



## **O Compartilhamento De Conhecimento Nas Mídias Digitais: Cultura do Faça Você Mesmo Como Contribuição Para Formação da Inteligência Coletiva.**<sup>1</sup>

Jitana Sara da Cunha CARDINS<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba.

### **RESUMO**

Com a conexão à rede crescendo mais a cada dia podemos notar como o internauta vem ganhando voz em meio à comunicação. O que antes era direcionado apenas aos profissionais, hoje é visto como algo que qualquer pessoa pode fazer: compartilhar informações. Inseridas no contexto do ciberespaço e da cibercultura as pessoas estão ampliando sua rede de conhecimentos e contribuindo para o aumento de uma rede maior, chamada de inteligência coletiva, podendo fazer isso através da cultura do faça você mesmo na internet. Com isso nosso trabalho objetiva conhecer melhor a cultura do faça você mesmo e analisar como esta pode ser considerada um fenômeno de contribuição para o crescimento da inteligência coletiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** ciberespaço; cibercultura; inteligência coletiva; faça você mesmo.

### **INTRODUÇÃO**

No contexto em que vivemos atualmente estar conectado é algo comum no cotidiano. A internet já faz parte da vida da maioria das pessoas e o ciberespaço vem se tornando cada vez mais espaço de todos, quebrando barreiras de espaço e tempo. Estando inseridos na cibercultura as pessoas se comunicam estando em lugares distantes, compartilham informações a todo instante, dividem e adquirem conhecimentos, trocam informações e a cada dia formam uma rede de inteligência que está presente em todos os lugares. A essa rede de saberes dá-se o nome de inteligência coletiva.

A inteligência coletiva pode ser compreendida como uma inteligência compartilhada por todos e em diversos lugares, buscando o reconhecimento e enriquecimento mútuo das pessoas. Ela nasce através do compartilhamento de idéias, formando uma rede de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas GMID/PPGC/UFPB. Email: [jitana\\_cardins@hotmail.com](mailto:jitana_cardins@hotmail.com)



comunicação e inteligência que abrange todos os conhecimentos criados e adquiridos de forma individual e apresentados em um espaço comum.

De acordo com Pierre Lévy (2010), a humanidade segue para criar um ambiente mundial no qual a inteligência é o centro de tudo, e o conhecimento, neste contexto, não pode ficar parado, de maneira que deve ser repassado de pessoa para pessoa. A inteligência coletiva, que já foi desprezada pela sociedade, hoje ganha forças com a facilidade de compartilhamento que a internet oferece, principalmente através dos blogs, fóruns, wikis, vídeos tutoriais publicados no youtube apresentados com a web 2.0, que nos ajudam com os mais diversos problemas oferecidos para nós em nosso dia-a-dia.

Com a pretensão de observar como o compartilhamento de ideias na internet contribui para a formação dessa inteligência coletiva, este trabalho tem o objetivo de conhecer melhor a filosofia do faça você mesmo e analisar como esta pode ser considerada um fenômeno de contribuição para o crescimento da inteligência coletiva.

Para tanto pretende-se inicialmente fazer uma explicação dos conceitos de cibercultura e ciberespaço, percebendo como a inteligência coletiva tem sido potencializada nesse contexto. Em um segundo momento discutiremos o conceito de inteligência coletiva e como ela vem se comportando na atualidade. Para finalizar faremos um breve estudo sobre a filosofia do faça você mesmo, analisando de que forma ela pode estar presente no contexto do crescimento da inteligência coletiva.

## **CIBERESPAÇO E CIBERCULTURA: ESPAÇO POTENCIALIZADOR DA INTELIGÊNCIA COLETIVA**

Com o advento das novas tecnologias e a evolução dos meios de comunicação, as sociedades estão cada vez mais focadas em se atualizar e adentrar no mundo da cibercultura. De acordo com Pierre Lévy (2010, p. 17), a cibercultura, é definida como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamentos e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” fornece à inteligência coletiva um ambiente propício para que ela se desenvolva. É na internet que ela toma força hoje e atinge graus de abrangência cada vez mais elevados. Cada pedaço de sabedoria espalhado pela web representa uma contribuição para a continuidade da formação da imensa inteligência coletiva.



