

CMC e colaboração: a Web 2.0 como possibilidade para alcançar a corresponsabilidade

CMC y la colaboración: la Web 2.0 como una posibilidad para lograr la co-responsabilidad

Msc. Rafael Figueiredo Cruz e Silva¹

Resumo:

Comunicação é interação. Tomando a comunicação como prática, ato, assume-se neste trabalho que sentidos são evocados nos processos interativos. Propõe-se o olhar relacional para analisar as interações, com foco nas mediadas por computador. Em seguida, descreve-se a Web 2.0, debatendo suas propriedades colaborativas, e indicam-se possibilidades de aplicação na comunicação entre organização e públicos, levando em consideração valores como colaboração e participação. A inspiração para a reflexão está Escala de Vínculos de M. Henriques (2007), especialmente no conceito de corresponsabilidade.

Palavras-chave: Comunicação. Interação mediada por computador. Web 2.0. Colaboração. Corresponsabilidade.

¹Relações Públicas e mestre em Comunicação pela UFMG. Atualmente, é profissional de Comunicação Social do Centro de Pesquisas da Petrobras.
E-mail: rcruzesilva@petrobras.com.br

Resumen:

La comunicación es la interacción. Si tomamos la comunicación como un acto, se asume en este texto, que los significados son evocados en los procesos interactivos. Nos proponemos analizar las interacciones a través del enfoque relacional, centrándose en las interacciones mediadas por ordenador. A continuación se describen las propiedades de colaboración Web 2.0, y explicitaremos sus posibilidades de aplicación en la comunicación entre la organización y el público, teniendo en cuenta los valores como la colaboración y participación. La inspiración para la reflexión está en el Intervalo de Enlaces de M. Henriques (2007), en especial el concepto de co-responsabilidad.

Palabras clave: Comunicación. Interacción mediada por ordenador. Web 2.0. Colaboración. Co-responsabilidad.

Introdução

Este artigo se propõe a discutir os conceitos de comunicação e colaboração, sua aplicação em ambientes da internet e a possibilidade da utilização de ferramentas digitais para constituição de relacionamento entre organização e determinados públicos. Mais precisamente, queremos debater a possibilidade de alcançar níveis ideais de vinculação entre organizações e seus públicos, a partir da ativação de valores como colaboração e participação, nas interações por meio da Web.

Nosso percurso se iniciará com uma conceituação mais contemporânea de comunicação, entendendo-a como um processo interativo que se estabelece entre os indivíduos. A intenção é apresentar como a compreensão de comunicação é chave para entender o estabelecimento e funcionamento da sociedade. Para isso, recorreremos às reflexões de G. H. Mead (1934), V. França (2006), E. Duarte (2003) e N. Elias (1994).

Em seguida, apresentaremos como o conceito de comunicação pode ser entendido no nível das redes telemáticas². A sua apropriação para a compreensão da interação mediada por computador (IMC) será baseada no trabalho de A. Primo (2007). Além disso, discutiremos as formas mais adequadas da aplicação da noção de Web 2.0, indicando como as ideias de cooperação/colaboração estão a ele relacionadas.

Complementando a discussão sobre Web 2.0, teceremos alguns comentários sobre colaboração numa tentativa de caracterizar o que R. Axelrod (1990) tentou definir como *interação colaborativa*. Para finalizar,

² Redes que envolvem telecomunicações e informática.

debateremos a possibilidade do uso de ações estratégicas de comunicação para criar e fortalecer vínculos entre a organização e seus públicos. Recorreremos ao trabalho de M. Henriques (2007) e utilizaremos as noções de comunicação para mobilização social para sugerir alguns passos na direção de interações *on-line* que preconizem a colaboração e participação. Por meio delas, acreditamos ser possível fortalecer vínculos entre a organização e determinados públicos.

Compreendendo a comunicação como um processo interativo

A comunicação é inerente ao ser humano. Trata-se de uma ação do indivíduo sempre em direção a outra(s) pessoa(s). Entendendo-a como ato, ela ganha uma dimensão de prática (*práxis*), configurando-se, portanto, numa ação social.

