



## **Cooperação na Internet: motivações e efeitos<sup>1</sup>**

Karina PERES<sup>2</sup>

Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, RS

### **Resumo**

Com o advento e popularização da Internet, se observou uma postura solidária das pessoas no uso das ferramentas. Percebeu-se uma disposição em cooperar por parte de quem as utiliza, verificada através do compartilhamento de arquivos e informações, por exemplo. Considerando que tal situação é atípica frente nossa sociedade, que no geral zela pelos bens e conhecimentos individuais e privados, o presente trabalho busca investigar os motivos que levam os indivíduos a cooperar e as possíveis recompensas decorrentes desses atos, por meio de análise do site de compartilhamento de filmes Making Off<sup>3</sup>.

**Palavras-chave:** Internet; comunidade; cooperação; reputação.

### **Introdução**

Muitas das ferramentas disponibilizadas na Internet propiciam um comportamento solidário, incomum ao cotidiano não-virtual dos indivíduos. No mundo online se verifica certa facilidade e até incentivo à cooperação.

A cooperação, bem como a competição e o conflito, são inerentes à comunicação, não apenas quando mediada por computador, mas que o ato de cooperar é fundamental à formação das sociedades. Esses três elementos sofrem interferência mútua, no sentido de muitas vezes a competição e/ou o conflito fomentarem a cooperação entre indivíduos do mesmo grupo (RECUERO, 2009, pp. 81-86).

Ainda assim, nem sempre o sentido das ações que caracterizam a cooperação é declarado. Em muitos casos se verifica a direção todos-todos, classificação que pode ser aplicada a muitos processos que sejam mediados pelo computador (PRIMO, 2007a, p. 71). Quer dizer, não há um direcionamento pré-determinado do possível benefício que certa ação ou informação pode trazer; tampouco é garantido o retorno ao agente, exceto

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo do CECOM-UCPel, e-mail: [hardperes@gmail.com](mailto:hardperes@gmail.com).

<sup>3</sup> <http://www.makingoff.org>



pela possível interferência na imagem dele perante o grupo, o que não se dá imediatamente.

Mesmo sem retorno imediato, percebe-se grande disposição por parte dos agentes. Tome-se como exemplo quem disponibiliza séries para *download*: quase tão logo acaba a transmissão do episódio no país de origem, o arquivo já se encontra disponível em sites que são especializados nisso. Mesmo que pretendamos focar no Brasil, vale o mesmo para a produção de legendas em português, em que também é notável a agilidade na disponibilização.

Para Recuero (2009, p. 81), “a cooperação pode ser gerada pelos interesses individuais, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo.” No decorrer do trabalho será analisado como se manifesta cada uma das possíveis motivações supracitadas.

### **Interesses individuais**

Uma forma de se perceber a cooperação é através da mobilização por meios virtuais. O trabalho coletivo e sem fins lucrativos, para Antoun (2004, online), “se funda em um jogo de parcerias anônimas e produtivas”, por meio de serviços de comunicação diversos. No que se refere à comunicação mediada por computador, tais parcerias são ainda mais visíveis, na medida em que se amplia o acesso aos interesses de cada um e àqueles com quem se tem afinidade.

Quanto ao anonimato de tais parcerias, no entanto, cabe o seguinte questionamento: as ações cooperativas efetuadas na Internet não carregam, muitas vezes, interesses individuais do agente? Quer dizer, além da vontade coletiva envolvida na ação, pode haver – mesmo que em segundo plano – uma intenção em auto-promoção. Para Goffman (1985, pp. 25-27), o indivíduo está constantemente representando um papel, acredite nele – sendo sincero – ou não – sendo cínico.

Em presença de outros, o indivíduo geralmente inclui em sua atividade sinais que acentuam e configuram de modo impressionante fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros. Pois se a atividade do indivíduo tem de tornar-se significativa para os outros, ele precisa mobilizá-la de modo tal que expresse, *durante a interação*, o que ele precisa transmitir (GOFFMAN, 2005, pp. 36-37).



Assim, diz-se que o agente tem a necessidade de salientar sua ação benéfica. Na Internet, isso é inevitável – em maior ou menor grau – em função de sempre haver uma correspondência ação-agente, através da identificação escolhida pelo indivíduo.