Com o passar do tempo torna-se mais fácil divulgar um pensamento, uma ideia, um conhecimento, ou uma opinião, através das ferramentas que a internet oferece. As pessoas aproveitam as oportunidades criadas com estas facilidades e buscam se fazer ouvir, dando oportunidade para o surgimento de um novo pensamento crítico em relação a nossa sociedade. O ciberespaço, definido por Lévy (2010, p. 17) como o “novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores; um universo oceânico de informações que a internet abriga”, abre-se para que os internautas publiquem suas informações e procurem se manter informados, buscando estes conteúdos da maneira que mais lhe convém.

A cada dia que passa o ciberespaço fica mais abrangente e presente no cotidiano das pessoas, modificando as formas tradicionais de ensino e aprendizagem a partir do conteúdo disponibilizado principalmente nas mídias digitais. É algo vivo e marcante na atualidade, relevante para a comunicação. A inteligência coletiva manifesta-se com mais força em meio aos sites e blogs, dos mais diferenciados tipos, incluindo aqueles que disponibilizam vídeos, tutoriais, sistemas de perguntas e respostas, fóruns e portais, que fazem parte dos dispositivos digitais e destacam-se por seus mecanismos de estruturação, especificidades de linguagem, interface e tecnologias.

Nos últimos tempos o ciberespaço tem crescido ainda mais, englobando práticas e costumes no mundo inteiro. À medida que ele cresce fornece um espaço cada vez mais propício para que a inteligência coletiva se desenvolva. De acordo com Lévy,

“nos casos em que processos de inteligência coletiva desenvolvem-se de forma eficaz graças ao ciberespaço, um de seus principais efeitos é o de acelerar cada vez mais o ritmo da alteração tecnossocial, o que torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura, se não quisermos ficar para trás, e tende a excluir de maneira mais radical ainda aqueles que não entraram no ciclo positivo da alteração, de sua compreensão e apropriação.”  
(2010, p. 30)

O autor afirma ainda que a sociedade está cada vez mais inserida no contexto da cibercultura, dessa forma tendo que se esforçar para se manter dentro desse grande universo de informações para não ficar desatualizado. É aí que começamos a perceber que a cibercultura já entrou no cotidiano das sociedades de uma forma irreversível. Foi pensando assim que o sociólogo japonês Yoneji Masuda afirmou:

“As novas tecnologias poderão mudar profundamente a qualidade da vida humana e criar uma sociedade baseada no conhecimento e na inteligência. Nesse estágio, a sociedade da informação alcançará um nível equivalente ao



estágio de consumo de massa em que as pessoas possuem bens duráveis, como televisores e automóveis.” (MASUDA apud SIQUEIRA, 2007)

No momento em que o sociólogo cita uma sociedade baseada no conhecimento e na inteligência podemos fazer uma ligação à sociedade à qual Lévy se refere, onde a inteligência é o centro de tudo, onde o conhecimento não fica parado, onde a inteligência coletiva comanda, mobiliza habilidades, instiga pensamentos e incentiva a divulgação de todo esse material.

“De certa forma, estamos numa posição semelhante à dos europeus do século XVI, que estavam apenas começando a tomar conhecimento do espaço físico dos astros, em espaço totalmente alheio à sua concepção anterior da realidade. Como Nicolau Copérnico, estamos tendo o privilégio de testemunhar a aurora de um novo tipo de espaço, o virtual, e o que a humanidade fará desse espaço, só o tempo irá dizer.” (WERTHEIM, 2001)

## **INTELIGÊNCIA COLETIVA: A ONIPRESENÇA DO SABER**

A inteligência coletiva é uma teoria muito trabalhada pelo pesquisador Pierre Lévy (2000) para definir tudo aquilo que envolve as capacidades cognitivas, técnicas, habilidades e conhecimentos de todos os seres humanos individualmente, mas que unidos formam uma grande rede de informações. De acordo com suas afirmações, ela é uma inteligência compartilhada em todos os lugares, avaliada constantemente, coordenada em tempo real, que conduz a uma mobilização efetiva das habilidades. O autor parte do pressuposto de que ninguém sabe tudo, todo mundo sabe algo e o conhecimento, de uma forma geral, está na humanidade.

