

COOPERAÇÃO E CONFLITO EM REDES SOCIAIS NA INTERNET

Iky Anne Fonseca Dias*
Antônio Marcus Lima Figueiredo**

RESUMO: Rede social é um conjunto de relações interpessoais composta por dois elementos básicos: os atores sociais, os nós da rede, e as conexões entre eles. A estrutura da rede é dinâmica, transformada por padrões de interação emergentes. Diversos *sites* funcionam como base para a constituição de redes sociais, contudo, as que se formam em torno do compartilhamento de música gospel no Multiply possuem muitas especificidades que nos motivaram a optar pelo estudo de caso. A partilha de músicas neste *site* acontece em meio a relações de cooperação e conflito que se estendem além do ciberespaço, afetadas diretamente pelas diretrizes religiosas dos participantes. Analisamos a cooperação manifesta na troca de saberes e músicas a partir do estudo de bens não rivalizantes, cultura do dom e inteligência coletiva. O compartilhamento provoca conflitos com a indústria fonográfica que se reflete em ações contínuas do Multiply para impedir tal prática, sempre respondida com ações desviantes dos interagentes. Trazemos para o debate a distinção conceitual entre poder da comunicação e da informação. Comprovamos que a indissociação entre cooperação e conflito é essencial para as transformações no campo comunicacional, econômico, organizacional e social fomentadas pela intersecção entre os aspectos humanos e tecnológicos na interação mediada por computador.

PALAVRAS-CHAVE: Internet; Interação; Transformação.

COOPERATION AND CONFLICTS IN THE INTERNET'S SOCIAL NETWORKS

ABSTRACT: Social network is a set of interpersonal relationships consisting of two basic elements: social agents, network nodes and the connections between them. The dynamic network structure is transformed by emerging patterns of interaction. Although several web sites provide a platform for the formation of social networks, the networks formed around gospel music sharing in Multiply have many particular traits worthy of being investigated in current case study. The sharing of digital music on this site occurs within relationships of cooperation and conflict that go beyond the boundaries of cyberspace and are directly affected by the participants' religious guidance. The cooperation in the exchange of knowledge and music was analyzed through the study of non-rival property, gift culture and collective intelligence. Sharing has caused much conflict with the recording industry, manifested in continuous court suits by Multiply to prevent the practice. Answers always consist of by-activities of interagents. The conceptual distinction between communication and information power is discussed. The lack of association between cooperation and conflict is fundamental for transformations in the communication, economic, organizational and social fields encouraged by the intersection between the human and the technological aspects in computer-mediated interaction.

KEYWORDS: Internet; Interaction; Transformation.

INTRODUÇÃO

As tecnologias digitais têm exercido grande influência nas transformações ocorridas na sociedade. O ciberespaço abriu um novo canal de comunicação bidirecional e aberto, onde cada um pode ser emissor e receptor de mensagens massi-

vas que tentam a conexão com o outro. A sociedade em rede mudou as formas de pensar a comunicação mediada, exigindo uma reconfiguração das mídias tradicionais, gerou novas formas de relacionamento, organização social e distribuição da informação. A sociabilidade por meio da internet é cada vez mais frequente e neste contexto a formação de redes sociais merece

* Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC; Participante do Programa de Bolsas de Iniciação Científica da Universidade Estadual de Santa Cruz – ICB/UESC. E-mail: ikyannedias@yahoo.com.br

** Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Federal da Bahia – UFBA em parceria com a Universidade Estadual de Santa Cruz – UFBA; Docente do Departamento de Letras e Artes da Universidade Estadual de Santa Cruz – DLA/UESC. E-mail: antonio_uesc@yahoo.com.br

atenção, tendo em vista o crescente número de participantes destas e que sua existência se reflete inegavelmente na realidade *offline*.

As redes sociais na internet possuem muitas características que as tornam propícias à troca de bens culturais. Este compartilhamento é influenciado pela cooperação, isto é, quando os atores trabalham em prol de um objetivo comum e pelo conflito, que é a luta de um contra outro. Nosso estudo se propõe a compreender como se configuram as relações de cooperação e conflito nas redes sociais em torno do compartilhamento de música na *web*, suas motivações e desdobramentos. Estas formas de interação baseiam a vida social e ganham novos sentidos e formas no ciberespaço, o que atribui ao tema grande relevância para as Ciências Sociais Aplicadas à Comunicação.