Um ator pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*<sup>4</sup>, por um *twitter*<sup>5</sup> ou mesmo por um perfil no Orkut<sup>6</sup>.[...] Em sistemas como o Orkut, os usuários são identificados pelos seus perfis. Como apenas é possível utilizar o sistema com um *login* e senha que automaticamente vinculam um ator a seu perfil, toda e qualquer interação é sempre vinculada a alguém (RECUERO, 2009, pp. 25-28).

Quase qualquer ação realizada em ferramentas online terá relacionada a si quem a efetuou. Existe a possibilidade de usar um perfil falso como forma de fugir dessa identificação, mas ainda assim existirá uma vinculação a uma representação que é, inevitavelmente, controlada por alguém. Indiretamente, portanto, a ação terá correspondência com seu autor, ainda que ele não considere aquela sua representação oficial no ciberespaço. Naturalmente, há exceções a essa regra – cite-se como exemplo a Wikipédia<sup>7</sup> –, mas não cabe aqui discuti-las, visto o foco do trabalho.

### **Capital social**

Outra possível causa que incite a cooperação é a obtenção e manutenção do capital social. O capital social é definido como “conjunto de recursos, efetivos ou potenciais, relacionados com a posse de uma rede durável de relações, mais ou menos institucionalizadas, de interconhecimento e de reconhecimento” (BOURDIEU apud XIMENES, 2008, online). Focaremos no capital social relacional e cognitivo, pois são estes os tipos de capital social que se relacionam com a reputação (RECUERO, 2009, p. 114), aspecto mais fortemente estudado neste trabalho. A reputação, ainda para Recuero (2009, p. 109), é a “percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica três elementos: o ‘eu’ e o ‘outro’ e a relação entre ambos.”

De acordo com Marteleto e Silva (2005, online), “o nível de confiança (e expectativa) entre os indivíduos está relacionado com o capital social cognitivo e influencia a ação coletiva do grupo.” O capital social cognitivo, então, pressupõe confiança por se referir ao conhecimento construído através das informações que partem dos membros do grupo e circulam no meio deste.

---

<sup>4</sup> <http://www.fotolog.com>

<sup>5</sup> <http://www.twitter.com>

<sup>6</sup> <http://www.orkut.com>

<sup>7</sup> <http://pt.wikipedia.org>



O capital social relacional, por sua vez, se refere à “soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos de uma determinada rede” (RECUERO, 2009, p. 50). Zago (2008, online) diz, ainda, que as relações compreendidas no capital social relacional podem se dar em nível individual ou coletivo, quer dizer, dentro de um grupo entre os indivíduos que a ele pertencem ou entre grupos que estejam próximos/conectados dentro de uma rede.

Daí se infere que cooperação motivada pela obtenção ou manutenção do capital social tem a preocupação de a) conquistar a confiança dos outros indivíduos no grupo no sentido de suas colaborações dentro do mesmo serem bem conceituadas (capital social cognitivo) e b) melhorar sua reputação perante os outros membros do grupo em função de ser um ativo colaborador (capital social relacional). Assim, o indivíduo se constitui membro importante para a sobrevivência do grupo, já que “as reputações são construídas socialmente, sendo resultante da historicidade relacional, do capital social dos interagentes” (PRIMO, 2007b, online).

### **Finalidades do grupo**

Muitas vezes a preocupação com a manutenção do grupo está ligada a benefícios propiciados pelo mesmo. Criam-se grupos cujos membros têm a mesma finalidade, por isso, precisam uns dos outros não apenas para que o grupo exista, mas para que se garanta que sua meta seja alcançada – ou não seja perdida. Por exemplo, percebe-se a tendência à formação de grupos que buscam prover acesso a determinado assunto, que seja de seu interesse e que julgam raro na Internet. Uma vez estabelecidos, esses grupos cooperam em prol de um objetivo de todos.

Esses grupos se formam mais por afinidade que por interação. Recuero (2009, pp. 156-157) os chama de “comunidades de associação ou filiação”. Isso porque o motivo que traz os membros ao grupo e os mantém lá é o sentimento de pertencimento, a identificação com o assunto, além da busca por um bem comum.

