



O INSTITUTO MÍDIA ÉTNICA COMO EXPERIÊNCIA DE INTELIGÊNCIA COLETIVA E CULTURA PARTICIPATIVA

EL INSTITUTO MIDIA ETNICA COMO UNA EXPERIENCIA DE LA INTELIGENCIA COLECTIVA Y LA CULTURA PARTICIPATIVA

THE MEDIA ETHNIC INSTITUTE AS AN EXPERIENCE OF COLLECTIVE INTELLIGENCE AND PARTICIPATORY CULTURE

Dulce Márcia CRUZ

Professora doutora do Departamento de Metodologia de Ensino e do Programa de Pós-graduação em Educação, do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal de Santa Catarina. Bolsista Produtividade CNPq- **Brasil**.
E-mail: dulce.marcia@gmail.com

Elias Gilberto Filimone DJIVE

Possui graduação em Letras pela Universidade Eduardo Mondlane. Atualmente é docente da Escola Superior de Jornalismo, em Maputo, Moçambique. Bolsista de Mestrado do CNPq no Programa de Pós-graduação em Educação, Centro de Ciências da Educação, da Universidade Federal de Santa Catarina- **Moçambique**.
E-mail: eliasdjive@gmail.com

RESUMO

Este artigo visa interpretar a comunidade virtual Instituto Mídia Étnica, à luz dos conceitos de inteligência coletiva e cultura participativa, na visão de Pierre Lévy e Henry Jenkins. Outro propósito é procurar perceber como as mídias têm propiciado uma esfera pública democrática valorizando a diversidade. A pesquisa qualitativa teve um caráter etnográfico ou, mais precisamente, netnográfico, como metodologia mais apropriada para se estudar as comunidades virtuais. Resultados mostraram que o Instituto desenvolve um trabalho colaborativo usando o portal Correio Nagô para a partilha dos conteúdos entre os membros, através de comentários e propostas de solução. Por essa razão, pode ser visto como espaço alternativo, democrático e plural das vozes dos negros na Bahia, no Brasil, no continente africano e no mundo inteiro ao apropriar-se das potencialidades das tecnologias de informação e comunicação (TIC) para desenvolver, entre seus membros, a cultura participativa concorrendo, deste modo, para o desenvolvimento da inteligência coletiva.

Palavras-chave

Cultura participativa. Inteligência coletiva. Netnografia. Instituto mídia étnica. Políticas identitárias.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo interpretar la comunidad virtual étnico Instituto de Medios, y los conceptos de inteligencia colectiva y la cultura participativa, la visión de Pierre Lévy y Henry Jenkins. Otro propósito es mirar para ver cómo los medios de comunicación han favorecido una esfera pública democrática, valorando la diversidad. La investigación tenía un etnográfica cualitativa o, más precisamente, netnographic como la metodología más adecuada para estudiar las comunidades virtuales. Los resultados mostraron que el Instituto desarrolla un portal de colaboración mediante el correo Nagô para compartir contenido por los miembros a través de los comentarios y propuestas de solución. Por esta razón, puede ser visto como un espacio democrático y voces plurales de los negros en Bahía, Brasil, en África y en todo el mundo mediante la apropiación de las posibilidades de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para el desarrollo entre sus miembros, la cultura participativa contribuyendo así al desarrollo de la inteligencia colectiva.

Palabras clave

Cultura participativa. La inteligencia colectiva. Netnografía. Instituto Mídia Étnica.

ABSTRACT

This paper aims to interpret the virtual community Ethnic Media Institute, and the concepts of collective intelligence and participatory culture, the vision of Pierre Lévy and Henry Jenkins. Another purpose is to look to see how the media have favored a democratic public sphere valuing diversity. The research had a qualitative ethnographic or, more precisely, netnographic as the most appropriate methodology to study virtual communities. Results showed that the Institute develops a collaborative portal using the Mail Nagô to share content by members through comments and proposed solutions. For this reason, it can be seen as democratic space and plural voices of blacks in Bahia, Brazil, in Africa and around the world by appropriating the potential of information and communication technologies (ICT) to develop among its members, participatory culture contributing thus to the development of collective intelligence.

Keywords

Participatory Culture. Collective intelligence. Netnography. Media Ethnic Institute.

INTRODUÇÃO

1- De acordo com Lévy (2011, p. 23), "o grande movimento de desterritorialização, que começa a desenvolver-se na aura dos tempos modernos, não resulta na supressão dos territórios, mas em sua subversão, sua subordinação aos fluxos econômicos".

A cibercultura tem como sua pauta os temas da sociedade, porque está inserida na sociedade e nas práticas cotidianas; ela ganha vida no dia a dia, dinamizando o imaginário contemporâneo e concretizando-se nas práticas. Ela permite a audição das aflições e anseios das coletividades humanas, traduzindo o pensamento plural dos indivíduos de forma "desterritorializada" e indiscriminadamente.

