

A cultura da participação na vertigem digital: reflexões na crítica de mídia

RESUMO

Esta resenha tem como objetivo apresentar e refletir sobre os pontos de vistas dos escritores dos livros A cultura da participação (2011) e Vertigem digital (2012). Cada autor repercute de maneira diferente, mas complementar, aspectos relacionados à revolução tecnológica e cultural, destacando os males e os benefícios dos ambientes digitais na sociedade pós-moderna. O subtítulo dos livros já demonstra olhares divergentes: enquanto o primeiro aponta para criatividade e generosidade no mundo conectado; o segundo indaga por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Pontos estes que consideramos fundamentais na temática crítica dos estudos da mídia.

Vivianne Limeira

Vivianne.limeira@gmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil.

Taianne de Lima Gomes

taiannegomes@hotmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil.

Allyson Carvalho de Araújo

allysoncarvalho@hotmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Esta resenha tem como objetivo apresentar e refletir sobre os pontos de vistas dos escritores dos livros *A cultura da participação* (2011) e *Vertigem digital* (2012). Cada autor repercute de maneira diferente, mas complementar, aspectos relacionados à revolução tecnológica e cultural, destacando os males e os benefícios dos ambientes digitais na sociedade pós-moderna. O subtítulo dos livros já demonstra olhares divergentes: enquanto o primeiro aponta para criatividade e generosidade no mundo conectado; o segundo indaga por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Pontos estes que consideramos fundamentais na temática crítica dos estudos da mídia.

Crítico fervoroso ao fenômeno da Web 2.0, Andrew Keen é historiador e cientista político norte-americano. O autor destaca, em sua escrita, de forma um tanto negativa, o fenômeno das redes sociais, em particular do Facebook. O consumo da rede é apontado pelo autor como uma “vertigem” de forma a ironizar o excesso de aplicativos produzidos, a futilidade dos discursos, o transbordar de informação e a corrosão da privacidade estimulada pelo uso desses serviços.

Já o também americano Clay Shirky é especialista em Internet e professor das dinâmicas culturais atuais, tendo como problemática de estudo a topologia das mídias sociais. Este autor observa a manifestação participativa e cidadã, decorrente da apropriação dos meios e dispositivos tecnológicos, como positiva, mesmo diante das possibilidades de produção social e dos riscos dos ambientes digitais.

É diante da mudança estrutural em que se reconfiguram os meios, das relações dos sujeitos e dos seus processos sociais que Shirky procurou historicizar social e culturalmente as transformações que a comunicação contemporânea vivencia. O livro *A cultura da participação*, foi estruturado em sete capítulos. No primeiro momento, o autor traz o histórico da industrialização na cidade de Londres em uma narrativa de fatos; posteriormente, retrata os acontecimentos no cenário de pós-industrialização e vai questionar sobre a nossa geração e o consumo da televisão.

Nesse contexto, Shirky compara os fatos ocorridos no período da industrialização e reúne diversos exemplos de ferramentas criadas de forma compartilhada com base nas novas formas de reorganização e nos modos e relações de vida humana no cenário atual midiático. O autor descreve projetos notáveis como o Wikipédia e o Ushahidi. Shirky também constata falhas em relação à pesquisa milk-shake e, a partir daí, sugere uma nova maneira de se pensar a mídia.

O autor narra uma nova forma de significar a palavra mídia, considerando o fato de estarmos cada vez mais conectados em um único panorama e estarmos progressivamente produzindo e compartilhando mídia: “Nossa capacidade de equilibrar consumo, produção e compartilhamento, nossa habilidade de nos conectarmos uns aos outros, está transformando o conceito de mídia, de um

determinado setor da economia em mecanismo barato e globalmente disponível para o compartilhamento organizado” (SHIRK, 2011, p.29).

O autor enfatiza que, à medida que essa cultura precisa ser acessível, as pessoas, por sua vez, precisam doar seu tempo livre em esforços coletivos e produzir um excedente cognitivo. Nesse sentido, Shirky constata que mesmo os seres humanos constituindo-se por criaturas sociais, a explosão de nosso excedente de tempo livre coincidiu com uma gradual redução do capital social e, nesse viés, aponta que o modelo aparentemente estável da mídia, que pressupõe puro consumo como é da televisão, perde espaço perto das populações jovens com acesso a mídia rápida e interativa.

Este acesso fácil às mídias e o tempo livre adquirido, é o motivo para compreender o porquê das pessoas se envolverem e se engajarem voluntariamente em ações na rede. Para Shirky, o engajamento parte de motivações pessoais que se ampliam mutuamente para motivação social – a cultura de fãs é um exemplo factual disso: “o marketing de boca a boca se desdobra num panorama de mídia cada vez maior criado pelos próprios fãs” (SHIRKY, 2011, p.62); na intenção e no desejo de fazer parte de um grupo e ter valor reconhecido dentro das redes sociais “em que as pessoas podiam se reunir, compartilhar ideias e objetivos e se encorajar mutuamente” (SHIRKY, 2011, p.65).