Por meio da comunicação se estabelecem relações de qualquer ordem entre os indivíduos. A constituição de relacionamentos e a conseqüente conformação do tecido social gera, portanto, o que conhecemos como sociedade. Porém, não é apenas a existência de um conjunto de indivíduos ligados por laços – que podem ser afetivos, familiares, de trabalho – que garante a existência da sociedade. Ela ganha realidade na ação dos indivíduos.

Um grupo de sujeitos só pode se conformar num coletivo se atualizar seus sentimentos e funções uns para com os outros por meio de ações direcionadas ao(s) interlocutor(es). Por menor que seja o grupo social, a noção de coletivo só é conjuntamente compartilhada nos atos articulados dos sujeitos.

A ação de comunicação, portanto, não pode ser entendida sem a existência da *intencionalidade*. Para que haja relação entre duas ou mais pessoas, para que haja interação, é necessário que os participantes do processo estejam intencionados a se relacionar uns com os outros. Caso contrário, essa situação não pode ser definida como comunicativa.

Porém, a intencionalidade não é o único elemento participante do processo. Há a necessidade da existência de referências comuns aos interlocutores. A ação de um sujeito em direção ao outro só pode ser realizada se os participantes compartilharem um código e sentidos ligados a ele. Em outras palavras, eles precisam acionar *linguagem e cultura*.

A partir desse preâmbulo, já é possível começar a rascunhar um conceito de comunicação. Trata-se de uma ação que parte de um indivíduo em direção a outro intencionado em recebê-la; é baseada em linguagem e num universo comum de significantes (cultura).

Entretanto, uma situação comunicativa não é apenas um amontoado de ações. A atitude de um interlocutor serve como referência para o(s) outro(s) sujeito(s) participantes, conformando um processo no qual cada pequena enunciação constitui e é constituinte daquele todo. N. Elias (1994) nos traz um rico exemplo no trecho abaixo:

Tomemos, por exemplo, uma forma relativamente simples de relação humana, a conversa. Um parceiro fala, o interlocutor retruca. O primeiro responde e o segundo volta a replicar. Se considerarmos não apenas as observações e contraobservações isoladas, mas o rumo

tomado pela conversa como um todo, a sequência de ideias entremeadas, carreando umas às outras numa interdependência contínua, estaremos lidando com um fenômeno [...]. A característica especial desse tipo de processo [...] é que, no decorrer dele, cada um dos interlocutores forma ideias que não existiam antes ou leva adiante ideias que já estavam presentes. Mas a direção e a ordem seguidas por essa formação e transformação das ideias não são explicáveis unicamente pela estrutura de um ou outro parceiro, e sim pela relação entre os dois (ELIAS, 1994, p. 29).

E é essa relação entre os dois, chamada de comunicação, que definimos como ação reciprocamente referenciada baseada em linguagem. Como resumido por G. H. Mead (1934),

... [in social interaction, we] have a symbol which answers to a meaning in the experience of the first individual and which also calls out that meaning in the second individual. Where the gesture reaches that situation it has become what we call 'language'. It is now a significant symbol and it signifies a certain meaning (MEAD, 1934, p. 46)³.

³ “... [na interação social, nós] temos um símbolo que responde a um significado na experiência do primeiro indivíduo e que também chama esse significado no segundo indivíduo. Onde o gesto alcança essa situação, ele se transforma no que chamamos de ‘linguagem’. Ele é agora um símbolo significante e encerra um certo sentido” (tradução nossa).

As contribuições apresentadas sugerem uma conceituação do termo comunicação que definitivamente joga por terra a visão bipolar do processo comunicativo⁴. A partir delas, fica impossível pensar uma comunicação conformada por etapas estanques. A relação comunicativa é um todo integrado.

A comunicação entre dois ou mais interlocutores só pode ser entendida como interação (FRANÇA, 2006). Os sujeitos envolvidos no processo interativo não se relacionam senão comunicativamente: um indivíduo que produz gestos significantes para afetar o outro, sendo antecipadamente afetado pela provável e futura afetação do seu interlocutor. Trata-se de uma situação de afetação mútua, vivida por meio de gestos significantes. Os sujeitos envolvidos são constituídos pela presença do outro na relação a partir da capacidade de construção de gestos significantes e projeção de movimentos e expectativas recíprocas (FRANÇA, 2006).