A abertura do ciberespaço permite conceber formas de organização econômica e social centradas na inteligência coletiva e na valorização do humano em sua variedade, como aponta Lévy (2011), pois, com a desterritorialização¹, tornada possível pelas novas tecnologias, o movimento no espaço e tempo ganha outra dinâmica. De tal modo que "[...] mexer-se não é mais deslocar-se de um ponto ao outro da superfície terrestre, mas atravessar universos de problemas, mundos vividos, paisagens dos sentidos" (LÉVY, 2011, p. 14). Independentemente das distâncias geográficas, os indivíduos podem partilhar os seus saberes, reunidos numa comunidade de conhecimento mais diversificada e rica em experiências, vivências, culturas e opiniões.

O presente artigo pretende levar a cabo um exercício de identificar, no Instituto Mídia Étnica, o trabalho colaborativo que se relaciona com a inteligência coletiva desenvolvida por Pierre Lévy (2011), bem como o conceito de cultura participativa desenvolvido por Henry Jenkins (2012), nos seus trabalhos com a Cultura da Convergência. O nosso objetivo consiste, igualmente, em demonstrar como a convergência tecnológica tem permitido espaços de democratização dos cidadãos, de modo a que possam manifestar suas preocupações sem necessitar de usar mecanismos de representatividade tradicionalmente instituídos, nos movimentos sociais.

Concomitantemente, nosso objetivo nesta pesquisa prende-se com as relações que se estabelecem entre os membros dessa comunidade, os impulsos que os movem para um fim comum relativamente à condição do negro no espaço brasileiro e internacional: na mídia, na educação, na saúde, na religião, no emprego, na arte, etc., em todas as vertentes da sociedade em que eles se sentem menos (ou não) representados, ou ainda marginalizados em detrimento dos brasileiros não negros, como em todos os continentes.

Nosso interesse não consiste em delinear estratégias para a solução dos problemas do negro no Brasil e no mundo afora, mas sim compreender como as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm vindo a permitir que estas comunidades *online* se expressem livremente, e como o Instituto Mídia Étnica, junto com os seus membros e todos os 15 grupos que compõem a mesma comunidade, se tem beneficiado destas ferramentas contemporâneas para alcançar os seus desígnios.

Nossa hipótese neste texto é que, nos propósitos desta comunidade online se encontram a inteligência coletiva e a cultura participativa, na medida em que o conhecimento é trazido pelos membros e leitores deste espaço, ao se identificarem com as causas da existência do Instituto Mídia Étnica.

O Instituto Mídia Étnica é responsável pela produção do Correio Nagô, um portal de jornalismo sobre temas ligados à comunidade negra que permite acesso *online* para seus 15 grupos e que se apresenta, ao mesmo tempo, como um grupo e como um espaço de debate de diversos temas do movimento negro no Brasil. Assim, o Instituto, apesar de estar sediado em Salvador (Bahia-Brasil), ao poder ser acessado desde qualquer lugar do planeta a partir do espaço comunicativo do Correio Nagô, será aqui considerado como uma comunidade virtual ou *online*.

Consideramos que, ao se virtualizar como rede social a partir de sua desterritorialização, o Instituto passa a integrar o ciberespaço e possuir as características definidas por Rheingold (1996, p.18), como uma comunidade virtual: uma experiência social não planejada na qual os participantes “[...] de um debate levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço, espaço conceptual onde se manifestam palavras, relações humanas, dados, riqueza e poder dos utilizadores da tecnologia de CMC.”

Para estudar essa comunidade *online* foi utilizada a netnografia, uma metodologia voltada para as pesquisas com comunidades mediadas pelos computadores (CMC) e como uma nova metodologia para compreender a nova realidade trazida pelo ciberespaço, assim como a sua relação com a investigação antropológica e o estudo das relações das sociedades humanas num contexto de cultura da convergência. Estas abordagens sobre etnografia são trazidas nesta pesquisa a partir de vários artigos de pesquisadoras que tiveram como suporte bibliográfico autores como Hine, Bishop, Star, Neuman, Ignacio, Sandusky e Schatz e Kozinets. Mais adiante, são definidos os conceitos de cultura participativa e inteligência e os seus impactos positivos ao abrigo da formação espontânea de opiniões em coletivos inteligentes.

CULTURA PARTICIPATIVA E INTELIGÊNCIA COLETIVA

2- Para Jenkins (2012) participação são as formas de engajamento do público moldadas pelos protocolos sociais e culturais, e não pela tecnologia em si.