O conhecimento de cada um é a matéria-prima para a formação da inteligência coletiva. De acordo com Patrick Charaudeau (2010, p.33), informação “é a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo”. Dessa forma um conhecimento é passado de pessoa para pessoa afim de que faça parte de um conjunto de informações.

Até mesmo nos lugares onde as pessoas são tidas como “ignorantes” existe a inteligência coletiva. “A luz do espírito brilha bem ali onde se trata de fazer crer que não tem inteligência: “fracasso escolar”, “simples execução”, “subdesenvolvimento”, etc. [...] A inteligência coletiva só começa com a cultura e aumenta com ela.” (LÉVY, 2000). De acordo com Santos (2006) cultura:

“está muito associada a estudo, educação, formação escolar. Por vezes se fala de cultura para se referir unicamente às manifestações artísticas, como o



teatro, a música, a pintura, a escultura. Outras vezes, ao se falar na cultura da nossa época ela é quase identificada com os meios de comunicação de massa, tais como o rádio, o cinema a televisão. A lista pode ser ampliada. [...] Cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade.”

Para se ter cultura não é necessário que se tenha instrução, mas sim criatividade e conhecimentos passados hereditariamente, por isso é tão fácil encontrar os mais variados tipos de habilidades e tradições coletivas em meio às pessoas que vivem em sociedade.

O fundamento e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas. É buscar fazer com que todos tenham oportunidade de fazer seus conhecimentos serem divulgados, sendo reconhecidos por isso, e ao mesmo tempo saber de coisas novas, absorver novas habilidades.

“Na era do conhecimento, não reconhecer ao outro em sua inteligência é negar sua verdadeira identidade social, é alimentar seu ressentimento e sua hostilidade, é sustentar a humilhação, a frustração nascida da violência. Contudo, quando se valoriza o outro, segundo a gama variada de seus conhecimentos, o permite identificar-se de um modo novo e positivo, ajuda a mobilizá-lo, a desenvolvê-lo, a mudar sentimentos de reconhecimento que facilitarão, como reação, a implicação subjetiva de outras pessoas em projetos coletivos. (LÉVY, 2000)”

Quando se pensa em inteligência coletiva, pode-se remeter ao pensamento com diferentes idiomas, com tecnologias cognitivas, mas a inteligência culturalmente informada não é programada. Por transmissão, invenção ou esquecimento, o patrimônio comum passa a ser de responsabilidade de todos. “A inteligência do conjunto já não é resultado mecânico de atos cegos e automáticos, pois aqui é o pensamento das pessoas que o perpetua, inventa e põe em movimento a sociedade” (LÉVY, 2000).

A partir da necessidade de se fazer conhecido e de conhecer, o ser humano busca e cria novas formas de se comunicar. Foi assim com o surgimento da oralidade, da escrita, dos meios de comunicação, como a televisão, o rádio, os jornais impressos, as revistas. Contudo, em toda a história, nunca se viu a comunicação tão forte, simples e presente no cotidiano das sociedades como nos dias de hoje, com a presença da internet.

Hoje podemos notar a presença de novas modalidades de comunicação. A informação não sai mais, necessariamente, de apenas um pólo de emissão, como por exemplo na mídia impressa ou televisiva. Na internet estão sendo criados novos meios através dos quais o próprio internauta pode veicular suas informações, ajudar outras pessoas divulgando conhecimentos próprios, adquiridos tecnicamente ou não, repassando habilidades, contribuindo dessa forma para a expansão da inteligência coletiva. Além disso, ele pode também ter uma resposta rápida sobre aquilo que ele está veiculando.



A produção de conteúdo independente é considerada por Thompson (2008) uma das principais formas de analisarmos o desenvolvimento da comunicação e o seu impacto na sociedade moderna. O uso de meios de comunicação pela população em geral implica uma nova forma de ação e de interação, através de novos tipos de relações sociais.

