



O Comunismo das Redes sistema midiático p2p, colaboração em rede e novas políticas de comunicação na Internet¹

Prof. Dr. Fábio Malini²
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

Resumo

Este trabalho visa aprofundar o debate político sobre as chamadas mídias colaborativas da Internet, observando como a emergência destas está associado ao estado atual de profusão criativa, impulsionada, principalmente, pela ampliação da democratização dos instrumentos de produção (como o computador, videocam, câmeras fotográficas digitais, celulares, a internet etc), o que faz a sociedade a passar a exigir espaços comuns para abrigar suas criações, para que mais gente possa conhecê-las. O artigo bebe das teses dos principais filósofos da cibercultura e da teoria social de Antonio Negri, principalmente os seus conceitos de multidão e trabalho imaterial, para tecer argumentações sobre as possíveis clivagens entre o sistema de mídia de massa e o sistema de mídias p2p colaborativas.

Palavras-chave: Internet; Colaboração; Peer-to-Peer P2P; Jornalismo; Mídia

Introdução

O artigo que os senhores têm, em mãos, nasceu de minha imersão em dois campos distintos de estudos. O primeiro advém da minha trajetória em estudar a dimensão política da comunicação, isto é, da maneira como participamos e temos acesso à construção das mídias. Isso equivale a estudar a natureza dos antagonismos entre uma multiplicidade de sujeitos que produz linguagens e os grupos sociais que hegemonomizam e controlam as possibilidades de expressão pública. A internet, além de fugir desse campo de antagonismo, é hoje o mídia que mais abre fenda na estrutura moderna de concentração de massa levada a cabo pelas indústrias culturais.

O segundo campo deriva do pensamento social dos estudos operaístas e pós-operaístas, cujo trabalho teórico de Antonio Negri ocupa uma centralidade. A

1 Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP-TI = NP Tecnologias da Informação e da Comunicação

2 Jornalista e Professor do Departamento de Comunicação Social da UFES. Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ, estuda os impactos da Internet na produção jornalística, em especial a simbiose entre jornalismo cidadão e jornalismo profissional. Participa da Rede Universidade Nômade. É também blogueiro: <http://www.fabiomalini.wordpress.com>



tradição operaísta é formada dentro das lutas nascidas na Itália, durante as décadas de 60 e 70, para a conformação de um novo ciclo produtivo que incorporasse todo um reservatório de saberes sociais do “trabalho vivo” que eram coagidos pelas dinâmicas silenciosas, autômatas e repetitivas do sistema fordista de produção. O pensamento operaísta traduz uma política do desejo. Do desejo de tornar o cérebro o principal instrumento de produção e, assim, o trabalho autovalorizado e mais antagônico a subsunção a uma relação dialética do comando capitalista.

Assim, a tarefa nesse artigo é de adequar esses dois campos de análise no exame dos antagonismos que atravessam a construção da estrutura e dos produtos da Internet. Em suma, busca analisar, fundamentalmente, a Cibercultura dentro de uma dimensão política contemporânea. A hipótese que circunda toda a tese é que “a luta política não mais se fará entre direita e esquerda, mas entre quem vê televisão sem uma resposta e quem adere à Net com uma informação muito mais completa e que todos podem gerir e alimentar.”³

Sistema Midiático de Massa ou Sistema Midiático das Redes P2P?

Queria demonstrar que essa premissa é verdadeira com um fato muito peculiar ocorrido na França, em novembro de 2005. Naquela ocasião acontece um assalto a uma casa na periferia de Clichy-sous-Bois, cidade na região metropolitana de Paris. Rapidamente o seu proprietário comunica as autoridades policiais o furto e as características fenotípicas dos autores do crime. Eram dois adolescentes, negros e/ou de origem islâmica. Os policiais da região são deixados em alerta. E, logo, avistam dois suspeitos, Bouna e Zied. E o abordam para checar algumas informações. Os adolescentes suspeitos, que nada tem a ver com o assalto, fogem por medo da polícia. Na fuga, tentam se esconder num transformador de energia e acabam morrendo eletrocutados. Logo o acontecimento é comunicado, através de câmeras portáteis, de telefones celulares ou ainda pela internet. A periferia reage de forma nada politicamente correto: todas as noites é realizada uma queima generalizada de carros, inclusive da Imprensa, de Bombeiros, de Hospital e da Polícia. O ato começa a se repetir em todas as regiões do país, como uma forma de protesto contra as mortes em Clichy, mas também contra as condições de vida nas periferias da França.