Existem muitos *sites* de redes sociais (SRS), dentre os quais o Multiply destaca-se por suas especificidades, daí nossa escolha pelo estudo de caso. Este SRS traz em seu nome a motivação de seus quatorze milhões de usuários: multiplicar. Apesar de permitir o compartilhamento de arquivos multimídia, existe uma contínua intervenção do sistema servidor na tentativa de controlar a distribuição de músicas protegidas por direitos autorais e reações dos atores sociais para burlar o uso programado e continuar a troca de arquivos. Dentro do *site* analisamos apenas as redes formadas em torno da música gospel, pelas peculiaridades que a religião, enquanto fator social influente nas interações, influi nas redes analisadas. Acreditamos que por meio deste estudo de caso coletivo “torna-se possível aprimorar o conhecimento acerca do universo a que pertencem.” (GIL, 2002, p. 139).

Observamos as possibilidades de constituição de atores sociais, tal como as características dos locais de interações como forma de traçar caminhos e possibilidades de investigação sobre os comportamentos, conexões e estratégias de compartilhamento de músicas gospel no Multiply. Analisamos os rastros deixados pelos atores em mais de cem perfis, dentre os quais selecionamos interagentes que se destacam pelo fluxo de informação em suas páginas e os entrevistamos. Os argumentos dos atores foram cruzados com as informações obtidas nos perfis analisados, destarte confirmamos e ampliamos nossa visão sobre o caso.

2 REDES SOCIAIS NO MULTIPLY

Rede social é um conjunto de relacionamentos dos seres entre si ou entre seus agrupamentos com interesses e objetivos comuns, onde há o compartilhamento de ideias e valores.

Apesar de ser uma forma de organização antiga, ganhou nova vida com a internet. “As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação.” (CASTELLS, 2003, p. 7) como o ciberespaço. Constatamos a presença dos elementos básicos para constituição de redes sociais no Multiply, a saber, os atores sociais e as conexões entre eles.

Os atores sociais os nós (*nodos*) da rede que moldam as estruturas por meio das interações. No ciberespaço os atores são os perfis. Na verdade, o perfil é uma representação do ator a partir das opções oferecidas por cada plataforma. O Multiply oferece a possibilidade de personalização de toda a página, seleção livre de avatar, além do próprio conteúdo postado que serve para caracterizar o interagente. As conexões são constituídas dos laços sociais formados a partir das interações entre os atores. A interação consiste nas trocas feitas entre os atores sociais, especialmente por meio da comunicação. O ciberespaço também facilitou a desterritorialização dos laços sociais, como resultado de um processo histórico de desvinculação entre localidade e sociabilidade. Nele a formação de laços é movida por paixões, competências e hábitos (LÉVY, 2000). O caso em estudo confirma isto. Muitos atores são de regiões diferentes, entretanto associam-se pelo seu interesse comum por música gospel. Ademais, os interagentes professam a mesma fé.

Como componente da vida humana, a espiritualidade afeta tanto a esfera sociocultural, quanto as subjetividades expressas em crenças, valores, emoções e comportamentos (HENNING; MORÉ, 2009). Muitas ações dos atores nestas redes são influenciadas por sua conduta religiosa, o que demonstra a necessidade de estudar o conteúdo das conexões e conhecer o capital social envolvido para compreender melhor as interações. Nas últimas décadas, diversos cientistas sociais têm reformulado e/ou adaptado o conceito de capital social. Neste trabalho nós adotamos o conceito proposto por Recuero (2009), que o define como um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais e que pode ser usufruído por eles, ainda que individualmente. Além das músicas, constituem também o capital social as normas, saberes, ideias e valores compartilhados pelos interagentes.

As interações definem a estrutura da rede. Através da análise da quantidade de contatos dos atores, classificamos a rede em estudo como descentralizada, ou seja, alguns nós concentram a maior parte das conexões (conectores), enquanto outros

têm poucos contatos. Esta estrutura, no entanto, não é fixa, está sujeita a processos de agregação e ruptura de nós e à formação de comportamentos emergentes. Também conhecidos como *bottom-up*, de baixo para cima, estes comportamentos surgem dos usuários e por vezes vão de encontro às previsões feitas pela plataforma, a exemplo do compartilhamento de músicas protegidas por direitos autorais. Embora os termos de serviço e uso do Multiply proibam esta prática, ela se tornou comum entre os atores, motivando diversas relações de cooperação e conflito.