Os conceitos inteligência coletiva e cultura participativa são bastante interligados, na medida em que se torna impensável conceber um trabalho colaborativo sem o envolvimento (participação²) de membros dessa coletividade engajada nessa colaboração. Por outro lado, o engajamento dos membros de uma determinada agremiação concorre para um conhecimento (inteligência) coletivo dos seus membros constituintes. Assim, trataremos destes conceitos de forma separada, como estratégia metodológica, mas, em determinadas ocasiões, iremos tocar em ambos, em simultâneo.

Cultura participativa

De acordo com Jenkins (2012, p. 378) “[...] cultura participativa refere-se à cultura em que os fãs e outros usuários são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos”. Deste modo, esta cultura implica o engajamento de to-

3- Inicialmente, este termo referia-se a qualquer revelação sobre o conteúdo de uma série televisiva que talvez não fosse do conhecimento de todos os participantes de uma lista de discussão na Internet. Gradualmente, passou a significar o processo ativo de localizar informações que ainda não foram ao ar na televisão, nas palavras de Jenkins (2012).

dos os membros na busca, criação, recriação, inovação, etc. de conteúdos para alimentar a comunidade.

O mesmo autor refere ainda que a era da convergência das mídias permite modos de audiência comunitários, em vez de individualizados. Assim, com o encontro das mídias (tradicionais e novas), torna-se possível aos *spoiling*³ avaliar o conhecimento que é veiculado pelas mídias e que entre em discordância com os princípios de igualdade racial, no caso do Instituto Mídia Étnica, ferindo a cidadania dos negros e das negras brasileiras. E a maneira democrática de produzir e avaliar o conhecimento das mídias é uma das razões que torna os *spoiling* uma prática mais atrativa.

Na cultura participativa, supõe-se que cada pessoa tem algo a contribuir, mesmo que seja de forma provisória, instantânea. E é esta contribuição que vai concorrer para a inteligência coletiva dos membros de certa comunidade online, fortalecendo e reafirmando os laços sociais, e não a posse do conhecimento individual, particularizado, mas o processo de aquisição do conhecimento que é dinâmico e envolvente.

Com as novas tecnologias midiáticas, os cidadãos estão se envolvendo cada vez mais com conteúdos das mídias tradicionais, encarando a internet como plataforma para ações coletivas, na solução dos seus problemas, deliberações públicas e criatividade alternativa. Com a convergência das mídias, as comunidades encontram novas formas de resolver os velhos e frequentes problemas que a humanidade sempre enfrentou, tanto entre os membros da sociedade, como com os líderes políticos, religiosos, midiáticos.

Jenkins (2012) considera que os novos meios de comunicação não estão substituindo os velhos, mas sim os estão transformando. Devagar, mas de modo perceptível, a velha mídia, continua o autor, está-se tornando mais rápida, mais transparente, mais interativa – não porque quer, mas porque precisa. E é esta interatividade que permite a efetivação da cultura participativa, dentro das CMCs.

Inteligência Coletiva

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos.
Jürgen Habermas (1997, p. 92, grifo nosso).

O conceito inteligência coletiva é largamente desenvolvido por Lévy (2011, p. 29), segundo o qual se trata de “[...] uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente, valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências.” A base e o objetivo da inteligência coletiva, para este autor, são “o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas” (LÉVY, 2011, p. 29).

Relativamente à distribuição da inteligência por toda parte, o mesmo autor ressalta que o conhecimento não existe confinado num só indivíduo, mas sim se encontra espalhado por toda parte; considera que não há um reservatório do conhecimento, cada um de nós sabe um pouco daquilo que constitui o conhecimento da humanidade. Deste modo, quanto melhor os grupos humanos conseguem se constituir em coletivos inteligentes, em sujeitos cognitivos abertos, capazes de iniciativa, de imaginação e de reação rápidas, melhor asseguram seu sucesso no ambiente altamente competitivo (LÉVY, 2011).

Com o uso das novas TIC pelas sociedades, se fornecem instrumentos para reunir forças mentais dos grupos sociais - indignados, marginalizados etc. - seus conhecimentos, suas habilidades cognitivas com o propósito de constituir inteligentes coletivos, em direção à solução das preocupações que as mídias tradicionais (massivas e comunitárias ou alternativas), por si só não conseguem superar.

Nesses grupos, apropriando-se do potencial das novas tecnologias, seus laços sociais se tornam mais fortes e coesos, na busca de criação, recriação, inovação, produção de conhecimentos coletivos, como reforça Lévy (2011, p. 64): o “[...] uso socialmente mais rico da informática comunicacional consiste, sem dúvida, em fornecer aos grupos humanos os meios de reunir suas forças mentais para constituir coletivos inteligentes e dar vida a uma democracia em tempo real.”

Esta democracia em tempo real se materializa com base nas facilidades de acesso à informação que as TIC permitem, aliado à convergência dos meios e usos que vai para além dos computadores, abrangendo os celulares que, devido à evolução tecnológica, reúnem várias funções que outrora não era possível ter num só meio de comunicação.