3 Frase de Derrick de Kerckhove extraída do livro *Geração Blogue*, de Giuseppe Granieri (2006).



Na Internet, um dos amigos das vítimas acaba criando um blog para homenageá-las, o “Bouna et Zied”⁴, estampando o slogan que marcou o acontecimento: *Mort pour Rien* (Mortos à toa). A Polícia acusa o blog de estimular as manifestações violentas da juventude pobre nas periferias. E o site é retirado do ar pelo seu servidor. O mesmo se repete com outros blogs, que passaram, num primeiro momento, a emitir opiniões e manifestos sobre a morte de Bouna e Zied; e depois para emitir um boletim sobre o como havia sido o protesto naquele dia nas periferias. Segundo o Tecnoratti, mais de 1700 blogs debatem o tema, sem contar a diversidade de opiniões e artigos em publicações e listas de discussão online. Muitos blogueiros são interpelados pela Polícia, que os enquadraram na lei francesa por atos criminais. A nova lei penal francesa pune aqueles que fazem, por meio da comunicação eletrônica, provocações que surjam efeitos na sociedade.

A revolta da periferia logo chega no *Youtube* e no *DailyMotion*, onde são hospedados mais de 1000 vídeos relacionados ao caso. Juntos esses filmes foram assistidos por alguns milhões de usuários. E ainda continuam lá, provocando debates, comentários e novas exhibições. Houve ainda a publicação de entrevista, na forma de áudio, audiovisual ou texto escrito, com os pais dos adolescentes e os jovens que participavam do conflito, em vários pequenos jornais de alcance regional e comunitário. É uma explosão de sentidos. Algo muito diferente e que escapa à aquela velha lógica da repetição da mesma informação nos veículos de comunicação de massa, ao contrário, tratava-se de impor um relato difuso que não se reduzia a um *transcendente uno informacional*.

Somado a isso os jornalistas tinham dificuldades de entrar na zona de combate, e de dentro, jovens se comunicavam pelo celular para resistir a Polícia e continuavam a publicar conteúdos na Internet e a estimular a participação da sociedade, agora em nível global, sobre o significado do conflito. Uma cornucópia de informações e linguagens é então produzida na Internet. E a imprensa já não mais controlava sozinha o sentido do acontecimento. Ele estava estampado numa polissemia de significados em diferentes veículos criados pelos próprios usuários na Internet. Enquanto a mídia contabilizava o número de carros queimados diariamente, um blogueiro da periferia (com pseudônimo de Armoni) mostrava que o alvo dos jovens não era somente os carros, mas os prédios da assistência social. Era um recado de recusa às medidas

4 <http://bouna93.skyblog.com/>



paliativas de contenção social da miséria na França. Os jovens queimavam os prédios do “Secour Populaire”, onde se distribuía sopões e alimentos à população pobre entre outras coisas. Outros relatavam que muitos desses jovens já viviam à noite nas ruas, pois seus pais tinham de trabalhar toda a noite, porque não encontravam outros tipos de emprego e renda. Eram milhares de relatos distintos sobre o acontecimento.⁵ Houve um blogueiro belga – de origem muçulmana – que pela tarde conversava com muito dos militantes, numa espécie de entrevistas exclusivas. Um dos adolescentes contava ao blogueiro que um jornalista o indagara porque automóveis eram queimados durante a noite. Em resposta havia dito: “Durmo até o meio-dia. O que é que há? Queres que a gente acorde de manhã? Sei que a imprensa quer os fatos, mas nosso horário não corresponde ao dos meios de comunicação”.

A imprensa francesa se via perdida em meio à falta da legitimidade entre os suburbanos. O valor-notícia da agenda da mídia – quantos carros hoje foram queimados? – acabou tendo um efeito reverso. Começou haver competição entre as cidades para ver quem queimava mais carros e assim “tinha mais visibilidade” no circuito midiático. Era uma espécie de *hit parade* que a própria mídia de massa havia estimulado.⁶

Se a mídia de massa se via perdida, o poder logo notou de encontrar uma forma de ganhar a batalha de sentidos sobre o acontecimento. O ministro do Interior, Nicolas Sarkozy, através do seu partido, contratou os serviços do "Google Adword" para que os primeiros resultados da busca do Google sobre o tema fossem de sites de apoio à política de Sarkozy. Ou seja, se alguém entrasse no Google e digitasse a palavra banlieue (subúrbio, em francês), as primeiras páginas encontradas seriam aquelas onde apareceriam defesas de Sarkozy, que chamara os jovens de escória, atenuando ainda mais os conflitos.