A comunicação, portanto, não é um momento de emissão e recepção, e sim de relação. De acordo com E. Duarte (2003), “[...] na comunicação, entre mim e o outro, ambos são arrastados para uma zona na qual perdem algo de si. Porque algo de mim passa a compor o outro, e eu passo a ser composto por algo do outro [...]” (DUARTE, 2003, p. 47). Para o autor,

[...] o diálogo só é possível a partir de uma suspensão, por mínima que seja, das estruturas tácitas de conceitos e ideias que cada consciência traz. Com essa suspensão, o plano cognitivo do outro pode se fazer presente no meu plano cognitivo, formando um terceiro

⁴ A comunicação enquanto transmissão de mensagem entre dois pólos, um emissor e outro receptor, foi desenvolvida enquanto teoria pela perspectiva do Mass Communication Research, nos Estados Unidos, a partir de meados dos anos 1920. H. Lasswell, C. Shanon e W. Weaver foram alguns dos pesquisadores que contribuíram para a consolidação dessa tradição teórica.

campo cognitivo que não estava presente antes do encontro. [...] essa é outra característica da comunicação: ela não existe antes das consciências envolvidas se encontrarem. Ela é um terceiro plano cognitivo que emerge e que não estava contida inicialmente nos planos de nenhuma das partes, mas se construiu pela desterritorialização das partes que reterritorializaram um terceiro cogito emergente. A comunicação então é uma virtualidade que se atualiza na relação (DUARTE, 2003, p. 47/48).

Trata-se de uma noção de comunicação que tira o foco dos momentos emissão e recepção e destaca a relação, dando atenção para os seus componentes (motivações, cultura, linguagem). O olhar recai sobre a construção discursiva conjunta dos sujeitos, sobre as ligações construídas e desconstruídas a cada instante e o que elas acionam nos sujeitos; não mais sobre etapas isoladas de um processo e seus consequentes produtos.

Comunicação mediada por computador

A concepção de comunicação apresentada nos deve ser útil enquanto um viés. Na tentativa de compreender os processos comunicativos, devemos nos armar da visão de comunicação relacional e usá-la como operador analítico, buscando enxergar a mútua afetação intencional dos interlocutores por meio do gesto significativo, independentemente da situação tratada. Em outras palavras, o conceito de comunicação deve ser útil para observar, por exemplo, tanto um diálogo face a face quanto uma relação estabelecida entre integrantes de uma comunidade do Orkut.

Nesse sentido, cabe inicialmente destacar a semelhança entre a citação de N. Elias (1994) anteriormente transcrita e uma passagem da obra de A. Primo (2007), *Interação mediada por computador* (2007).

[...] veja-se, por exemplo, um diálogo interpessoal. Cada comportamento de uma pessoa afeta o comportamento do outro interagente, ao mesmo tempo em que o primeiro é afetado pelo outro. As transformações sucessivas que ocorrem não são predeterminadas. Pelo contrário, a interação demonstra um alto grau de flexibilidade e indeterminação. E devido a essa flexibilidade, os interagentes podem lidar com a novidade, com o inesperado, com o imprevisível, com o conflito (PRIMO, 2007, p. 65).

Ambas as citações indicam a mesma abordagem conceitual dos autores no que se refere à comunicação. A passagem de A. Primo (2007) se alinha ainda às reflexões dos outros autores supracitados quando consideramos a afirmação “[...] a relação social apresenta uma orientação mútua da conduta de cada um em relação à conduta do outro, não importando o grau de solidariedade ou oposição em jogo” (PRIMO, 2007, p. 76). O autor completa lembrando que “[...] a sociedade só existe quando vários indivíduos agem reciprocamente, isto é, um grupo de homens não forma uma sociedade simplesmente por existir um conteúdo vital em cada um deles, que lhes mova individualmente” (PRIMO, 2007, p. 76).