3 COOPERAÇÃO

A integração da rede informacional promove o poder da parceria, pois sua estrutura se volta para o usuário e não para o gerenciador (ANTOUN, 2004). Junto a isso, a fluidez dos dados e o ideal de seus produtores, dentre tantas características, fazem da internet um ambiente favorável à cooperação. Este “processo formador das estruturas sociais” (RECUERO, 2009, p. 81) manifesta-se de diversas formas nas redes. Em abril de 2010, o *Multiply* foi traduzido para o português por ação voluntária de usuários do serviço, tal como é cooperativa a distribuição de músicas. É importante considerar no caso em estudo, por se tratar de interagentes presumidamente guiados pela moral cristã, que a motivação para cooperar “é impregnada pelo valor da caridade e da fraternidade” (PAIVA, 2007, p. 100).

As TICs possibilitaram a emersão de amplas redes colaborativas em escala global que visam à promoção e gestão do bem comum. Ao tratar de cooperação, capital social e bem comum, temos na raiz destas questões a tensão entre o interesse próprio e o coletivo, pois o que é vantajoso para alguém pode ser prejudicial ao grupo. Para abordar este dilema, o biólogo Hardin desenvolveu a Tragédia do Comunal, uma história fictícia, na qual homens colocariam em um terreno quantas cabeças de gado quisesse (PRIMO, 2005). Cada pecuarista recebe os privilégios desta terra comum e os lucros de seu rebanho. Como cada homem provavelmente colocaria um rebanho muito grande para promover um maior ganho individual, o campo logo se esgotaria e todos seriam prejudicados.

Lessig (2002 apud PRIMO, 2007), refletiu que tal dilema não afeta tudo que é comunal. Enquanto alguns bens podem ser destruídos pelo uso comum, principalmente se utilizado para o benefício individual, outros são não rivalizantes, ou seja, seu uso por alguém não diminui o uso por outrem, a exemplo dos arquivos de música digital. Embora a economia mundial ainda se volte para o consumo destruidor e a natureza privativa da

cessão e da aquisição, “os novos recursos chaves são regidos por duas leis que tomam pelo avesso os conceitos e raciocínios econômicos clássicos: consumi-los não os destrói, e cedê-los não faz com que sejam perdidos” (LÉVY, 1996, p. 55). A mobilidade do material informacional (dígitos) e comunicacional (processamentos) desfazem as fronteiras entre público e privado, pois a partilha é a melhor forma de ter proveito individual (ANTOUN, 2006). Podemos falar então de uma nova economia que possibilita e motiva a formação de redes cooperativas.

Aqui, “poderia-se (*sic*) comentar que boa parte dos bens oferecidos não seriam propriamente públicos, por constituírem-se em cópias ilegais de músicas” (PRIMO, 2005, p. 21). De fato, numa abordagem legal, não se tratam de bens comuns, tendo em vista que os direitos morais e patrimoniais sobre as músicas compartilhadas na rede restringem-se aos seus respectivos autores⁵. Em contraponto, dentro das redes sociais no ciberespaço eles ganham tal sentido, pois se tornam uma “posse comum” dos pares, ainda que ilegalmente, cabendo, portanto esta aplicação conceitual.

Se um recurso é não rivalizante, o problema não é a quantidade de demanda, mas motivar a produção (PRIMO, 2007). Na rede, isto não precisa ser determinado por uma autoridade, os próprios pares organizam-se a fim de evitar o comportamento *free-rider* (aproveitador), isto é, o uso sem contribuir para produção, que se não for “punido”, pode levar outros a repeti-lo, dificultando o compartilhamento (PRIMO, 2005). Isto não significa a ausência de estruturas de poder e hierarquias nas redes, mas sim a flexibilidade destas estruturas, a fim de garantir uma maior interação entre os pares (BONORANDI, 2009, p. 7). Há uma emancipação das formas tradicionais de instituição e governo, num deslocamento da representatividade para a anarquia e transparência das redes.

No Multiply, muitos atores só adicionam contatos que tenham determinada quantidade de álbuns musicais postados. Desta forma, para o ator ter acesso aos arquivos do outro ele precisa também disponibilizar conteúdo. Não há aqui uma permuta calculada de interesses, nem exigência de equivalência nas trocas, mas uma estratégia que funciona como regra, a fim de que todos colaborem. É relevante destacar que nem todos os atores da rede têm o mesmo posicionamento; alguns disponibilizam suas músicas para todos do *site* independente de serem seus contatos ou não. O pensamento colaborativo tem suas raízes na cultura do dom, a qual permeia o processo de produção da internet.

⁵ Conforme a Lei 9.610 (BRASIL, 1998).