O acontecimento das periferias francesas, é claro, não se resumiu a uma questão midiática. Mas, se nos atermos somente a esse prisma, podemos concluir que ele refletia uma certa desconexão entre a linguagem autoritária que se constitui o

5 “Aqui, não se vêem os dias passarem, as noites não se contam mais. Há barulhos de automóveis, de pessoas que urram, gritam, que se insultam. Às vezes ouve-se gargalhadas ou barulhos de crianças. Ouvem-se as sirenes dos automóveis de polícias ou os bombeiros, barulho das freadas dos carros ou das prisões que ocorrem. Quando a noite definitivamente tem-se instalado, e a calma das 2 horas da manhã por último tem-se imposto, as janelas ficam abertas e as cortinas fechadas, mas os néons da viatura adentram na parte inferior da rua., começa o seu jogo de luz, como uma mão tensa que nos impede de termos um sono definitivo. Como uma porta entre o real e o sonho, entre a consciência e a imaginação, entre a vida e a morte. Boas-vindas ao meu mundo”. Disponível na Internet: <http://shoshinnes.canalblog.com/archives/2005/09/19/820708.html>

6 Sobre isso, ler o artigo *La crise des banlieues interpelle la pratique du journalisme*, in <http://www.lemonde.fr/web/article/0,1-0@2-3236,36-709617@51-709690,0.html>



jornalismo no final do século XX e o estado atual de profusão criativa, impulsionada, em primeiro lugar, pela ampliação da democratização dos instrumentos de produção (como o computador, videocam, câmeras fotográficas digitais, celulares, a internet etc), em que a sociedade passa a exigir espaços comuns para abrigar suas criações, para que mais gente possa conhecê-las. Essa democratização desses instrumentos fez com que o universo de conteúdos disparasse, aumentando a oferta de bens e de produção de comunicação. Há uma segunda força: a redução dos custos do consumo pela democratização da distribuição. “O fato de qualquer um ser capaz de produzir conteúdo só é significativo se outros puderem desfrutá-lo. O PC transformou todas as pessoas em produtores e editores, mas foi a Internet que converteu todo o mundo em distribuidores”.⁷ Há ainda uma terceira força: a ligação entre oferta e demanda. Milhares de usuários, no caso dos conflitos na França, foram capazes de formar preferências e opiniões através da leitura que fazia do noticiário da imprensa e dos relatos que circulavam nos blogs e listas de discussão. Em parte esse *relato deslocado* é identificado graças a tecnologias de busca, como o Google (responsável por cerca de 30% das audiências dos blogs). E o contato entre os usuários acaba por gerar um efeito colateral positivo: um campo de conexões por onde a conversação é estabelecida. Isso faz com que o usuários possam descobrir que seus pontos de vistas são muito mais diversificados do que os poucos que são apresentados, na forma de consenso, no circuito midiático moderno.⁸

O acontecimento francês repetia aquilo que havia ocorrido nos EUA no 11 de setembro, e o que viria acontecer no Brasil durante as eleições de 2006.⁹ De um lado, o processo de conversação e de troca de informação tipicamente direcionada à formação da opinião pública, cujo modelo a mídia moderna é herdeira. De um outro, uma multiplicidade de relatos articulados entre si, através de conexões virtuais, formando uma opinião pública distribuída e comutada diretamente de pessoa para pessoa (p2p). Dois sistemas midiáticos distintos. O primeiro herdeiro do paradigma da comunicação de massa. O segundo, do da comunicação distribuída em redes sociais p2p. Ambos se constituem dentro de um movimento contínuo de interdependência e de antagonismo. E, portanto, não há como enquadrá-los numa dialética pura. Há uma

7 Anderson, 2006, p.52.

8 Anderson, 2006, p.52.

9 Sobre os impactos da blogosfera no 11 de setembro e nas eleições de 2006, ver minha tese, com o mesmo nome desse artigo. Realizei um profundo trabalho de investigação sobre o tema, nos capítulos *A Opinião Distribuída: sobre os blogs* e em *Blogs e as Eleições Brasileiras de 2006*.



clivagem entre o sistema midiático das redes e o sistema midiático de massa. Há um processo de retroalimentação contínua entre elas. Mas o que há neles de comum é abertura à produção de conteúdos abertos, produzidos ou com a participação dos usuários da Internet. Há, sem dúvida, também uma intersecção entre esses sistemas de mídia, traduzidos em conteúdos que são construídos atravessando toda essa estrutura de comunicação. Um blog, por exemplo, tanto pode pautar, quanto ser pautado pela agenda midiática de massa. Os acontecimentos sobre a morte de Sadam Hussein e os milhares de clips musicais retirados das redes de TV no Youtube reflete essa clivagem. Há conteúdos então que são transmidiáticos. Uma notícia pauta um blog, os blogs constroem relatos, esses relatos constroem novas pautas e assim sucessivamente entramos numa espiral profunda de imanência de sentidos. É um espaço transmidiático que estamos ver nascer.

É uma mudança paradigmática tão séria, que faz com que as relações de poder também se redefina. Porque ausência de poder, com certeza, não há. Talvez o poder caminhe para liberar a expressão de conteúdo em todos os lugares, à semelhança de como ele se processa, e depois controlar o excesso produzido. Mas, veja, não tem como controlar o excesso. Aliás, a resistência da comunicação tem nesse lugar um ponto estratégia de luta: criar excessos.