Para deixar ainda mais clara a aproximação do entendimento de interação entre A. Primo e os outros autores mencionados, tomemos um trecho referente a uma situação hipotética de CMC:

Suponha agora a interação que se inicia quando uma estudante de física escreve um *e-mail* para um importante pesquisador da área. Em sua primeira mensagem, a moça confessa a admiração pelo trabalho daquele profissional e diz que está desenvolvendo em seu doutorado um desdobramento do modelo teórico sugerido por ele. O ocupado pesquisador responde brevemente que gostaria de conhecer o projeto que ela está conduzindo. À medida que as mensagens são trocadas, o pesquisador assume o mesmo tom informal, característico dos *e-mails* da doutoranda. Os dois envolvem-se em um frutífero debate sobre diversos pontos da teoria, chegando a conclusões não explicitadas no artigo divulgado originalmente pelo autor. E quando ela escreve “Nossa! Fui assistir ao filme *Uma mente brilhante* e saí convencida que até ao final do doutorado vou também ser internada numa clínica para loucos irrecuperáveis!”, os dois passam também a conversar sobre filmes que tratam de pesquisa acadêmica. Aos poucos, descobrem uma paixão compartilhada por cinema e acabam falando sobre seus filmes preferidos. Esse relato de um relacionamento hipotético desenvolvido *on-line* quer exemplificar algumas características das interações interpessoais. Como se pôde acompanhar, o relacionamento foi se transformando durante seu desenvolvimento. A formalidade inicial foi aos poucos ganhando um tom cada vez mais amistoso (e, por que não, de maior intimidade). Ora, isso não foi uma imposição da doutoranda, mas um padrão que foi sendo criado interativamente (PRIMO, 2007, p. 103/104).

A semelhança entre os exemplos de N. Elias (1994) e A. Primo (2007) mostra como é possível enxergar a comunicação enquanto relação em qualquer situação comunicativa. A referência deste é ainda mais valiosa e pertinente a este trabalho por apontar a importância e aplicação da concepção relacional da comunicação nos estudos sobre interação mediada por computador.

A internet e a Web 2.0

Mesmo tendo sido criada em 1969, foi em 1995 que a internet explodiu e começou a se caracterizar como um meio de comunicação relevante. Porém, algumas de suas características, gravadas desde os momentos de sua criação, permanecem inscritas na sua cultura, sendo evidenciadas nos momentos de interação entre indivíduos.

Uma dessas características é o esforço colaborativo dos usuários. A internet foi criada pelo trabalho cooperativo tanto de cientistas de computação ligados a universidades norte-americanas quanto de internautas que desenvolveram tecnologias (como o *modem*⁵) que auxiliaram a conexão entre computadores e a ampliação da Rede. M. Castells (2003) afirma que

⁵ O *modem* (formado pelo acrônimo do inglês *modulate* e *demodulate*) é um aparelho que conseguia modular a banda da linha telefônica, preparada para transmitir o som da voz, em transmissão de dados para que dois ou mais computadores conseguissem se ligar. Foi criado por dois estudantes de Chicago, Ward Christensen e Randy Suess, no final dos anos 1970. Sua invenção e posterior aplicação constituíram-se num legítimo processo colaborativo, que ajudou a ampliar a Internet.

[...] é uma lição comprovada da história da tecnologia que seus usuários são os principais produtores da tecnologia, adaptando-a a seus usos e valores e acabando por transformá-la [...]. Mas há algo especial no caso da Internet. Novos usos da tecnologia, bem como as modificações reais nela introduzidas, são transmitidos de volta ao mundo inteiro, em tempo real. Assim, o intervalo entre o processo de aprendizagem sobre o uso, e de produção pelo uso, é extraordinariamente abreviado, e o resultado é que nos envolvemos num processo de aprendizagem através da produção, num *feedback* intenso entre a difusão e o aperfeiçoamento da tecnologia. Foi por isso que a Internet cresceu e continua crescendo, numa velocidade sem precedentes, não só no número de redes, mas no âmbito de aplicações (CASTELLS, 2003 p. 28).

Atualmente, vivemos na internet a discussão do conceito de Web 2.0. Apesar de ter trazido inovações em vários pontos, ela *não pode ser definida como a internet colaborativa*.

A rede sempre foi colaborativa. A cooperação está nas origens da *net*. Não é o “advento” da Web 2.0 que trouxe a colaboração para a internet. Como defendido em trabalho anterior,

[...] não é o desenvolvimento de uma certa tecnologia que permite uma efetiva participação das pessoas na Internet. A Web 2.0 trouxe uma evolução em relação aos códigos usados para a programação de *sites*. Contudo, um certo comportamento colaborativo não evoluiu

de um anterior comportamento não colaborativo. A vontade de cooperar uns com os outros é inerente às pessoas. O surgimento da Web 2.0 mostrou como esse tipo de atitude pode ser apropriado pelas empresas e usado na concepção de novos *sites* (CRUZ E SILVA, 2007, p. 51).