Este tipo de democracia proporcionada pelas TIC dá às coletividades humanas a possibilidade de proferir um discurso plural, sem passar por representantes institucionalmente eleitos. Mais ainda, o ciberespaço abre, hoje, incomensuráveis perspectivas de um aprofundamento das práticas democráticas. Porém, há que reconhecer que nem todos os cidadãos (especialmente negros) do Brasil têm acesso a essas TIC, o que nos permite supor que os membros da comunidade virtual, Instituto Mídia Étnica, talvez usem este espaço para reforçar as preocupações e lutas dos movimentos da população negra.

As comunidades virtuais podem ser entendidas como uma estratégia do indivíduo inserido numa sociedade em rede de se fazer reconhecer por meio de uma ou várias identidades. Isso porque, segundo Corrêa (2004, p.7), o indivíduo escolhe, elege de qual comunidade virtual “[...] quer fazer parte, sendo a principal motivação o seu interesse particular em um ou mais assuntos em que percebe uma identificação e encontra pessoas com quem possa compartilhar idéias e promover discussões públicas.”

Com as novas tecnologias, os membros de uma comunidade pensante, seja online ou não, examinam, registram, conectam, meditam, empreendem, e seu saber coletivo se materializa em uma gigantesca imagem eletrônica pluridimensional, quase viva em transformação permanente, florescendo aos passos das invenções, das descobertas. Assim, “[...] o intelectual coletivo agrega suas práticas, suas esperanças, seus interesses, suas negocia-

ções, seus trasbordamentos, sedimenta seus devires subjetivos, concretiza seus afetos e, ao fazê-lo (se fazendo), produz seu mundo.” (LÉVY, 2011, p. 188).

As comunidades virtuais possibilitam a aquisição de conhecimentos que levam à autodefinição dos próprios grupos, do conhecimento de si mesmo e da afirmação perante outros grupos que, de certa forma, não reconheçam as habilidades, cultura, virtualidades, identidades dos cidadãos desses grupos marginalizados.

Estas comunidades, quanto mais numerosas forem, mais oportunidades têm de diversificar seus saberes e anseios, e mais enriquecem com sua variedade viva às comunidades pensantes para cuja construção elas contribuem. “Em cada mundo virtual, uma pessoa revestir-se-á de um corpo angélico diferente” (LÉVY, 2011, p. 92).

Um coletivo ou comunidade humana pensante age como uma sociedade anônima dentro da qual cada um dos seus membros contribui com os seus conhecimentos, suas habilidades, suas emoções, suas crenças e seu modo de aprender e ensinar, sem que se sintam limitados. A partir da inteligência valiosa de cada membro dos coletivos inteligentes, constrói-se uma globalidade de ideias que enriquecem o pensamento do grupo e dos seus elementos.

METODOLOGIA

Os estudos sobre as comunidades virtuais vêm da década de 1990 e muitas são as abordagens e metodologias. Recuero (2005), por exemplo, entende as comunidades virtuais como redes sociais e propõe uma metodologia para seu estudo a partir da estrutura, organização e dinâmica. Para estudar os fatos e fenômenos ligados à internet, e poder interpretar o comportamento cultural da comunidade *online*, como é o caso do Instituto Mídia Étnica, que é o objeto desta pesquisa, recorreremos à netnografia ou etnografia virtual que Hine (2008) considera como sendo a metodologia adequada para estudos qualitativos realizados nos espaços da internet.

Essa é uma metodologia que olha para as pesquisas no mundo digital como sendo diferente de outros tipos de pesquisas. Daí a necessidade de haver um tratamento diferenciado pelo pesquisador quando se vão interpretar estes fenômenos que caracterizam as CMC.

Deste modo, urge a necessidade de esclarecer esta nova metodologia no campo das pesquisas de comunidades online. Para o efeito, recuperamos a gênese deste conceito, que é avançado por Braga (2006, p. 4, grifo do autor)

O neologismo “netnografia” (nethnography=net+ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte-americanos/as, Bishop, Star, Neuman, Ignacio, Sandusky e Schatz, em 1995, para descrever um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para “seguir” os atores.

Outro elemento importante a referir é que o conceito netnografia é mais usado pelos estudiosos da área de *Marketing* digital, e etnografia virtual é amplamente usado pelos pesquisadores da área de Comunicação. Por outro lado, este conceito deriva, como se nota na associação etimológica, do conceito etnografia, que se trata de um conceito amplamente aplicado na Antropologia segundo Kozinets (2002), citado por MONTARDO e ROCHA (2005, p. 35):

Netnografia é definida como um método de pesquisa que derivado da teoria etnográfica desenvolvida no campo da Antropologia e, costuma-se dizer que a netnografia tem conhecido um crescimento considerável devido à complexidade das experiências da sociedade digital.