Apesar da existência dessa clivagem entre massa e rede, podemos, mesmo assim, indagar qual desses sistemas midiáticos conseguem acumular mais forças tendenciais, isto é, qual dos dois é capaz hoje de definir mais os “nossos modos de pensamento, nossas estruturas de conhecimento, o que parece normal e anormal, o que é evidente e obscuro, o que é real e irreal, e até mesmo o que é imaginável ou não”.¹⁰ Essa resposta não deve ser buscada na capacidade de difusão da informação da televisão ou da internet, como querem alguns. Para encontrarmos a força tendencial de cada um desses sistemas, é preciso descobrir sob qual paradigma de produção cada sistema está sustentado. Isso significa entender que tipo de sujeito e de poder social se apresenta como hegemônico em determinado período histórico. Uma tecnologia expressa sempre uma desejo de agir, como diz o professor Márcio Tavares do Amaral. Toda tecnologia expressa um plano subjetivo. E cada plano subjetivo está sempre submetido a uma relação de poder e a uma potência do agir (a um comando e a uma liberdade, portanto). Não há como, ao meu ver, analisar a mídia dissociada de um método bem materialista,

10 Como nos recomenda Hardt e Negri, 2005, p.190



que se ancora no pressuposto que a matéria sofre mutação, e a mutação é provocada pela ação dos sujeitos, e é dessa ação que “o verdadeiro brota”. O novo então é sempre a mutação da matéria. E a matéria – a ser aqui tratada - é a mídia. E a mídia mudou. Reveste-se agora de uma outra carne, que é intitulada pelos seus produtores de “novas mídias”. Mas o que esse novo léxico representa em termos de mudança de paradigma de produção? Podemos dizer que as “novas mídias” representam a passagem social do fordismo à economia da informação.

A ultrapassagem da mídia de massa

A noção de mídia se enraizou dentro do paradigma industrial fordista. Nesse paradigma todo bem deveria ser produzido através atividades rigorosamente idênticas, tornando-as mensuráveis e intercambiáveis para que a tarefa pudesse ser realizada por qualquer um, independente de qualquer qualidade diferenciada das subjetividades. Quem conhece um pouco a história do jornalismo sabe que é datado desse período, entre os anos 40 e 60, diversas reformas gráficas que redundam em linguagens padronizadas (como a pirâmide invertida) e atividades padronizadas (como a divisão de trabalho e a especialização dentro das redações). Essa uniformidade fez nascer o jornalismo moderno cuja figura do jornalista enfim aparecia como uma profissão autônoma, com regras, tarefas e códigos próprios. O capitalismo reestrutura então a própria lógica da organização operária, à medida que a organização sindical, por exemplo, é determinada pela especialização do trabalho, e não mais pelo fato da constatação que o trabalho explorado é uma questão geral para além de qualquer especialização. Enfim, o sentido de massa na produção significava que o trabalho deveria ser realizado em máquinas uniformizadas, num processo de trabalho uniformizado, para ser gerados produtos uniformizados, num projeto, portanto, de geração de sujeitos uniformizados, no âmbito do consumo. A ideologia do consumo de massa trazia em seu bojo um quê de universalismo, dado que bens, antes restritos à minoria, passaram a ser objeto de um mercado de massa. Daí que a própria noção de audiência fabricada em torno do desejo de saber o que todos já estão sabendo. O valor cultural é o que é massificado. Para as massas, como dizia Benjamin, o que é longínquo, deve ser tornado sempre próximo. Todo produto midiático deveria ser consumido em massa no mesmo tempo (no mesmo dia ou numa mesma hora) e num espaço midiático. Mas, num artigo memorável, Adorno e Horkheimer traduziram – e



até hoje isso foi pouco refutado – o termo meios de comunicação de massa à noção de indústria cultural. Para esses autores, as massas nesse sistema só lhe serviam com acessório da maquinaria e elementos de cálculo. Era avesso à liberdade porque se baseava no teorema do 'tu deves submeter-te' àquilo que “todos, de resto, pensam”. Ser um “campeão de audiência” - os tais 15 minutos de fama - passou a ser o desejo maquínico investido sobre as mentes formadas nas entranhas da tradição fordista. A verdade passou a ser uma quantidade. A experiência é substituída por um quantum, como Benjamin tão bem sentenciou.