A economia da dádiva ou a cultura do dom é uma forma de organização na qual os participantes fazem doações de bens e serviços uns aos outros. Nela a disposição de um bem é a base para a formação de laços sociais e geração de respeito, permeada por diversos significados simbólicos, crença na reciprocidade, mesmo que não equivalente e em sentido contrário, valores de doação motivadores da colaboração numa corrente ininterrupta. A cultura do dom existe desde as sociedades primitivas, quando líderes faziam abundantes banquetes e doavam seus bens, ao mesmo tempo ostentando sua riqueza e trazendo prosperidade para a comunidade (VILLAÇA, 2005).

Os mesmos valores estão presentes na cultura da internet: a satisfação na circulação dos “bens”; o excesso, aqui de informações, que funciona como cimento social e ferramenta de guerra contra a tecnocracia (LE MOS, 2004); a estima social ligada à doação feita ao grupo. No Multiply, os atores felicitam-se por disponibilizar lançamentos ou raridades musicais, se comemoram por ofertar grandes acervos de músicas, serem citados, ao passo que proporcionam o bem para todos os seus pares. O Multiply expressa bem o quanto o ciberespaço é propício para a potencialização da economia da dádiva, não ocasionalmente. A internet desenvolveu-se dentro desta cultura, com fontes abertas para a troca de arquivos, influenciada por uma prática acadêmica de que o saber deve ser compartilhado. No caso estudado, a troca de conhecimento também se tornou imperativa, pois só foi possível prosseguir a partilha graças ao diálogo dos saberes.

O conhecimento é o resultado da virtualização de uma experiência passível de atualização (LÉVY, 1996). Lévy associa a virtualização ao problema e a atualização à solução. Logo, a aplicação de um saber é uma resolução inventiva, uma atualização do conhecimento diante de um problema. A cada nova medida do Multiply para impedir o compartilhamento ilegal de músicas, usuários com maior domínio técnico descobrem soluções para prosseguirem com a troca ilegal de mp3 e divulgam as estratégias por meio de tutoriais* que se disseminam rapidamente na rede. A motivação para isto é que, quanto maior o número de nós atuantes na rede, maior o capital social construído e as vantagens para o grupo.

Os atores também utilizam notas, comentários, recados, postagens diversas para construir coletivamente o conhecimento na rede social. Por meio destes artifícios, os interlocutores ensinam como utilizar a ferramenta, ao passo que compartilham pontos de vista, acrescentam experiências, reproduzem

e aperfeiçoam o ensinamento uns dos outros. Tais experiências são formas de manifestação da inteligência coletiva na rede.

[...] a inteligência coletiva, isto é, a valorização, a utilização otimizada e a colocação em sinergia das competências, imaginações e energias intelectuais, independentemente de sua diversidade qualitativa e de sua localização. Esse ideal da inteligência coletiva passa evidentemente pela colocação em comum da memória, da imaginação e da experiência, por uma prática banalizada do intercâmbio de conhecimentos, por novas formas, flexíveis e em tempo real, de organização e coordenação (LÉVY, 2009).

No Multiply a troca de conhecimentos é cooperativa, e quando seu intuito é driblar as barreiras tecnológicas impostas pelo serviço, torna-se também uma das manifestações do conflito nas redes estudadas.

4 CONFLITO

De acordo com Bobbio, Mateucci e Pasquino (1998, p. 225), “o conflito é uma forma de interação entre indivíduos, grupos, organizações e coletividades que implica choques para o acesso e a distribuição de recursos”, sejam eles bens, valores ou ideias. O conflito é um motor de mudanças que evita uma estagnação das redes e é inevitável na vida social, dada a diversidade de culturas e subjetividades. Não convém fazer uma separação maniqueísta entre conflito e cooperação (PRIMO, 2007). O conflito pode não ser prejudicial, da mesma maneira que a cooperação, às vezes não é frutífera. Nem a cooperação, nem o conflito ou qualquer outra forma de interação pode, por si só, produzir a estrutura social, antes coexistem para caracterizar e dinamizar os agrupamentos sociais. A cooperação deve, sim, superar o conflito, para que a estrutura da rede exista, para que não haja um desgaste da mesma (RECUERO, 2009), mas este pode ser justamente a causa e a motivação da cooperação.