Portanto, se a etnografia é uma metodologia científica que pressupõe o envolvimento do pesquisador com os abjetos pesquisados, face a face, a netnografia, por sua vez, exigirá do pesquisador dessas CMC o seu envolvimento para efetuar a observação participante que se recomenda nos estudos antropológicos, pois, “toda etnologia supõe um testemunho direto de uma atualidade presente” (AUGÉ, 1994, p. 75). Assim, para estudar a comunidade virtual Instituto Mídia Étnica, houve necessidade de imergir nessa CMC.

Essa imersão foi possível graças a uma primeira conversa *online* tida com o seu criador, Sr. Paulo Rogério, explicando o nosso interesse na pesquisa com fins meramente acadêmicos e o objetivo de demonstrar até que ponto essa comunidade desenvolve os conceitos de inteligência coletiva e cultura participativa nas suas atividades. Coincidentemente, um dos objetivos desta agremiação é ser difundida pelos estudiosos, ativistas, etc. Deste modo, o nosso estudo é visto pelos membros desta comunidade como uma plataforma de divulgação, no campo acadêmico.

Segundo Christine Hine (2008), como uma forma mais ativa de engajamento etnográfico, as pesquisas baseadas na etnografia virtual requerem que o pesquisador mais do que observar (de forma oculta, ou *lurking*) ou fazer *download* de arquivos nas comunidades que estuda na internet, deve se engajar com os participantes. Com isso, o pesquisador imerge com o intuito de dar sentido às pessoas, quer esse sentido seja por suposição ou pela maneira implícita em que os próprios membros integrantes dessas comunidades dão significado às intenções comunicativas.

Braga (2006, p. 5) refere ainda que a “participação no ambiente pesquisado possibilita o ofício do etnógrafo a uma imersão e experiência efetiva”, e é esta participação que torna as comunidades virtuais mais dinâmicas e mais interessantes, pela cumplicidade que o pesquisador assume ao se tornar pesquisador-*insider*⁴ nessas práticas comunicacionais das subculturas da *web*. E com essas ferramentas cria-se um fluxo de deverdor da participação ativa dos cidadãos - que elegem a inteligência coletiva – que trarei mais adiante – como plataforma do seu potencial.

4-Pesquisador-insider, no entendimento de Amaral (2008), permite ao pesquisador quanto aos pesquisados um nível de envolvimento e partilha de ideias no processo da própria pesquisa. Ambos, pesquisador e pesquisados, descobrem campos de pertencimentos comuns nas suas atividades cotidianas.

O INSTITUTO MÍDIA ÉTNICA

O Instituto de Mídia Étnica, objeto desta pesquisa, é uma organização da sociedade civil, sediada em Salvador (Bahia-Brasil) que realiza projetos para assegurar o direito humano à comunicação e ao uso das ferramentas tecnológicas, especialmente para a comunidade afro-brasileira. Salvador é a cidade mais negra fora da África e, para ampliar o acesso dos negros aos meios de comunicação, foi criado este instituto, em 21 de outubro de 2005, no Museu de Arte Moderna da Bahia.

O mais importante dos objetivos deste instituto é lutar pela equidade racial, pela cidadania e pelo desenvolvimento social sustentável e incluir os negros em todo o processo midiático (INSTITUTO, 2005). Este grupo atualmente conta com 115 integrantes, provenientes de todos os quadrantes do mundo, independentemente da cor da pele, da condição social, da crença religiosa ou filiação partidária.



Figura 1: Logotipo do Instituto Mídia Étnica

Fonte: Rede Social Correio Nagô (2012).

O Instituto Mídia Étnica é, igualmente, responsável pela produção do Correio Nagô - www.correionago.com.br - um portal de jornalismo colaborativo sobre temas ligados à comunidade negra, vencedor do edital para mídia eletrônica da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB) e que possui uma rede social que pode ser acessada pelo link www.correionago.ning.com.

As suas principais ações prendem-se com i) advocacia para a diversidade na mídia; ii) treinamento de jornalistas e estudantes de comunicação; iii) assessoria para organizações afro-brasileiras; iv) monitoramento dos meios de comunicação; v) realização de campanhas publicitárias; vi) *Media Training* para lideranças de movimentos sociais; vii) Treinamento de jovens para o uso da Comunicação e viii) Produções audiovisuais. Conforme se pode notar através destas ações, trata-se de uma agremiação que vai para além de discussões políticas, mas sim preocupados com a condição do negro em todas as esferas da vida.