Mas é verdade que já não mais vivemos no mundo fordista. A modernização acabou! Isto é evidenciado não somente pelas quedas sucessivas dos empregos fabris, mas pela inserção paulatina, a partir da década de 70, da informatização de todo tecido social. A informatização é uma derivação de múltiplos fluxos sociais. Mas quatro deles são fundamentais para examinarmos as reconfigurações midiáticas no início deste século:

O primeiro foi a pressão política desencadeada por lutas sociais de recusa de todas as expressões disciplinares que conformavam o sujeito dentro de um plano de individualização e docilização. A sociedade queria constituir um trabalho inventivo que a auto-valorizasse. A figura do operário social, aquele que trabalha num regime de cooperação entre cérebros - emerge nesse instante, e a partir daí, a inteligência, a ciência, a imaginação e o afeto – isto é, a própria vida – passam a ser fonte do valor de qualquer bem produzido.

o segundo deriva do movimento de acumulação da indústria da comunicação nos anos 70 e 80. Forma (hardware e microeletrônica), Conteúdo (mídia e software) e Difusão (telecomunicações e microinformática).

o terceiro está ligado à construção das redes telemáticas e das inovações na microinformática (como o computador, a www, o protocolo TCP, o código html etc) criadas, de forma subterrânea, por uma cultura hacker;

o quarto foi a decisão política do Governo dos Estados Unidos em implantar as Superestradas da Informação, um projeto de infra-estrutura cujo objetivo era ampliar o acesso às redes de telecomunicações por fibra ótica a todo tipo de firma que pudesse oferecer serviços, por todo tipo de rede, a todo tipo de consumidor. Com cada firma conectada às auto-estradas da informação, a própria empresa se tornou uma rede: passou a se relacionar de forma interativa com fornecedores, clientes, empregados; pode ampliar estratégias de descentralização territorial de várias unidades da firma; e um processo de customização baseadas em transações e interações online com o consumo.

A reunião concomitante de todos esses fluxos resultou num regime de produção baseado na lógica da inovação em substituição à lógica da repetição. Um regime dependente do que Marx havia denominado, há um século, de *general intellect*.



Neste texto antecipador, Marx afirma que a principal fonte de valor não mais se caracterizaria como trabalho abstrato aplicado à máquina. O “furto do tempo alheio” não garantiria que a riqueza se multiplicasse. O fato de o trabalho vivo ter sido objetivado nas máquinas – se tornado apenas órgão consciente delas – reduzira o tempo de trabalho necessário como fator de criação de mais trabalho. O “tempo do trabalho” se tornaria apenas necessário à pura repetição maquínica, e com o desenvolvimento industrial, cessaria de ser a base da produção da riqueza, dependente cada vez mais da ciência e tecnologia empregada no desenvolvimento do maquinário e nas formas de como se processam a cooperação produtiva. O ator fundamental desse processo de produção é tornado agora uma intelectualidade difusa (*general intellect*), ou seja, o saber social geral (“seja na forma de trabalho científico geral, seja sobre a forma do pôr em relação as atividades sociais: cooperação”). Hoje vemos a profecia de Marx ser plenamente realizada no capitalismo pós-fordista. Nele, o saber, sob a forma, de serviços, afetos e informação, são o que mais geram valor às mercadorias do capitalismo contemporâneo. Nessas mercadorias consumimos mais a sua dimensão intangível e imaterial do que propriamente a sua matéria. É a superação por completo do regime fordista, à medida que a força tendencial se encontra agora no imaterial e não mais na força física e mecânica empregada em um bem. Muitos teóricos batizaram esse novo estado produtivo como a era da economia do conhecimento, ou a sociedade do conhecimento, ou a economia da informação ou ainda capitalismo cognitivo. Essas diferentes terminologias visam demonstrar que essa “nova economia” é uma mente global, para usar o termo de Kevin Kelly. Um mente global porque é feita de mentes individuais conectadas. E conectadas em rede através de computadores. O micro computador, transformando em principal ferramenta universal do trabalho e por onde cada vez mais as atividades produtivas vão passar, e as redes de computadores, tornadas o principal lugar da produção e da circulação, fundam um tempo unificado e disperso e se convertem em um espaço de inter-relações contínuas. A rede é então um hiperorganismo bioinformático.¹¹ É um sistema vivo, porque, pela primeira vez, estamos diante de um maquinário que funde o instrumento ao intelecto, fazendo do sujeito contemporâneo um sujeito ciborgue. Essa nova natureza produtiva faz com que as “novas mídias” - as tecnologias informáticas e interativas – não sejam somente um novo setor da mídia. As redes de difusão e as tecnologias informáticas e interativas

11 Bifo, 2005.



atravessam o conjunto das atividades sociais e econômicas. A comunicação é a própria economia, portanto.

Com a virtualização da matéria, provocada pelos processos de digitalização, o conhecimento passa a existir separado do seu suporte material, tornando-se reproduzível, mutável e utilizado de maneira distinta. Assim, o conhecimento se separa tanto do capital, quanto do trabalho empregado para produzi-lo. E com advento das infovias e a possibilidade de digitalização, o custo de sua distribuição, em quantidades ilimitadas, é quase zero. O conhecimento passa a ser o capital fixo da economia. Assim cada aumento de produção nasce da expressão de atividades intelectuais e afetiva, da força produtiva da descoberta científica e sobretudo da estreita aplicação da ciência e da tecnologia à elaboração da atividade de transformação da matéria.

