



Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Compartilha Igual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Fascículo Disciplina: Convergência, Conexão, Participação e Trabalho Colaborativo: caminhos abertos pelos usuários das tecnologias digitais

Docente: Prof. Dr. Benedito Dielcio Moreira

A ideia de trabalho colaborativo que se pretende discutir neste curso não pode prescindir da proposta de “cultura da convergência”, de Henry Jenkins, conforme discutimos anteriormente e também da ideia de “cultura da conexão”, esta pensada por três autores: JENKINS, Henry; GRENN, Joshua; FORD, Sam, no livro “Cultura da Conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2014”.

Uma vez discutidos estes dois pontos, avançamos sobre o que Clay Shirky, em sua obra “A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011”, chama de cultura da participação, ou seja, o exercício de ações colaborativas, por meio das quais podemos então olhar para o que acontece no universo digital enquanto espaço de convergência, de conexão, de participação conjunta, ou seja, um conhecimento construído de forma colaborativa, promovendo assim o que Pierre Levy chamou de “inteligência coletiva”.

Começamos pela convergência. Diz Jenkins em sua obra cuja referência bibliográfica já está apresentada neste módulo: “Quando o mundo mudava devagar, olhar para o futuro era uma arte mística, envolta em segredos, extraída de entranhas, e quase sempre incorreta” (p. 11). Hoje, por conta da circulação de informações em tempo real, as mudanças são mais rápidas, logo o exercício de olhar para o futuro, segundo Douglas Rushkoff, é olhar para onde os jovens estão olhando, isto é, para onde os nossos alunos estão olhando. “É também o que diz Willian Gibson no livro de Jenkins: “para ver como o mundo será em breve, basta olhar para aqueles que já adotaram o futuro: os usuários pioneiros” das tecnologias digitais (p.11). Em outros termos, A cultura da convergência mostra a passagem do que está ocorrendo na transição do modo interativo para o participativo. É o futuro das mídias, da cultura, diz Jenkins.

Então, resumindo, convergência é “onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisíveis”. Estamos repletos de situações em que, por exemplos, celebridades postam informações por elas consideradas importantes e relevantes, mas que o público, agora participativo, reage de forma inesperada, algo impensado, por exemplo, na interação do telespectador com as mensagens televisivas. Assim, para Jenkins, convergência não é “um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro de um mesmo aparelho. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (p.27 e 28).

Para finalizar esta discussão sobre convergência, segundo Jenkins a convergência não está na tecnologia, por mais avançada que seja. Está antes nos cérebros dos interagentes e nas interações que são feitas. Para ele, inteligência coletiva, pensada por Pierre Lévy, é o consumo como processo coletivo. Neste sentido, inteligência coletiva “pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático” (p.28). A cultura da convergência, “como a produção de significados, na cultura popular, está começando a mudar o funcionamento das religiões, da educação, do direito, da política, da publicidade e mesmo do setor militar” (P.28).

Agora sigamos em frente com a ideia de “cultura da conexão”. Para os autores, “se algo não se propaga, está morto” (p.23). Quer dizer, se a informação colocada na rede não circular, não avançar por meio das conexões, ela não existe. Assim como a comunicação requer um objetivo para existir, exige uma intencionalidade, algo tornado público por meio de uma rede é feito em princípio para ser propagado, para circular. Se isso não ocorre, torna-se um “peso” inútil na rede.

Ao contrário do modelo de radiodifusão, constituído para alcançar o público alvo em seus hábitos de audiência, para os autores a produção de conteúdo feita para circular, para compartilhar, não entende o público como alguém a espera de uma informação, de uma mensagem, “mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que não poderiam ter sido imaginado antes” (p.24). Na visão dos autores, isso somente é possível quando o sujeito não se vê mais como um indivíduo isolado em um agrupamento, em

uma massa, mas como parte de uma comunidade mais ampla, para além da vizinhança geográfica.

Os autores do livro “Cultura da Conexão” defendem o conceito de “propagabilidade” para acentuar a importância da conexão, ou seja, “engajamento do público e pode motivá-lo a compartilhar com mais pessoas aquilo que foi lido” (p.27). Em resumo, a “propagabilidade reconhece a importância das conexões sociais entre os indivíduos, conexões cada vez mais visíveis (e amplificadas) pelas plataformas de mídia social, mas torna importante ouvir ativamente as maneiras pelas quais os textos de mídia são usados pela audiência e circulam por meio das interações entre as pessoas” (p.29). Mais ainda: “A propagabilidade enfatiza a produção de conteúdo em formatos de fácil compartilhamento, por exemplo, os códigos *embedded* do You Tube, que facilitam difundir vídeos pela Internet, encorajando pontos de acesso ao conteúdo numa variedade de lugares” (p.29).

Então, como síntese, a cultura da conexão promove o desenvolvimento de uma “mentalidade propagável”, quer dizer, tudo que é produzido no universo virtual deve ser propagável, caso contrário não há razão para a sua produção. É certo, portanto, que o conteúdo propagável assume contornos, transformações, que escampam do controle de quem propagou, uma vez que a circulação significa um convite à participação. O princípio básico é que se algo é importante para ser ouvido, vai circular por diferentes canais. Para os autores, a cultura da conexão significa uma fusão dos colaboradores, dos participantes do processo de propagação, ou seja, eles se confundem.