Se compreendermos a verdadeira globalização, através das considerações de Thompson (2008), como um processo de relações que acontecem em uma arena global e suas atividades envolvendo reciprocidade e interdependência de conteúdo, a web 2.0, com os seus blogs, fóruns wikis etc. serão uma unanimidade neste processo e um elemento relevante no desenvolvimento das sociedades modernas e no processo de formação de um indivíduo mais reflexivo.

### **MANIFESTAÇÕES DA INTELIGÊNCIA COLETIVA NA INTERNET: CULTURA DO FAÇA VOCÊ MESMO**

A filosofia do faça você mesmo surgiu na década de 70 quando bandas dos Estados Unidos começaram um movimento gerado pela insatisfação de ver o rock ser industrializado e comercializado. Era o movimento punk que buscava a oportunidade de fazer música independente e com uma ideologia política muito forte. “As bandas punks tradicionalmente se ajudavam conseguindo shows em outras cidades, organizando turnês, lançando discos, etc.” (O’HARA, 2005)

Foi aí que surgiram as bandas com músicas com um estilo mais simples e rebelde, indo contra o que era tradicional na época. “O punk rock diferiu do rock’n’roll tradicional não apenas no som, no conteúdo das letras e no estilo de se apresentar, mas também na maneira como as bandas dirigem seus negócios e interagem com seu público.” (O’HARA, 2005) O faça você mesmo tornou-se então uma forma de negócios entre os membros das bandas punks. “O espírito do empreendimento punk tem sido o faça você mesmo. Essa é uma extensão dos princípios anarquistas que requerem responsabilidade e cooperação para construir um futuro mais produtivo, criativo e agradável” (O’HARA, 2005)

Ao longo dos anos a filosofia do faça você mesmo tem se modificado e encontrado uma diversidade maior de áreas de atuação, mas sempre baseada em muita criatividade e compartilhamento de informações. Hoje em dia podemos enxergar essa filosofia tomando força na internet. Isso é percebido no momento em que presenciamos blogueiros ensinando seu público a fazer alguma atividade sozinho, em casa, sem que haja necessidade de contratar um serviço para tal. É fácil perceber que essa vertente vem se fazendo presente em vários



blogs. O termo blog é uma versão reduzida da palavra “weblog”, correspondente a tradução das palavras “Web”, que vem de World Wide Web (rede de alcance mundial), e “log” (diário de bordo). Juntas indicam um espaço, onde é possível registrar informações sobre diversos temas, sejam eles, pessoais, políticos, religiosos, entre outros. Os blogs possibilitam uma comunicação democrática, na qual o emissor e receptor tornam-se um só no momento em que compartilham e procuram conhecimentos.

Essa comunicação democrática, proporcionada pela livre utilização dos recursos de compartilhamento da informação e outras ferramentas das mídias digitais, começa a transformar o modo como a inteligência coletiva se apresenta em um contexto comunicacional. Agora os profissionais de comunicação não mais detêm o domínio sobre o que está sendo veiculado e a quebra de padrões é constante.

São muitas as opções que o internauta tem para divulgar e procurar informações. Existem sites dos mais diversos tipos, que divulgam vídeos; tutoriais de como se fazer algo; perguntas e respostas; fóruns de discussão; os blogs. Os internautas aproveitam essa liberdade e variedade de espaços que existe na internet para dar opiniões, ensinar alguma coisa, transmitindo um conhecimento que dominam, mostrar o seu cotidiano, enfatizar algum fato veiculado pela mídia tradicional, e até mesmo noticiar algum acontecimento presenciado em um momento que a mídia não estava presente. As possibilidades são infinitas, e tudo isso faz parte da formação da inteligência coletiva. O estudo de Lévy (2000):