O Instituto Mídia Étnica e os seus grupos, todos compõem o portal Correio Nagô. Movidos pela constatação de Marcus Mosiah Garvey, na citação supra, junto com os seus membros, partem em busca de soluções para o conhecimento da sua própria história e cultura, enquanto afro-brasileiros, tal como descrevem no *site*:

Uma das formas de resistência encontradas pelos primeiros negros escravizados trazidos à força para o Brasil foi a transmissão de conhecimento e informação através da história oral. Assim nasceria o “correio nagô”, adaptado à realidade enfrentada por cada um dos negros saudosos de sua terra, mas conscientes dos valores que naturalmente exigiam preservação. (INSTITUTO..., 2012, grifo do autor).

Movidos por esse espírito, os jovens afro-brasileiros organizaram-se para levar adiante o resgate da sua história e cultura, pretendendo, ainda, lutar contra a discriminação e exclusão sócio racial a que estão sujeitos os negros de toda a parte do mundo, e a discriminação que ocorre na mídia brasileira. Estes objetivos são perseguidos através da participação colaborativa dos seus leitores oriundos da Bahia-Brasil e do mundo:

Outra missão da nossa rede social é estabelecer um canal de notícias tratando da cultura negra, possibilitando a difusão do que vem sendo produzido por diversas comunidades e grupos militantes do movimento negro. É veiculando imagens, vídeos, notícias e eventos culturais abordando a temática afro, que o Correio Nagô pretende combater uma das piores formas de marginalização do nosso tempo: a falta de acesso à informação. Informar e divertir, socializar e interagir, esses também são outros verbos que propomos aos nossos leitores, parceiros e colaboradores. (INSTITUTO..., 2012).

É nos propósitos desta comunidade online que se encontram a inteligência coletiva e a Cultura Participativa, na medida em que o conhecimento é trazido pelos membros e leitores deste espaço, ao se identificarem com as causas da existência do Instituto Mídia Étnica. De ressaltar que o Correio Nagô é o portal principal de acesso a todos os quinze (15) grupos criados pelo Instituto Mídia Étnica, e que o próprio Instituto se apresenta como um grupo e espaço de debate de diversos temas do movimento negro no Brasil.

Os 15 grupos do correio Nagô respondem, cada uma a seu modo, às diversas preocupações dos negros brasileiros e de toda a parte do mundo. Daí o sucesso desta comunidade online. O Instituto Mídia Étnica criou o portal Correio Nagô: um espaço onde os negros pudessem trazer suas contribuições relacionadas às preocupações do negro no espaço midiático, nas manifestações artísticas, na educação, na religião, no emprego e negócios, na saúde, etc. A partir de um espaço que desenvolve o espírito democrático e apropriando-se das possibilidades que as novas tecnologias lhes possibilitam para desenvolver a sua interatividade, possam colaborar sem fronteiras e sem ter que, necessariamente, passar pelos representantes políticos, religiosos, entre outros.

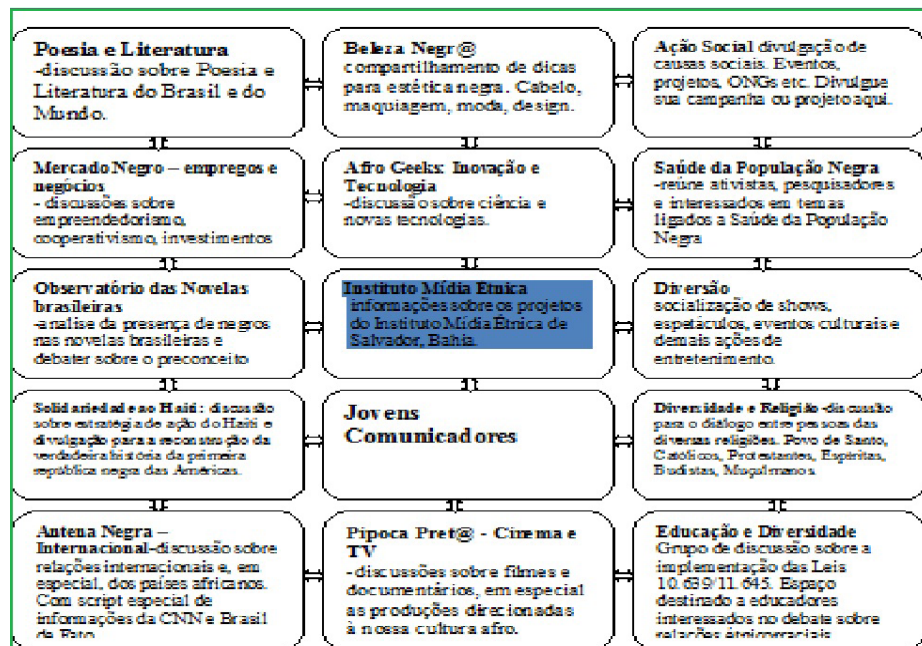


Figura 2 - Grupos criados pelo Instituto Mídia Étnica, e que compõem o Correio Nagô⁵

5- Para mais informações sobre os grupos do Correio Nagô, Cf. Instituto Mídia Étnica(2012).