As principais novidades trazidas pela Web 2.0 são de ordem técnica (novas linguagens de programação e arquiteturas de informação), de comportamento dos internautas (o esforço da participação em *sites* desenvolvidos para tal) e de ordem empresarial (novas estratégias das companhias para lançar os seus produtos).

Em relação a novos códigos e linguagens de programação, as inovações podem ser resumidas no Ajax⁶: um conjunto de tecnologias usadas para a construção de *sites*. Ele permite uma relação mais rica entre internauta e *websites*. Como afirma Tim O'Reilly, criador do termo Web 2.0, “we’re entering an unprecedented period of user interface innovation, as web developers are finally able to build web applications as rich as local PC-based applications” (O'REILLY, 2005, p. 13)⁷.

Contudo, é na proposição de novas arquiteturas de informação que a Web 2.0 evidencia sua principal novidade. As novas estruturas de informação dos *websites* mais populares da rede carecem da efetiva participação do internauta para a produção e gestão do conteúdo. Sites como YouTube, Slashdot e Overmundo, por exemplo,

⁶ O Ajax integra, entre outras linguagens, o XHTML, XSL, CSS, XSLT, XMLHttpRequest, além de JavaScript para integralizar esses códigos. Além dessas tecnologias, podemos mencionar os *widgets*, ferramentas *wiki* e RSS como componentes da Web 2.0.

⁷ “Nós estamos entrando num período de inovações de interface para usuários nunca antes visto; programadores de *web* estão finalmente preparados para construir aplicativos de *web* tão ricos como aplicações feitas para serem instaladas nos computadores” (tradução nossa).

são alimentados pelos internautas que escolhem, por meio do voto, as contribuições de maior relevância para ganhar destaque na página inicial. A Web 2.0 traz aos indivíduos uma percepção de importância em relação ao processo de produção de informação e seu gerenciamento. Diante de *sites* organizados para receber a colaboração das pessoas, os sujeitos investem-se do papel de produtor de conteúdo e cooperam, uns com os outros e com o próprio *site*, no que podem ser considerados os sucessos de audiência na internet⁸.

No que diz respeito às inovações nas estratégias das empresas de internet, a Web 2.0 traz novidades em relação ao lançamento de produtos: atualmente, eles são lançados com recursos mínimos e é o uso feito pelas pessoas que indica para onde devem caminhar as alterações⁹. O foco sai do produto em si e vai para as possibilidades de uso.

O entendimento do que é realmente a Web 2.0 pode trazer verdadeiros benefícios para o campo da Comunicação e para a produção de *sites* na internet. Utilizando-se da estrutura adequada, é possível constituir interessantes plataformas na *web* para a produção colaborativa, inclusive no âmbito organizacional.

⁸As redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter), *sites* de vídeos e músicas em *streaming* (YouTube, Vimeo, Last.FM) são alguns dos exemplos dos campeões de acesso no Brasil.

⁹Atualmente, os produtos são lançados e mantidos em sua versão *beta* (versão de testes). Os serviços do Google (GMail, Orkut) são alguns exemplos.

Colaboração, participação e ambiente organizacional

Diante do entendimento do conceito de comunicação, da sua aplicação na IMC e das novidades trazidas pela Web 2.0, podemos começar a pensar em possibilidades de ações de comunicação na internet para o ambiente das organizações, usando estruturas direcionadas para aproveitamento da colaboração dos indivíduos.

Para compreendermos como se processa a colaboração, voltemos ao conceito de interação. A cooperação é um valor que se expressa nas ações das pessoas. Sendo assim, ela se manifesta nas relações entre os sujeitos, acionando sentidos presentes nas consciências dos interlocutores. Numa interação colaborativa, a cooperação enquanto valor é o principal elemento compartilhado, fazendo com que a colaboração seja uma interação com características específicas.

R. Axelrod (1990) avalia se uma interação é colaborativa ou não pela presença de quatro características nas ações dos indivíduos envolvidos: 1) simpatia; 2) capacidade de perdoar; 3) reciprocidade; e 4) garantia do encontro futuro.

