda e mais interativa sociedade em rede, que amplia a autonomia dos indivíduos frente às instituições de comunicação, resultando na inserção de novos valores e ideias que serão globalmente compartilhadas com a sociedade, possibilitando oportunidades de mudança social, tanto de uma forma positiva, quanto negativa, importa aqui, que cada indivíduo terá a chance de exercer o papel ativo de transformação social, através do poder da comunicação.

Castelles (2015) descreve quatro tipos distintos de exercer o poder em rede: Poder nas redes, poder da rede, poder trabalho pela rede, poder de criar redes, afirmando que cada rede, visando suas regras e metas a serem atingidas, determinam suas relações de poder, desta maneira, o capitalismo, geralmente é o que dita as leis, reconhecendo que há



neste universo capitalista online, novas formas de dominação, independentes da vontade dos atores sociais, há todo um sistema de vigilância instalado na sociedade em rede, que para o autor acontece em dois níveis, o primeiro, pelos programadores, aqueles que programam e reprogramam as redes e segundo a capacidade dos agentes sociais que ele chama de “comutadores” (p.92) de controlar conexões entre pontos variados, como redes políticas, religiosas, acadêmicas e empresariais, que se auxiliam e cooperam mutuamente e estrategicamente, compartilhando ideias, projetos e materiais culturais por meio da comunicação em rede, enfatizando também, que além do poder, há o contrapoder: “o poder governa, os contrapoderes lutam” (p.95), possibilitando a socialização e a promoção, que pode vir do local para tornar-se global de discursos, projetos, valores sociais alternativos, que são incorporados no tecido social através do poder da comunicação em rede, desafiando as lógicas vigentes.

Essa emergência da comunicação de muitos para muitos, é autocomunicação por ser produzida e direcionada de uma forma autônoma e possuir a potencialidade de chegar a uma multiplicidade de receptores, com diferentes mensagens e a infindáveis redes a nível global, segundo Castells: “a autocomunicação de massas é a plataforma tecnológica da cultura da autonomia” (2015. p.145), também torna mais difícil o controle de governos e empresas e assim facilita a ação e mudanças sociais através da possibilidade de iniciativas individuais que se tornam coletivas, gerando seus conteúdos e distribuindo-os a nível global, limitando o controle das censuras impositivas.

Para o autor, as relações de poder na sociedade, são construídas, antes de tudo, na mente humana, através da comunicação, que é externalizada para esta organização comunicacional em rede, configurando uma nova estrutura social que se torna “a espinha dorsal das nossas vidas” (2015, p.31), sendo este espaço reticular, um ambiente de livre expressão, coloca em evidência uma cultura da liberdade, que é uma das bases da internet, mesmo com restrições e limitações governamentais e empresariais.

A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação as instituições da sociedade, por isso que os governos têm medo da internet, e é por isso que as grandes empresas têm com ela uma relação de amor e ódio, e tentam obter lucros com ela, ao mesmo tempo que



limitam seu potencial de liberdade (por exemplo, controlando o compartilhamento de arquivos ou as redes com fonte aberta).⁹

Produzir se torna um trabalho de conhecimento e autovalorização do agir intelecto humano, toda e qualquer força que bloqueie esse poder é um obstáculo que deve ser vencido: “O poder de agir é constituido por trabalho, inteligência, paixão e afeto num lugar de todos” (Negri e Hardt, 2001, p.380). Portanto, a conquista da autonomia social é quando os atores sociais conseguem colocar em prática projetos e ações em todos os níveis, de acordo com seus interesses, sem necessariamente a aprovação das instituições da sociedade. Assim, os sujeitos, se articulam, se unem e trocam ideias, culturas, saindo do individual para o coletivo, transformando a comunicação em rede em autocomunicação de massa, esta comunicação jamais imaginada há alguns anos, mas que projeta cada vez mais a liberdade de expressão vinculada a trabalhos coletivos que são organizados dentro e fora da rede.

CONCLUSÃO

Os autores aqui apresentados propõem definições alternativas para designar o seu tratamento aos sujeitos: Desta forma, Jenkins, Ford e Green referem-se ao termo como audiências ou públicos, Castells trata como receptores ou atores sociais e Benkler nomeia os sujeitos como indivíduos. Apesar do olhar central dos autores em direção a liberdade aumentada potencializadora da ação humana na rede, pode-se considerar, de uma forma geral, que os primeiros, voltam-se para o estudo da mídia, respectivamente, o segundo, desenvolve seu conceito mais direcionado para movimentos sociais articulados em rede que fazem uma passagem do individual para o plural, o coletivo que ganha poder através da tecnologia digital online e Benkler volta-se a ideias liberais, onde, vê na rede, o grande potencial para uma sociedade mais justa e democrática com possibilidades mais igualitárias, de alguma forma, estes conceitos principais abordados, são perspectivas esperanças com ideias positivas frente as capacidades que podem ser impulsionadas pela rede.