Conforme se pode notar nas temáticas diferentes dos grupos, um membro ao se integrar pode eleger o grupo com o qual se identifica, em função dos seus conhecimentos e interesses. Cada grupo corresponde a um fórum no qual um determinado membro posta (indexa) uma informação obtida através de outras fontes de informação. Depois da postagem, começa uma sessão de debates, em forma de comentários a respeito dos conteúdos disponibilizados.

Vale ressaltar que nem todos os grupos debatem a situação de subalternidade negra no espaço brasileiro e no mundo fora. O exemplo disso são os grupos de Diversão, de Poesia e Literatura, de Ação Social etc.

As transformações dos paradigmas comunicacionais na afirmação de identidades subalternas

O que a vida e a sociedade exigem de cada um de nós é certa atenção constantemente desperta, que vislumbre os contornos da situação presente, e também certa elasticidade de corpo e de espírito, que permitam adaptar-nos a ela. Tensão e elasticidade, eis as duas forças reciprocamente complementares que a vida põe em jogo.
Henri Bergson (1983, p. 18).

A convergência dos meios de comunicação e informação tem propiciado novas formas de interação entre os atores e profissionais da comunicação no Brasil, em particular, e no mundo afora, de um modo geral. Este novo paradigma comunicacional vem permitindo que leitores, espectadores e ouvintes - por que não - usem os seus potenciais intelectuais

para agir e reagir perante os conteúdos veiculados pelas mídias.

No tocante ao Instituto Mídia Étnica, o novo cenário permite aos seus membros estabelecerem essa “tensão e elasticidade” referida por Bergson (1983) em todas as esferas – públicas e privadas – onde se sentem discriminados. Com este novo cenário, formam-se diferentes públicos, como bem os teorizou Tarde, conforme refere Carvalheiro (2010, p. 67):

[...] Tarde teorizou os públicos como nova forma de sociabilidade moderna, capaz de associar indivíduos em torno de afinidades não restringidas às comunidades territoriais, mas sim numa base electiva e argumentativa capaz de formar colectivos dispostos à acção política.

A partir do entendimento desta teorização de Tarde, nota-se que a comunidade virtual em estudo reúne membros que ultrapassam as fronteiras territoriais da Bahia – sua sede – para agregar membros de todo o espaço brasileiro e da esfera transnacional. Todos se unindo por uma causa única, que é a situação subalterna dos negros e das negras na esfera política, cultural, social etc.

Portanto, este espaço do ciberespaço – passe a redundância aparente -, criado por esta comunidade ético-racial, concorre para uma intervenção naquilo que são as políticas de identidade que, segundo o autor acima referido, “[...] partem de um diagnóstico acerca da opressão sistemática de grupos minoritários, cujos membros deixam de aceitar a sua inferiorização pela cultura dominante, passando a pô-la em causa.” (CARVALHEIRO, 2010, p. 70).

Com efeito, os negros usam este espaço alternativo para resistir à sujeição das suas culturas pelas culturas dominantes – nesse caso as culturas dos brancos. É neste espaço que procuram reivindicar ações inclusivas na atuação dos produtores culturais – nos seriados, nos noticiários, nas telenovelas, no humor midiático etc. – e nas políticas editoriais das pequenas e grandes mídias, por forma a que tenham um tratamento igualitário com os “não negros”.

Diante de estágios de militância política desta camada da população brasileira, encontra-se um abrigo, senão uma lei regulatória das mídias para com grupos minoritários:

No entanto, é uma exigência razoável que a mídia, para cumprir seu potencial democrático, retrate a diversidade da sociedade. A diversidade social possui várias facetas: gênero, idade, raça, etnicidade, casta, idioma, crença religiosa, capacidade física, orientação sexual, renda e classe social etc. Os órgãos da mídia detêm poder considerável para moldar a experiência de diversidade da sociedade (UNESCO, 2010, p. 35).

À luz dessa regulamentação do organismo internacional – a UNESCO – urge a necessidade de os profissionais e atores da mídia brasileira desenvolverem um espírito e agendas de inclusão racial, étnica, religiosa, social, cultural, etc. nos seus trabalhos. A mídia pode propiciar plataformas que permitam a ascensão de notabilidade desses grupos negros e

de todas as populações discriminadas nas mídias brasileiras. No caso da comunidade em estudo, serve-se de um espaço alternativo para debater questões preocupantes no país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O coletivo inteligente não é mais um sujeito fechado no seu único espaço geográfico, cultural, espiritual, intelectual. É, sim, um sujeito aberto a outros membros, a outros coletivos, a novos aprendizados, novas emoções, novas criações humanas que continuamente se compõe e decompõe no espaço do saber. O espaço virtual propiciado pelas tecnologias de inteligência (novas tecnologias) direciona-o a um público desterritorializado no sentido de permitir a participação dos indivíduos interessados mesmo à distância, com autonomia para formar comunidades agregadas sobre temas do mesmo interesse.