O conflito pode manifestar-se de diversas formas, dentre elas a competição. Nesta forma de luta social nem sempre a vitória está nas mãos do adversário, mas ambos podem ter apenas um objetivo comum. No Multiply a vontade de ter um *status* entre os pares fomenta uma competição. Embora não exista uma declaração de vitórias, o sucesso contabilizado pelo número de visitas e comentários, geralmente ocasionado pela

*Textos didáticos que ensinam passo a passo como algo funciona.

quantidade e qualidade das postagens (incluindo aqui o ineditismo), motiva o ator a postar mais, aumentando o fluxo de capital social em benefício dos pares, que não deixam de ser seus concorrentes.

Alguns fatores de dissociação, como certas emoções e ideais, por exemplo, causam conflitos (PRIMO, 2005). Nas redes sociais estudadas surgem confrontos devido à diferença das normas estabelecidas por cada um, ou ainda quando um ator coloca algum conteúdo “inadequado” na página de outro interagente (através de recados). Contudo, observamos que muitos atores evitam conflitos uns com os outros ou, ao menos, a sua escalada*. Certamente, a diretriz religiosa dos interagentes influi neste comportamento. Segundo os preceitos do cristianismo, seus seguidores devem amar até mesmo aqueles que os injuriam e fazer o possível para viver em paz com todos.

a internalização de dogmas que pregam o amor ao próximo aumentam a empatia e a tolerância nos relacionamentos, ao mesmo tempo em que participar de grupos religiosos insere a pessoa em um contexto de socialização com outros que possuem ideias afins (HENNING; MORÉ, 2009, p. 100).

Todavia, o mais interessante ponto a ser abordado aqui é que, no tocante às redes sociais na internet, além da oposição entre os atores, pode ocorrer um conflito com o próprio serviço. Este conflito pode ser motivado por uma insatisfação com a ferramenta, que, por sua vez, está inserido em um sistema social predominante. Diversas alterações foram feitas no Multiply provavelmente devido a pressões da indústria fonográfica, dificultando a partilha de músicas. Embora haja trocas ilegais de livros, vídeos, dentre outros tipos de arquivos, nenhum deles sofreu medidas restritivas como o compartilhamento de mp3.

Ao longo do tempo, o *site* reduziu o número de postagens simultâneas de dez faixas para três, substituiu o *link* para *download* das músicas individualmente por um link para ouvir o álbum e posteriormente trocou por um *player* incorporado à própria página. Entretanto, a cada ação do Multiply, atores com maior domínio técnico descobrem como prosseguir a partilha através da utilização de diversas ferramentas. Lemos vê neste tipo de apropriação tecnológica por parte dos utilizadores, algo que preenche um espaço imprevisível pelas instituições, através do desvio.

*A escalada é um aumento na intensidade do conflito como um todo” (PRIMO, 2005, p. 19).

A apropriação tem sempre uma dimensão técnica (o treinamento técnico, a destreza na utilização do objeto) e uma outra simbólica (uma descarga subjetiva, o imaginário). A apropriação é assim, ao mesmo tempo forma de utilização, aprendizagem e domínio técnico, mas também forma de desvio (*deviance*) em relação às instruções de uso, um espaço completado pelo usuário na lacuna não programada pelo produtor/inventor, ou mesmo pelas finalidades previstas inicialmente pelas instituições (LEMOS, 2004, p. 239).

A apropriação só é possível graças às relações sociais que emergem das tecnologias. Os grupos formam micropoderes que compõem o mosaico de forças entre a tecnologia e a vida social, evitando um totalitarismo do objeto. O desvio é um conflito político-social, reforçado pelos desviantes porque isto os une, na medida em que cooperam e também pelo sentimento de legitimação por ter pares com o mesmo comportamento. Constatamos então que a união em um sistema aumenta, quando em conflito com outro e mais, que “o conflito entre grupos pode gerar cooperação dentro dos mesmos.” (RECUERO, 2009, p. 82). Todavia, o embate entre ferramenta e atores sociais gerou também rupturas na rede. Muitos nós se desvincularam e o serviço também cancelou contas devido à violação de direitos autorais.

Esta disputa de forças entre serviço e atores, tecnologia e vida social, é na verdade um reflexo do embate entre o poder da informação e o poder da comunicação, respectivamente. De acordo com Antoun (2006), o poder da informação está associado à propriedade intelectual, à venda de serviços e espetáculos. Já o poder da comunicação constitui a potencialização das parcerias “através de um sistema público de propriedade, através de mecanismos de auto-organização, auto-coordenação e livre troca de saber sem a intermediação do mercado” (MALINI, 2007 *apud* BONORANDI, 2009, p. 5).