⁹ CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** Tradução de Carlos A. Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. P.10



Para tanto, cada autor, apresenta exemplos reais e práticos para construir seus argumentos: Jenkins, Ford e Green descrevem cases como o caso Makmende na indústria de áudio visual nigeriana, onde o vídeo ganhou circulação internacional divulgando uma cultura local, Benkler cita exemplos de sites e plataformas que divulgam material independente e colaborativo, como Wikipédia e Wikileaks e Castells apresenta movimentos sociais que foram mobilizados e ganharam força na rede como a Primavera Árabe e Occupy Wall Street.

Fica evidente a preocupação dos autores em mostrar como a comunicação em rede promoveu a autonomia do indivíduo e coletividades, juntamente com os benefícios sociais que a autonomia carrega, de produção e circulação, como também proporciona oportunidade de fala a todos que tem acesso às tecnologias de informação e comunicação em rede.

Apresentam conceitos com terminologias diferentes, mas que se encontram, se conectam e se relacionam entre si, concordam que a comunicação em âmbito digital proporciona aos indivíduos maior gerenciamento independente do conhecimento e da cultura, características da comunicação em rede. Além de, descreverem que a autonomia nas redes, torna a comunicação descentralizada, desestabilizando o mercado dominante, em vários níveis e esferas, que envolve a promoção e circulação de produtos culturais na rede compartilhados, gerando desconforto entre empresas e governos e ainda desestabilizando leis, referente a direitos e deveres, criando novos setores tanto no mercado econômico, quanto para projetos completamente desinteressados de lucratividade financeira.

Portanto, a participação em vários níveis, promove autonomia dos indivíduos, mesmo na mais singela observação, assim, a rede proporciona um ambiente de liberdade e expressão diferente e capaz de empoderar todo e qualquer sujeito, desta forma, se pode dizer que fica mais fácil mobilizar ideias, atitudes de cooperação e construção em conjunto, dando visibilidade a discursos marginalizados, tabus e discriminados, oportunizando debates a nível global que visem maior conscientização e valorização do diferente, da diversidade de culturas e práticas sociais que ganham dimensões para além da rede, interferindo no cotidiano das pessoas.

Esta troca informacional e produção de material descentralizado e participativo, gerenciando através da rede, incalculáveis bens não-rivais diariamente, possibilita



também, o acesso ao conhecimento a populações menos favorecidas, oportunizando o saber e o desenvolvimento destas comunidades.

Embora haja na rede um grande controle da informação, manipulado por organizações mercantis dados pessoais em prol da diminuição da oferta da liberdade (MALINI, 2013), é importante retomar a essência da rede proposta por Tim Berners-Lee¹⁰, que deve ser livre e descentralizada, neste contexto, para os conceitos aqui abordados, a rede permite uma sociedade mais crítica e reflexiva, mais transparente e maleável, mais democrática e participativa, onde os indivíduos interagem com outras culturas e se apropriam de culturas alheias, frisando as capacidades aumentadas e as possibilidades de produzirem por si mesmos e por outros, conseqüentemente, abrindo espaços de crescimento e desenvolvimento sócio-cultural e econômico para todos que conseguirem ver na rede, um campo de atividade e ação humana.

REFERÊNCIAS

BENKLER, Yochai. Título original: **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms markets and freedom**, 2006.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos A. Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **O poder da comunicação**. - 1º ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

HARDT, M.; NEGRI, A. **Império**. Rio de Janeiro: record, 2001.

HINE, Christine. **Etnografia virtual**. London, Sage, 2000.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MALINI, Fábio. ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram; WANG, Xinyuan. **How the World Changed Social Media**. London, 2016.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE Jorge, BARROS, Antonio- Organizadores. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** - 2. Ed. - 4. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2010. p. 51-62.

¹⁰ Disponível para acesso: < <http://gizmodo.uol.com.br/tim-berners-lee-preocupado-web/> > Acesso em: 28. Outubro, 2017.