A netnografia, por sua vez, torna-se uma metodologia de pesquisa favorável para pesquisas com estes coletivos inteligentes virtuais, visto que permitem a inserção do pesquisador nesses ambientes e melhor interagir com os membros das mesmas. Com a inserção do pesquisador nestas mídias alternativas, se pode observar, analisar, examinar, arguir, questionar as diversas relações de interação que ocorrem nessas CMC, tal como se verificou no Instituto Mídia Étnica, objeto deste estudo.

Esta comunidade virtual, Instituto Mídia Étnica, desenvolve um trabalho colaborativo nas suas atividades, em resposta às suas preocupações inerentes à condição dos negros nas mídias brasileiras e de todo o mundo, bem como em várias vertentes da vida em que os negros são discriminados.

Para o alcance dos seus objetivos, este grupo multifacetado de diversas arenas de discussão a partir da cultura participativa, rumo a uma inteligência coletiva de todos os membros que compõem este grupo, que usa o portal Correio Nagô para a partilha dos conteúdos que devem ser analisados minuciosamente pelos membros, através de comentários e propostas de solução; igualmente, divulgam todas as atividades artísticas, acadêmicas e culturais levadas a cabo pelos negros de toda parte do mundo.

Efetivamente, a comunidade virtual Instituto Mídia Étnica pode ser vista como um espaço democrático e plural das vozes dos negros na Bahia, no Brasil, no continente africano e no mundo inteiro. Este Instituto apropria-se das potencialidades das TIC para desenvolvermos, entre seus membros, a cultura participativa concorrendo, deste modo, para a inteligência coletiva.

No entanto, para que esse espaço seja mais efetivo, ainda é preciso lutar para diminuir as taxas de exclusão digital, especialmente no Brasil e na África, para que o acesso das populações negras a comunidades *online* como essa seja ampliado.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online. O papel do pesquisador-insider nas subculturas da web. In: GT COMUNICAÇÃO E SOCIABILIDADE DO ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. 17., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.fronteiras.unisinos.br/pdf/62.pdf> >. Acesso em: 13 jul. 2012.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994. (Coleção Travessia do Século).
- BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.
- BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. **UNIrevista**, Porto Alegre, v. 1, n. 3, jul. 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Braga.PDF>. Acesso em 13 jul. 2012.
- CARVALHEIRO, José Ricardo. As políticas de identidade e os media. In: CORREIA, João Carlos; FERREIRA, Gil Batista; SANTO, Paulo do Espírito. **Conceitos de Comunicação Política**. (Org.). Covilhã: LabCom, 2010. p. 67-76. Disponível em: <www.livroslabcom.ubi.pt>. Acesso em: 13 jul. 2012.
- CORRÊA, Cynthia Harumy Watanabe. Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 13, 2004. Disponível em:< <http://www.uff.br/mestcii/cyntia1.htm>> Acesso em: 13 jul. 2012.
- HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HINE, Christine. Virtual ethnography: modes, varieties, affordances. In: FIELDING, Nigel G; LEE Raymond M; BLANK, Grant (Org.). **The Sage handbook of online research Methods**, London: SAGE Publications Ltd, 2008. p. 257-269. Disponível em: <<http://web.media.mit.edu/~kbrennan/mas790/02/Hine,%20Virtual%20ethnographies.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2012.
- INSTITUTO MÍDIA ÉTNICA. **Correio Nagô**. Disponível em:< <http://correionago.ning.com/page/o-correio-nago>> Acesso em: 20 jul. 2012.
- _____. **Matéria de lançamento do Instituto Mídia Étnica em 21 de outubro de 2005**. Disponível em:< <http://www.youtube.com/watch?v=qnsGsdlbJsU>. Acesso em 21 jul. 2012.
- _____. **Logotipo do Instituto Mídia Étnica**. 2012. Disponível em:< <http://correionago.ning.com/grupo/intitutomidiaetnica>>. Acesso em 12 jun. 2012
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2012.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2011.

MONTARDO, Sandra Portella; ROCHA, Paula Jung. Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura. **Revista E-Compós**, Brasília, v. 4, p. 1-22, dez. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55>>. Acesso em: 13 jul. 2012.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Indicadores de desenvolvimento da mídia**: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília: UNESCO, 2010. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2012

RECUERO, Raquel. Comunidades virtuais em redes sociais na internet: uma proposta de estudo. **Revista E-Compós**, Brasília, v. 4, n. 2, p. 1-27, dez. 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/com_virtuais.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2012

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996, p. 13-56. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 13 jul. 2012