O fenômeno da colaboração vem da ideia da participação de todos que se interessam por um determinado conteúdo. O termo “cultura participativa” foi criado por Jenkins em 1992 para “descrever a produção cultural e as interações sociais das comunidades de fãs” (JENKINS, GREEN, FORD, p.24). Para Jenkins, “cultura participativa” significa que não devemos falar separadamente do produto de mídia e do consumidor de mídia. Eles não possuem papéis separados. São participantes em um “novo conjunto de regras”. Isso não significa que sejam iguais. Quer dizer, as diferenças entre as pessoas encontradas no mundo off-line também estão presentes na WEB.

Dada a autoria da ideia de participação, vejamos o que pensa Shirky em sua “Cultura da Participação”. Nesta ideia de participação impera um modelo colaborativo, pois somente é possível existir participação se as pessoas aceitam o outro e aquilo que

ele tem a dizer. Em outros termos, estar na rede participando é estar de algum modo colaborando, pois os conteúdos nos levam a pensar, a refletir, a intervir, propagar ou mesmo criticar, apontar inconsistências no que está posto.

Para este autor, se antes o tempo livre era em parte dedicado a uma audiência individual da televisão, agora ele se torna, na concepção do autor, um bem social, pois o tempo livre é tempo de participação e de colaboração. Há ainda um ponto importante na obra de Shirky! A crença na generosidade e criatividade do ser humano conectado, uma vez que aquilo que é considerado importante é algo que deve ser compartilhado, melhorado, criticado, assumido por outros seres humanos criativos e generosos.

Diferentes estudantes do curso de Comunicação Social da UFMT envolvidos com o projeto “Educomunicação, Ciências e Outros Saberes: um estudo do trabalho colaborativo e compartilhável em narrativas transmídias” apresentam em diferentes trabalhos, cujos links estão disponíveis neste texto, experiência de ações participativas, colaborativas que resultaram em avanços entre alunos no conhecimento escolar e no respeito aos saberes populares da comunidade.

Carmo, Mouro, Fogliato e Moreira, por exemplo, mostram que a “Plataforma Mais 10” (www.ufmt.br/mais10educamunicacao), site onde estão hospedados textos, fotos, vídeos e áudios, reúne exemplos de trabalhos produzidos de forma colaborativa por alunos e professores de várias escolas da Rede Estadual de Mato Grosso. Para estes autores, com o trabalho coletivo “os alunos passam a compreender a importância de se atentar ao cotidiano em que vivem e, sobretudo, partilhar diferentes visões acerca de um mesmo fato, de forma que os espaços sociais se tornem lugar de compartilhamento, mas também que possibilite diferentes indivíduos trabalharem em conjunto, sempre em prol de um objetivo pretendido”.

Estes mesmos autores mostram que para “tornar possível diferentes tipos de produção, estudantes de nove escolas estaduais de ensino fundamental e médio, distribuídas em zonas rurais e urbanas pelo estado de Mato Grosso, receberam oficinas relacionadas a textos jornalísticos, audiovisual, narrativas, fotografias, trabalho colaborativo e outros saberes. As oficinas eram feitas semanalmente, em forma de trabalho colaborativo entre professores e estudantes da Universidade Federal”. Texto disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1122-1.pdf>

Para Brás e Moreira, as oficinas de educomunicação envolviam sempre o a coparticipação de todos, com muito benefícios também para as equipes da UFMT. Duas das oficinas estiveram “voltadas especificamente para o trabalho colaborativo...”. Segundo os autores, “podemos observar que de fato surtiu efeito dentro do projeto. Para as equipes da UFMT, o aprendizado se potencializou. Na medida em que trabalhávamos com os alunos, reafirmávamos o nosso conhecimento. Além disso, na troca com as escolas, nossa visão de mundo foi fortemente influenciada pela experiência da colaboração”. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/indiceautor.htm>

Sobre a produção de jornais pelos alunos, Mouro e Moreira escrevem que três “Três aspectos importantes poder ser destacados na experiência de produção de um jornal escolar, circunstâncias que presenciamos também em outras escolas. Primeiro, as dificuldades iniciais com a escrita, com a produção de textos, com a organização das ideias, em atividades de laboratório. Depois, a alegria com a perspectiva de realização de entrevistas, gravação, documentação da pauta. Por fim, o desejo de escrever, de passar para o papel a experiência de campo”.

Prosseguem os autores sobre a importância do trabalho colaborativo: “Sobre as oficinas e as dificuldades para escrever e o entusiasmo com as entrevistas, os professores disseram que de maneira geral houve avanços, principalmente em aspectos como leitura, escrita, interpretação de textos, desinibição. Podemos também perceber a consciência dos alunos sobre a importância da escrita, com a ortografia e também com ordenação dos pensamentos para a composição dos textos”. Veja o texto no endereço <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/indiceautor.htm>

Apresentamos neste curto texto uma síntese dos conceitos de convergência, cultura da conexão e trabalho participativo, bem como alguns relatos de experiências em trabalhos colaborativos, nos quais estive diretamente envolvido enquanto coordenador do projeto Educomunicação, Ciências e Outros Saberes. É certo que esta iniciativa e outras em curso por todo o Brasil são passos iniciais, e como todos os primeiros passos, há muito a aprender. Que possamos, todos da comunidade escolar, avançar nesta direção de forma colaborativa.