As revoltas francesas são comunicadas e produzidas por jovens escolarizados e integrados ao mundo das tecnologias da inteligência. Eles agora contam, individual ou publicamente, com mecanismos de circulação e expressão do seu próprio *savoir-faire*: câmeras de vídeo e de fotografia digital, computadores, internet, telefone móvel. Todas essas “novas tecnologias” são difundidas para que a sociedade possa produzir mais saber, e assim as relações capitalistas poderem ser contidas por uma multiplicidade infinitas de conhecimentos. Então as “novas mídias” se encontram no interior de um paradigma econômico cujas forças produtivas devem ser formadas através de alto grau de socialização e circulação de saberes. Agora isso acaba por produzir uma crise na função progressista, modernizadora, do capital: o instrumento do trabalho já não é propriedade dele exclusiva, mas difuso nas próprias redes virtuais e territoriais, que tornadas fábrica, produzem a partir de instrumentos também socializados (o saber, a cultura, a inteligência, a técnica, os processos etc). Assim, a velha dialética se despedaça à medida que o trabalho é produzido por uma força-cérebro que deve ser de todos, como garantia para geração de intelectualidades de massa, que são as bases para a produção do valor. Neste caso, é a liberdade, e não o comando, que funda o valor. O dilema ganha contornos de crise para o capital, e de catástrofe para a sociedade, porque o capitalismo vai tentar resolver essa contradição diminuindo e freando o tempo que o conhecimento circule. Pobreza, portanto, é agora também um conceito político, e não somente econômico. Porque Pobreza é o avesso de liberdade (de criar, de se expressar, de produzir em comum, de constituir mercados, de se associar, de se deslocar etc). E sendo avesso da liberdade, a pobreza significa a limitação da produção



do comum – a linguagem, a cultura, o pensamento, as idéias, o conhecimento, a ciência etc. A estratégia do capitalismo contemporâneo então é de tornar a riqueza difusa (pública) mas sem que ela possa ser socializada (comum). O público e o comum são mantidos separados, como analisa Cocco. Veja bem, a difusão de um bem deve possibilitar que o conhecimento contido nele seja socializado para todos os concorrentes e todos os usuários potenciais. Mas num ritmo lento de socialização, até que possa difundir uma outra inovação que substitua a tempo o seu conhecimento que acabara de ser incorporado pela concorrência e pelos usuários potenciais.

Mas o capitalismo nunca conseguirá controlar toda vida. A transformação do conhecimento em valor implica uma certa instabilidade e uma intensa descontinuidade. A valorização do conhecimento acaba por ser danoso porque pode conduzir a uma perda social de cognição, pois os recursos cognitivos disponíveis não são plenamente utilizáveis, já que o rigor da propriedade intelectual limita a apropriação coletiva do conhecimento. Com isso, como há uma sub-acumulação, derivada do fato de a difusão não permitir que os lucros sejam obtidos em um tempo mais alargado, o investimento de aprendizagem não se torna a preocupação central nem para as empresas, nem para o trabalho. Em suma, essas questões só emergem na atualidade, porque “o conhecimento gera valor se é difuso, mas a difusão tende a reduzir seu grau de apropriabilidade”.¹²

da mídia de massa às mídias das massas

Esse impasse só ocorre porque a economia da informação e o capitalismo são inconciliáveis, pois a principal força produtiva – o saber – não é quantificável, quer dizer, não pode ser medida por horas de trabalho. Além disso, o fato de o saber ser difuso faz com que o capital “saía de uma lógica de valorização baseada em um controle direto do processo de produção”. Por conta disso, provoca uma crise “de fundo no capitalismo e antecipa uma outra economia, de tipo novo e ainda ser fundada”.¹³ Essa outra economia a ser fundada estaria já se constituindo no espaço redes livres (*freenets*): tanto as empresas já estariam trabalhando nas redes para unir-se nos momentos da tomada de decisão; quanto os usuários, através de mecanismos de auto-organização, auto-coordenação e a livre troca de saber, estariam produzindo um mercado para um

12 Negri e Hardt, 2005, p.105

13 Gorz, 2005, pp. 35-38



emaranhado de produtos e serviços criados a partir da colaboração rizomática sem a necessidade de uma intermediação do mercado.