Para o autor, não ser simpático pode destruir a condição criada para o estabelecimento de relações de quaisquer ordens¹⁰. Por “ser simpático”, R. Axelrod (1990) entende que, na tentativa de promover uma interação colaborativa, o sujeito não deve, na primeira manifestação, trair ou demonstrar-se ofensivo. É necessário deixar

¹⁰ Cabe lembrar que a simpatia é também elemento fundamental na caracterização da sociabilidade, descrita por Simmel como uma “forma pura de interação” (SIMMEL, 1983, p. 170). Para uma leitura mais aprofundada sobre o conceito de interação, ver Simmel (1983), Maia (2002), Hanke (2003), Moraes Filho (1983) e Maffesoli (1998).

claro aos participantes do processo que se acredita, à primeira vista, na boa vontade dos sujeitos envolvidos; que se está disposto a dar continuidade a um possível processo colaborativo.

Tão importante quanto ser simpático é perdoar, num certo nível, a traição ou não cooperação do outro. Exercitar certa capacidade de perdão é fundamental para a construção e manutenção de um processo colaborativo, principalmente quando ele envolve grande número de indivíduos. A traição de um deles não pode comprometer todo o desenvolvimento futuro.

A terceira característica – ser recíproco – trata da reciprocidade da cooperação. R. Axelrod (1990) afirma que “when a cooperative choice has been made, one cue to relatedness is simply the fact of reciprocation of the cooperation¹¹” (AXELROD, 1990, p. 97). A continuidade do processo colaborativo depende que os indivíduos ajam cooperativamente se os outros agiram assim com ele.

A última característica fundamental para o estabelecimento de uma interação colaborativa e, conseqüentemente, de processos mais amplos de cooperação é saber que os interlocutores vão se encontrar novamente. Sem essa informação, os indivíduos poderiam facilmente trair (ou não cooperar), uma vez que não há possibilidade de um futuro reencontro. “The ability to recognize the other player from past interactions, and to remember the relevant features of those interactions, is necessary to sustain cooperation¹²” (AXELROD, 1990, p. 139).

¹¹ “Quando uma escolha cooperativa é executada, sugere-se para o estabelecimento da relação o simples ato de ser recíproco à cooperação” (tradução nossa).

¹² “A habilidade de reconhecer o outro jogador das interações passadas, e de recordar as características relevantes daquelas interações, é necessária para sustentar a cooperação” (tradução nossa).

Do nosso ponto de vista, a possibilidade do reencontro não é garantia para que a colaboração aconteça, mas é uma certa segurança. Nas interações da nossa vida diária, não é comum não colaborar com o interlocutor ou traí-lo quando sabemos que nos encontraremos futuramente e que há a possibilidade de, em outro momento interativo, ele tomar a mesma postura assumida por nós primeiramente.

Para finalizar, vale lembrar que estamos cientes das críticas tecidas ao trabalho de R. Axelrod¹³ e concordamos em grande parte com elas. Porém, acreditamos que as características da interação colaborativa podem ser usadas em análises sociais, desde que não sejam essencializadas. Há muito mais no social do que apenas respostas automatizadas ao comportamento humano.

Colaboração e participação no ambiente organizacional

Apesar de destacarmos a importância da ação colaborativa, sabemos que, num processo cooperativo, o conflito pode ser mais vantajoso do que a colaboração. A. Primo (2007) destaca o exemplo de uma discussão acadêmica na qual o conflito de opiniões, posições e ideias entre pesquisadores pode gerar o nascimento de uma reflexão que vai enriquecer determinado campo científico.

¹³O próprio A. Primo, em dois trabalhos (2005 e 2007), faz várias e duras críticas à aplicação automática da reflexão de R. Axelrod (1990) – desenvolvida a partir de *softwares* de computador – para a vida social.

Porém, o que queremos destacar como relevante para o estabelecimento de processos colaborativos é a intencionalidade dos sujeitos. Mesmo cientes da possibilidade do saldo positivo no conflito, acreditamos que a colaboração deve ser a motivação dos indivíduos quando se engajam nas interações. É preciso que haja a disposição das pessoas em cooperar com o outro na tentativa de alcançar o benefício mútuo¹⁴.