Diz-se que em tais grupos os laços são principalmente associativos, já que a interação que existe lá normalmente é do tipo reativa. Primo (1998, online) explica que “em um sistema reativo informático, baseado em operações binárias matemáticas, já se pode prever que contexto social, noções de realidade, processos significativos ou interpretativos não são relevantes”, quer dizer, a interação reativa é aquela que acontece essencialmente na relação homem-máquina. A interação mútua, em contrapartida, é construída pelos interagentes: não se trata de selecionar opções, mas de criar sua



alternativa; caracteriza, então, relações homem-homem, ainda que por meio da máquina. Naturalmente, pode haver interação mútua em comunidades de associação, mas esta é menos significativa que a reativa, pois as ações associadas à interação reativa costumam ser suficientes para a manutenção do grupo e para que se atinja o objetivo dos participantes.

## **Metodologia**

Propõe-se uma pesquisa a ser realizada com os membros do site Making Off, cujo propósito é o compartilhamento de filmes alternativos e o fomento da discussão a respeito dos mesmos, por meio de fóruns de discussão.

A observação participante foi escolhida como método uma vez que a autora do trabalho é também usuária do sistema, o que facilita o entendimento das possíveis táticas utilizadas, por estar inserida no contexto. Além disso,

a observação direta, participante e crítica é a melhor técnica a ser utilizada, de forma a conseguir obter dados fenomenológicos que representem a concepção de mundo dos participantes. Essa observação não é genérica, mas particular, detalhada e explorada em profundidade (MONTARDO e PASSERINO, 2006, online).

Ainda assim, o método não exclui a possibilidade de aplicar entrevistas a alguns membros com diferente nível de atividade no sistema, de forma a captar as diferenças nas intenções e percepções de acordo com a posição dos mesmos. Cogitam-se perguntas que busquem deduzir o que lhes proporciona mais satisfação no uso da ferramenta, qual a importância que vêem na ferramenta que usam para si e para os outros, e como sua participação contribui para a manutenção e aprimoramento do sistema.

Contudo, prevendo a dificuldade em obter respostas sinceras acerca da relação atividade-reputação do agente, não será adequado fazer perguntas diretas a esse respeito. Assim, pretende-se pedir para que os entrevistados citem outros membros (um número determinado, preferencialmente) do site, dizendo também se lembram de filmes que estes tenham compartilhado. Esses dados, então, seriam cruzados com a avaliação que o site faz dos membros automaticamente, de acordo com a participação deles. A classificação proposta pelo Making Off vai de “membro novato” a “membro super ativo”.



## Referências bibliográficas

ANTOUN, Henrique. **O poder da comunicação e o jogo das parcerias na cibercultura**. 2004. Disponível em: <[http://www.unisinos.br/publicacoes\\_cientificas/images/stories/pdfs\\_fronteras/vol6n2/10\\_art\\_05\\_67a86.pdf](http://www.unisinos.br/publicacoes_cientificas/images/stories/pdfs_fronteras/vol6n2/10_art_05_67a86.pdf)>. Acesso em: 04 maio 2009.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MARTELETO, Regina; SILVA, Antonio. **Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local**. 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/viewFile/518/472>>. Acesso em: 21 jun. 2009.

MONTARDO, Sandra; PASSERINO, Liliana. **Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações**. 2006. Disponível em: <<http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2008.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007a.

\_\_\_\_\_. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo**. 1998. Disponível em: <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int\\_mutua\\_reativa.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2009.

\_\_\_\_\_. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. 2007b. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/files/03ecompos09\\_AlexPrimo.pdf](http://www.compos.org.br/files/03ecompos09_AlexPrimo.pdf)>. Acesso em: 21 jun. 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

XIMENES, Tereza. **Capital social, redes sociais e inovações produtivas**. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/asoc/v11n2/v11n2a12.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2009.

ZAGO, Gabriela. **A Influência do Capital Social nos Usos do Twitter**. 2008. Disponível em: <<http://gabrielaz.googlepages.com/capitalsocial-twitter.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2009.