O dilema político reflete um antagonismo entre os infocapitalistas e o que o teórico francês Rosnay denomina de pronetariado. Os primeiros representam “os detentores de modos de criação, de produção e de difusão de conteúdos informacionais ditos «proprietários» (sobre direitos autorais, direitos de licença...), geralmente sob a forma digital”. Os infocapitalistas caracterizam-se por uma força centrípeta da comunicação e da cultura. E são representados pelos que se convencionou chamar de grande mídia (mass media). A força antagonista aos infocapitalistas é representada pelo pronetariado (junção de pro+net+proletariado), “uma nova classe de usuários das redes virtuais capazes de produzir, difundir, vender conteúdos digitais não-proprietários”. São capazes de competir com os infocapitalistas, através de produtos e mercados auto-regulados que criam e administram. Informar-se, ouvir música, ler um livro, escutar músicas, são operações cada vez mais mediadas por mídias criadas pelo pronetariado – as chamadas « mídias das massas ». Como funcionam essas mídias de massa? Como esse sistema de comunicação distribuído, auto-organizado, auto-coordenado e baseado na cultura livre, é construído entre e pelos próprios usuários das redes de comunicação?

A tese de Michael Michel Bauwens¹⁴ é que esse sistema, convencionalmente denominado de economia política dos pares (p2p), funcionaria como um terceiro modo de produção, alicerçado por cinco infra-estruturas:

a primeira é o acesso ao capital fixo, particularmente, aos computadores e a Internet;

a segunda é a disponibilização de sistemas públicos de publicação da informação e de comunicação, que possibilite ao usuário participar hospedando todo tipo de conteúdo, conectando-os a outros conteúdos, a sujeitos e a acontecimentos. São os dispositivos de webcasting ou as mídias sociais colaborativas;

a terceira é a existência de sistemas de troca de arquivos para que a cultura possa circular livre de qualquer intermediação. Do Napster ao Bittorrent, percebemos o próprio movimento da história em busca de uma cultura livre, apesar da contra-ofensiva do Império, com aprovações de lei rígidas contra a troca de dados na rede ou na limitação do seu fluxo (como é o caso da não-aprovação da neutralidade das redes).

a quarta é a existência de um sistema de software destinado à cooperação autônoma. É o caso de software livre.

14 Bauwens, Michel. A economia política da produção entre pares, in http://www.p2pfoundation.net/A_Economia_Pol%C3%ADtica_da_Produ%C3%A7%C3%A3o_entre_Pares

o quinto é a existência de uma infra-estrutura legal que mantenham livres as criações dos usuários. Aqui destaca-se a lógica do copyleft e da licença Creative Commons;

e o último, o requisito social: a aceleração do general intellect na sociedade contemporânea.

Podemos dizer que a axiologia do sistema midiático p2p tem como valor máximo “a troca e a permutação”, concretizada: (1) numa arquitetura participativa entre iguais, isto é, o poder é distribuído entre seus participantes. Os agentes ocupam os mesmos papéis sociais porque detêm igualmente todos os recursos que as redes oferecem; (2) no holoptismo das interfaces, isto é, na permissão aos participantes de ter “livre acesso a inteira informação sobre outros participantes”, principalmente seus recursos e conteúdos; (3) no fato de os conteúdos serem articulados entre si de uma forma que redes sociais sejam criadas a partir deles. Cada produção deve ser conectada a uma outra como forma de gerar um processo de comunicação que possa ecoar seus sentidos e significados a um número maior de usuários; (4) na dimensão “anti-credencialista” das redes, ou seja, a sua predisposição a aceitar qualquer indivíduo para dela participar, sem passar, portanto, por nenhum tipo de intermediação; (5) no sistema de reputação que possa privilegiar aquele que se dedique a construção da própria rede, atestar a qualidade do conteúdo e do sujeito que o construiu e condenar a captura abusiva e privada dos conteúdos considerados comuns; (6) num novo princípio econômico: o conceito de cauda longa. A cauda longa trata-se de uma representação gráfica estatística que mostra que há uma procura elevada para um conjunto pequeno de produtos e procura muito reduzida para um conjunto elevado de produtos. A tese de Anderson é que, numa economia cada vez mais cognitiva, aqueles produtos que são objetos de uma demanda pequena podem coletivamente representar mercados iguais ou superiores aos do blockbuster.

Esse sistema midiático está se popularizando em tal ordem que começa a afetar as corporações da grande mídia. A ponto de a cada grande negócio de mídia, haver um similar colaborativo bastante competitivo no mercado, para se ter alguns exemplos: no audiovisual, Youtube; no áudio: Goear; Last FM; no mercado de música: iTunes; no mercado de Livros: Amazon; no de Rádio: Ipod, Podcasting; no de Email: Gmail; no de Software: Software Livre; no de Imprensa: Oh My News, Blogger,



Wordpress, Indymedia; no de Enciclopédia: Wikipedia; no de fotografia: Flickr; no de Telefonia: Skype; E-commerce: Ebay.