Exatamente por imputar tamanha importância à intenção dos indivíduos no estabelecimento de processos colaborativos que invocamos a contribuição de M. Henriques (2007). Em sua obra, o autor destaca valor semelhante à colaboração – a participação – para descrever como se organizam os movimentos sociais¹⁵.

O trabalho de M. Henriques é referência na temática da comunicação ligada à mobilização social e importante referência para discutir a atuação dos sujeitos nos movimentos sociais. Porém, sua conceituação sobre participação e corresponsabilidade nos dá subsídios para desenvolver reflexões sobre ações de comunicação colaborativas para o nível organizacional.

M. Henriques (2007) afirma, em relação aos movimentos sociais, que

[...] a questão fundamental com a qual se defrontam os movimentos [...] é a de manter os sujeitos motivados e interessados em preservar seu vínculo fundamental. Isso só ocorrerá a partir de uma profunda convicção sobre o valor da causa e a manifestação de sua coerência no cotidiano do movimento. Ao mesmo tempo em que a discussão metodológica para o diagnóstico deve contribuir para um conhecimento partilhado

¹⁴ Metaforicamente falando, a guerra não deve ser motivação para alcançar uma futura paz. Ela pode ser um dos meios, mas não o único.

¹⁵ Comunicação para mobilização social não é conceito central para este trabalho. Porém, a reflexão de M. Henriques (2007) na definição de uma escala de gradação de vínculos é um rico aporte para pensar o estabelecimento, a manutenção e o fortalecimento de processos colaborativos.

da causa e do movimento, deve também confluir para a construção de estratégias de comunicação também abertas, de tal forma que os próprios sujeitos sejam chamados a pensá-las e concretizá-las (HENRIQUES, 2007, p. 13).

Não podemos negar que a necessidade de manter a motivação e o interesse dos sujeitos para estabelecer e fortalecer vínculos é tão importante para os movimentos sociais quanto para as organizações. Para que essas relações ganhem força, faz-se necessário um trabalho de comunicação que possibilite acionar valores elencados como importantes para os indivíduos. Participação e colaboração são princípios fundamentais para o estabelecimento de relações de trabalho e parceria entre organização e públicos, seja interna ou externamente. A organização precisa evidenciar nas suas ações os valores citados. Se isso for conseguido, o engajamento será alcançado com maior facilidade.

Contudo, no caso de princípios como colaboração e participação, estabelece-se uma relação funcional (ELIAS, 1994) entre público e organização. Os sujeitos precisam se sentir parte do processo e perceber a intenção da empresa/instituição em promover ou manter projetos nos quais o benefício seja mútuo. Mais do que apenas identificar a intenção da organização ou valorá-la, os indivíduos precisam se sentir corresponsáveis.

M. Henriques (2007), em sua obra, estabelece uma escala de força de vínculos entre os movimentos sociais e seus participantes. A gradação, que vai da localização espacial à participação institucional, tem como ponto ótimo o nível da corresponsabilidade. De acordo com o autor, este é alcançado “... quando o público se sente

também responsável pelo sucesso do projeto, entendendo a sua participação como uma parte essencial no todo” (HENRIQUES, 2007, p. 43-45). E completa: “a vinculação ideal dos públicos aspirada por todo e qualquer projeto de mobilização social encontra-se no nível da corresponsabilidade, a fim de que possam ser alcançados plenamente e de forma duradoura os objetivos estabelecidos” (HENRIQUES, 2007, p. 21).

As ações de responsabilidade socioambiental talvez sejam o exemplo mais evidente da necessidade do engajamento entre organização e públicos por meio da corresponsabilidade. Nessa esfera de relações, cabe destacar um importante público com o qual é desejável o estabelecimento da corresponsabilidade: a comunidade científico-acadêmica.

Para uma empresa, a construção coletiva de conhecimento entre sua área de pesquisa e desenvolvimento, universidades e centros de pesquisa, só pode ser estabelecida por meio de parcerias. Para sua realização, tanto as companhias quanto as instituições precisam acionar e compartilhar, nas suas relações, valores como colaboração e participação, na busca do nível de vinculação da corresponsabilidade¹⁶.