“convoca a um novo humanismo que inclui e amplia o “conhece-te a ti mesmo” em “aprendamos a conhecemo-nos para pensarmos juntos” e que generaliza o “penso, logo existo” em “formamos uma inteligência coletiva, logo existimos como comunidade eminente”. Se passa do cogito cartesiano ao cogitamos. Longe de fundir as inteligências individuais em uma espécie de magma indistinto, a inteligência coletiva é um processo de crescimento, de diferenciação e de reativação mútua das singularidades. A imagem instável que emerge de suas habilidades, de seus projetos e das relações que seus membros mantêm no espaço do conhecimento constitui para um coletivo um novo modo de identificação, aberto, vivo e positivo.” (LÉVY, 2000)

Desse modo pode-se concluir que a inteligência coletiva é um fato do cotidiano das pessoas na atualidade, que por sua vez, mesmo sem intenção, fazem questão de contribuir constantemente para o crescimento desta inteligência universal, através, também, do faça você mesmo. “Ao interagir com diversas comunidades, os indivíduos que encorajam o espaço do conhecimento são, às vezes singulares, múltiplos, nômades e seguem no caminho da aprendizagem permanente.” (Lévy 2000).

Esse fenômeno é observado em muitos blogs que se utilizam da filosofia do faça você mesmo, sites de tutoriais, de perguntas e respostas, de fóruns, wikis e vídeos tutoriais



publicados no Youtube, em que as pessoas ensinam outras a fazer algo, compartilhando seus conhecimentos, ou simplesmente divulgando os seus feitos, registrando o processo para promoção própria ou servir de guia (passo-a-passo). A internet está proporcionando isto por iniciativa de pessoas, com conhecimentos específicos ou não, que estão disponibilizando esse tipo de conteúdo e criando uma nova situação de auto-aprendizagem e expansão da inteligência coletiva.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao percebermos a evolução das mídias digitais e a expansão da internet podemos enxergar que há um forte aumento nas conexões. A partir disso as pessoas se sentem livres para expressar opiniões e compartilhar informações. O ciberespaço se torna um ambiente propício para esse compartilhamento de informações que fazem parte do cotidiano das pessoas.

Em meio a tudo isso podemos perceber que as redes sociais, os blogs, sites, entre outros, se abrem dando essa oportunidade de compartilhamento e é muito comum vermos que os internautas estão postando seus conhecimentos próprios, ensinando as pessoas a fazerem coisas, utilizando suas habilidades. E essa é a ideia da cultura do faça você mesmo. Incentivar as pessoas a fazerem elas mesmas suas próprias coisas. Sem necessariamente precisar contratar mão de obra especializada, indo contra o que normalmente se vê.

Dessa maneira, a partir do momento que conhecimentos são compartilhados afim de que outras pessoas possam aprender com aquilo, mais pedaços da grande rede de inteligência coletiva é formada. Assim podemos perceber que a cultura do faça você mesmo faz parte da formação da inteligência coletiva, quando a partir dela há uma contribuição para o compartilhamento de tantas informações na rede.

Considerando que os estudos de comunicação dando relevância à cultura do faça você mesmo ainda são muito escassos percebemos que faz-se necessário uma análise mais aprofundada do assunto para perceber com maior profundidade exemplos de como essas manifestações acontecem na internet e em meio às mídias digitais.

## **REFERÊNCIAS**

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6 ed. 2007.





LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. 3 ed. São Paulo: 34, 2010.

MINNAYO, Maria Cecília de Souza (org.) **Pesquisa Social**: Teoria, Método e Criatividade. Petrópolis: Vozes, 1997.

O'HARA, Craig. **A filosofia do punk**: mais que barulho. São Paulo: Radical Livros, 2005.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 3ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

RODRIGUES, Willian Costa. **Metodologia Científica**. Disponível em:  
<[http://professor.ucg.br/siteDocente/admin/arquivosUpload/3922/material/Willian%20Costa%20Rodrigues\\_metodologia\\_cientifica.pdf](http://professor.ucg.br/siteDocente/admin/arquivosUpload/3922/material/Willian%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf)>. Acesso em: 10 nov 2011.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Revolução Digital**. São Paulo: Saraiva, 2007.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

WERTHEIM, Margaret. **Uma história do espaço diante à internet**. Trad. Maria Luiza Borges. Revisão técnica Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.