Segundo Shirky 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” (SHIRKY, 2011, p.109). Nesse enfoque, o autor se refere à estrutura de motivações intrínsecas e extrínsecas onde autonomia e competência, participação e generosidade consubstanciam para agrupar “diversas razões pelas quais uma pessoa pode ser motivada pela recompensa que uma atividade cria em e de si mesma” (SHIRKY, 2011, p.71). Para tanto, Shirky observa a importância de mensurar o sucesso e o sentido da colaboratividade – que gera negócios e mais negócios organizados –, e os fatores que inspiram os participantes e usuários a se doarem nas atividades de cunho social.

Para o autor, as novas mídias sociais possibilitam uma oportunidade de criar novas culturas de compartilhamento, onde as capacidades de compartilhar terão o valor que podem ter. Segundo Shirky, o simples ato de criar algo com outras pessoas e compartilhar seu conhecimento e demais conteúdos úteis, representa cultura e é um ato transformador, além de um grande choque positivo para a combinalidade do conhecimento.

É nesse panorama que entendemos as discrepâncias entre o vertiginoso e o avassalador crescimento desse espaço de interação, informação e negócios das mídias sociais em que habitam os jovens, sendo este o ponto principal de crítica trazido por Andrew Keen em *Vertigem digital*. O livro é composto por oito capítulos, além da introdução e da conclusão, onde Keen perfilha sua abordagem nos temas da (hiper)visibilidade, exibição e culto social fazendo alusão a filmes, imagens, fotografias e audiovisuais.

O título de *Vertigem digital* foi escolhido por Keen em menção ao filme *Vertigo*, de Alfred Hitchcock. Keen nos faz compreender que por essa narrativa audiovisual tratar de uma infinidade de temas, mas sempre destacando a condição humana e a emoção inerente a ela – como a da relação amorosa de um homem com um cadáver –, ajudou a estabelecer conexões e dar origem a sua não ficção.

À frente de uma experiência tanto mediada com a da mídia como nas demais atividades sociais que vivenciava, Keen critica, em sua maior parte, os efeitos das comunidades e serviços do ciberespaço e salienta os profundos desafios “numa era digital na qual qualquer um pode publicar qualquer coisa sobre qualquer outro” (KEEN, 2012, p.171). Assim, permite-nos refletir a subjetividade globalizada e a identidade estereotipada frente o acesso rápido, a grande exibição e o exibicionismo e a liquidez que propaga nessas práticas.

Em relação às possíveis consequências da exposição pública de imagens nas redes sociais, Keen faz referência ao termo Autoícone para criticar o universo do visível da Internet e as relações entre as pessoas, que nunca pareceram tão verdadeiras e humanas. Com a internet, as pessoas criaram novas possibilidades na sociedade. Espaço e tempo se perderam no universo das redes e o encontro no ciberespaço de pessoas distintas e com interesses comuns tornou-se mais acessível. É nesse viés, e aos ilimitados horizontes possibilitados pelos avanços digitais, que Keen afirma que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e nos desorientando.

Esse ponto de vista, em parte, destoa e confirma as informações descritas por Clay Shirky. Em A cultura da participação, o autor reforça a ideia de que o simples ato de criar algo com outras pessoas e compartilhar seu conhecimento foi ampliado para um meio global e barato. No entanto, “um conjunto de opiniões compartilhadas numa comunidade a respeito de como se deve ser em relação ao seu trabalho e como se portar nas relações mútuas entre seus membros” (SHIRKY, 2011, p.129) pode está dividindo, reduzindo e gerando certa confusão a cultura do cotidiano mediada pelas tecnologias, cujos meios de comunicação de massa sustentam e reproduzem a estabilidade social.

É nessa perspectiva de análise que os autores e críticos da ‘sociedade da informação’ ou ‘sociedade em rede’ ou ‘era digital’ – termos citados por Shirky e Keen apresentam uma postura crítica e olhares distintos sobre o universo conectado e compartilhado por milhares de pessoas, empresas, instituições e mercados, porém que se complementam diante das mudanças sociais e dos paradigmas gerados pela apropriação das mídias, do crescimento avassalador da tecnologia no cotidiano das sociedades e do modismo inconsequente de tornar pública a privacidade.

De um modo geral, a reflexão dos autores compreende as relações entre a mídia e os sujeitos, estes como ser indivíduo e como ser no coletivo em rede dentro de um universo mediado pelos avanços digitais. Clay Shirky e Andrew Keen avaliam com incertezas e desafios as mudanças que permeia gradualmente os processos comunicacionais e as construções sociais e culturais, tornando a mídia uma ferramenta cada vez mais social e as suas implicações que consolidam em um futuro social.

Recebido: 11 nov. 2016.

Aprovado: 26 nov 2017.

DOI: 10.3895/rde.v8n12.5010.

Como citar:

LIMEIRA, V; GOMES, T; ARAÚJO, A.C. A cultura da participação na vertigem digital: reflexões da crítica de mídia. Dito Efeito, Curitiba, v. 8, n. 12, p.164-168, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.utpr.edu.br/rde>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