Na arquitetura participativa dessas mídias colaborativas, são fornecidos mais serviços (infoware) do que produtos (software); a contribuição do usuário é encorajada; há um conjunto de mecanismos de inteligência coletiva (folksonomy, por exemplo) que possibilita ao usuário decidir o que é melhor para ele e para a sua rede social; o que é disponibilizado como conhecimento pode ser reutilizado, republicado ou mesmo remixado; há possibilidade de se criar uma customização do gosto e dos interesses, ou seja, o usuário vê o conteúdo que quer, do jeito que quer. Auto-organizada, flexível e participativa, o sistema midiático p2p é um movimento social que discute e transforma o fundamento das redes, levando a economia contemporânea a se estruturar à sua imagem e semelhança. Uma primeira modificação que a colaboração rizomática produz é a mudança da noção de produto. Este se transforma em uma versão beta permanente. A cada novo verbete republicado no Wikipedia, a cada novo vídeo publicado no Youtube, a cada novo tópico aberto no Orkut, a cada post publicado no Blogger, a cada código de programação modificado em um free software, faz cada um desses produto/serviço se metamorfosear em um novo produto/serviço. O tempo da inovação aqui é sincrônico ao tempo da colaboração.

Em comum, essas tecnologias colaborativas têm o fato de catapultar o fordismo da informação, ou seja, o modelo do mass media, um ponto irradia informação para todos. Ou seja, o princípio panóptico da informação está a cada dia mais frágil e sem legitimidade. Os teóricos apontam que a colaboração em rede está produzindo uma passagem da era das mídias das massas. Ou para usar um termo mais próximo: da mídia de massa para as mídias da multidão. A revolta do pronetariado (révolte du pronétariat), a invenção da lógica do “nós, como mídia” (we, the media), o advento das multidões inteligentes (smart mobs), enfim, a nomenclatura é múltipla, mas o acontecimento é único: a mídia é construída a partir de uma subjetivação que se expressa como relacional, cooperativa, interativa e linguístico, enfim, cognitiva.

conclusão

A conclusão desse artigo só poderia ser política. O que estamos percebendo, no início desse século, é uma grande pressão social para que um circuito midiático mais abrangente seja estruturado por nossas instituições democráticas. Temos agora a possibilidade de estruturar um mercado econômico, um direito, um sistema de



mídias e um espaço de circulação de comunicação e cultura, a partir da produção, de qualidade, das bordas. Essa multidão, falo em termos conceituais, porque se trata agora de uma gente que se interliga em rede e que constitui, a partir de seus próprios desejos, um comum. Essas singularidades em rede estão constituindo um novo espaço político de atuação, algo que, aliás, poucos políticos perceberam. Cineastas, videomaker, dramaturgos, atores, dançarinos, programadores de software, músicos, artistas plásticos, designers, jornalistas, publicitários, editores, enfim, toda uma gama de produtores culturais são todos periféricos na estrutura, mas centrais na produção de novas verdades, pensamentos, estilos ou linguagens. A dimensão política nova é trazê-los para dentro da Democracia. Sê-los a base de qualquer política democrática para que não sejam somente capturados para compor subjetividades impostas nas mercadorias do capitalismo.

Então para que a periferia produtiva – o que chamo de precariado da comunicação e da cultura – sejam ainda produtivas é preciso radicar a democracia nas instituições democráticas. É preciso destituir a forma-Estado, que fez desenvolver a lógica monopolista da comunicação. Não há outra saída, não há uma forma de conciliação. O debate sobre a televisão pública e sobre a universalização do acesso às redes virtuais só demonstram a nova bandeira política que se constitui na nossa sociedade. Então é preciso coragem para radicalizar a democracia das mídias.

Referências bibliográficas

- ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. Rio de Janeiro: Campus, 2006
- ANTOUN, Henrique. Democracia, Multidão e guerra no ciberespaço. In: PARENTE, André (org.). *Tramas da rede*. Porto alegre: Sulina, 2004.
- _____. *Cooperação, Colaboração e Mercado na Cibercultura*. E-Compós Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação Em Comunicação. v. 7, n. Dezembro, p. 1-24, 2006.
- BAUWENS, Michel. *A economia política da produção entre pares*. Disponível na internet: <http://www.p2pfoundation.net/A_Economia_Pol%C3%ADtica_da_Produ%C3%A7%C3%A3o_entre_Pares> acesso em 10/01/2007
- BIFO, Franco. *A fábrica da infelicidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005
- GILMOR, Dan. *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença, 2005
- GORZ, André. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.
- RHEINGOLD, Howard. *La comunidad Virtual – una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Edisa, 1996
- _____. *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa editorial, 2004
- LESSIG, Lawrence. *Cultura Livre – como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo: Editora Francis, 2005
- MALINI, Fábio. *O Comunismo das Redes*. Tese de Doutorado. 2007. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação da UFRJ. 315 p.
- NEGRI, Antonio, Hardt, Michael. *Multidão*. São Paulo: Record, 2005
- ROSNAY, Joël de. *La révolte du pronétariat*. Paris: Fayard, 2006