Se cooperação e participação são os valores a serem alcançados na interação empresa-comunidade de ciência e tecnologia, eles precisam encontrar terreno fértil para nascerem e se desenvolverem. Destacamos anteriormente as possibilidades colaborativas das plataformas digitais da chamada Web 2.0, dando ênfase

¹⁶ Esse tipo de relacionamento e a importância do vínculo ficam evidentes, por exemplo, na preocupação das empresas em criar gerências para constituir e manter um relacionamento com universidades e centros de pesquisas. O Centro de Pesquisas da Petrobras (Cenpes), que se relaciona integralmente com a comunidade acadêmica, mantém uma gerência de Relacionamento com Comunidade de Ciência e Tecnologia com a exclusiva função de fazer a gestão desse relacionamento.

às novas linguagens de programação e arquiteturas de informação. Utilizando-se dessas estratégias ditas colaborativas, alguns *sites* obtiveram grande sucesso entre os internautas. Usar uma estrutura de informação que favoreça a cooperação pode ser útil também para as empresas.

Devemos atentar para a relação que pretende ser construída. Se a interação inscrita na relação empresa-público demanda que valores como colaboração e participação sejam acionados, é tarefa da atividade de comunicação construir o ambiente propício.

Conclusão

Apresentados os conceitos de comunicação, interação mediada por computador, Web 2.0, colaboração e corresponsabilidade, o que fica?

Identificamos que a comunicação não pode mais ser entendida de maneira transmissiva: um emissor que envia uma mensagem, através de um canal, para um receptor. A comunicação é interativa e, sendo assim, deve ser enxergada como processo relacional. Apenas por esse prisma conseguimos entender a constituição e manutenção das sociedades (ELIAS, 1994).

Por meio de A. Primo (2007), demonstramos que a IMC pode e deve ser analisada pelo viés relacional. Em seguida, descrevemos as características da Web 2.0 e desmistificamos sua origem colaborativa.

Apresentamos o conceito de interação colaborativa a partir de R. Axelrod (1990) e relacionamo-lo com cooperação e participação. Por meio de M. Henriques (2007), mostramos que, em processos colaborativos, é preciso conseguir o engajamento mediante o acionamento de valores como colaboração e participação, buscando atingir o nível de vinculação da corresponsabilidade.

Em seguida, rascunhamos possibilidades de relacionamento entre organização e públicos específicos baseados em cooperação e estratégias de comunicação *on-line* sugeridas pela Web 2.0.

Porém, para avançar em possíveis projetos, há ainda um caminho a ser percorrido, e ele passa por um entendimento melhor dos processos que podem ser estabelecidos entre organização e públicos por meio da

web. Como se caracterizariam os processos colaborativos na internet? Quais as suas peculiaridades? Partindo de um possível objeto empírico, como podemos incentivá-los e, em grande medida, fazer com que empresas e públicos se engajem definitivamente em torno de um objetivo comum?

Essas perguntas ainda estão por ser respondidas. Porém, indicações para as respostas talvez já possam ser encontradas nos trabalhos de R. Axelrod (1990) e S. Johnson (2003). Resta agora começar a seguir por esses caminhos, procurando-as.

Referências

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CRUZ E SILVA, Rafael Figueiredo. *No Orkut pelo Pearl Jam: interação, sociabilidade e cooperação num processo colaborativo na Internet*. Disponível em: < <http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/teses/no-orkut-pelo-pearl-jam.pdf/download>>. Acessado em 09 de agosto de 2009.

DUARTE, Eduardo. Por uma epistemologia da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

FRANÇA, Vera. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: FRANÇA, Vera & GUIMARÃES, César (orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte, Autêntica:

2006.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). *Comunicação e estratégias de mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

JOHNSON, Steven. *Emergência: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MEAD, George Herbert. *Mind, self and society*. Chicago: The University of Chicago Press, 1934.

MORAES FILHO, Evaristo de. Introdução: Formalismo sociológico e a teoria do conflito. In: SIMMEL, Georg. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*.

O'Reilly. Disponível em: < http://intervention.ch/rebell.tv/presse/O'Reilly%20Network_%20What%20Is%20Web%202.pdf>. Acessado em 16 de novembro de 2006.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, Alex. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. *Contemporânea: revista de comunicação e cultura*. Vol. 3, nº 1 (janeiro/junho de 2005). Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/contemporanea/ojs/include/getdoc.php?id=51&article=9&mode=pdf>>. Acessado em 04 de dezembro de 2006.

SIMMEL, Georg. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.