Dentro desta perspectiva, a indústria de bens culturais representaria o poder de informação. A criatividade aqui é mercadoria e, como tal, passível de comercialização e posse condicionada ao investimento de um valor de mercado, o que era simples delimitar no domínio da materialidade, onde os contornos definidos garantiam o limite da propriedade. As redes de parceria, por sua vez, representam o poder de comunicação que, entre tantas vantagens, geraram o restabelecimento da horizontalidade dos parceiros na partilha de informações dentro

de um processo mais aberto de geração de riqueza social e cultural e reduziram as etapas entre o trabalho dos artistas e seu público. Uma de suas manifestações são as ferramentas de trocas de arquivos, como na plataforma estudada. Nestes espaços o pensamento vivo comunicacional da rede prevalece sobre o pensamento informacional, fixado em bancos de dados e propriedades intelectuais (ANTOUN, 2004).

A propriedade intelectual tem sido alvo de debates há muito tempo. No Brasil, a legislação é rígida e minuciosa na especificação dos direitos do autor, cujo período de vigência supera o de muitos países. Sobram poucos materiais para uso livre, apesar da grande importância do domínio público para a produção e renovação dos bens culturais (CASTRO, 2006). Em todo o mundo, diversos especialistas reúnem-se para elaborar e viabilizar licenças não restritivas, adaptadas ao meio digital, visto que no ciberespaço qualquer arquivo é uma cópia, dentre as quais se destaca a licença *Creative Commons*^{*}. Esta reserva alguns direitos ao autor, a quem cabe decidir o grau de liberdade permitido na apropriação pelos usuários.

Quando o conflito entre indústria fonográfica e os “piratas” do compartilhamento de músicas passa ao cenário gospel, os ensinamentos cristãos não o evitam, antes as diretrizes religiosas são utilizadas para endossar cada posicionamento. Segundo Richtman (1968), toda a história mostra que o homem possui uma tendência natural para buscar uma fundamentação religiosa para a sua maneira social de vida. O aspecto versátil, abstrato, simbólico e misterioso da religião permite sua apropriação pelos homens nos mais variados contextos e necessidades, adaptando-se ao longo do tempo (PAIVA, 2007, p. 102).

Uma grande gravadora gospel brasileira, a MK *Music*, promoveu um debate em sua rádio com o tema: pirataria é pecado? (FERNANDA..., 2006). Todos os participantes defenderam que a pirataria é crime e, portanto, pecado, e enfatizaram o compartilhamento digital como pirataria, explicando que falta apenas uma legislação específica para o meio. A opinião mais forte veio da presidente da MK (FERNANDA..., 2006): “Se você não tem condições de adquirir o CD original, então não compre. O diabo é que vive na pirataria. Deus pode te abençoar em outra oportunidade e você conseguir comprar [...] Você é cristão, pirata não!”. Anos atrás a *Christian Music Trade Association*, associação representante das gravadoras gospel dos Estados Unidos, fez uma campanha muito semelhante para convencer os cristãos de que baixar músicas viola o oitavo dos dez man-

damentos: “não furtar”^{**}. Além de lesão à lei, o compartilhamento é identificado aqui como falta religiosa e associado ao mal.

Vários interagentes em SRS de troca de músicas também utilizam a religião para contra-atacar as gravadoras e justificar sua *deviance*. Segundo seu posicionamento, compartilhar não é piratear, portanto não é crime. A máxima dos atores é a frase dita por Jesus Cristo sobre a pregação do evangelho: “de graça recebestes, de graça dai”^{***}. Argumentam que artistas e gravadoras priorizam a ambição sobre a pregação. Um texto sobre o assunto, repetido em vários *sites*, inclusive no *Multiply*, distingue conceitualmente crime e pecado, e dá exemplos sobre a perseguição respaldada pela lei ao evangelismo em épocas e lugares distintos. Seria a evangelização pecado, por ser crime? – questionam, fazendo uma analogia com a troca de músicas na rede. Contudo, os atores reconhecem que o trabalho dos artistas deve ser recompensado, listando novas alternativas encontradas para obter lucros comerciais através da música.

De um lado, o compartilhamento de músicas é satânico. Do outro, é distribuição gratuita das mensagens de Deus. Para ambos, a fé serve de argumento de defesa do que lhe é vantajoso. Esta “guerra santa” é apenas uma das muitas faces do conflito entre o poder da comunicação e poder da informação necessária para que se possa passar de um estado a outro. No embate, as leis e regras morais evoluem, como fruto de processos sociais complexos (LEMONS, 2004); caso contrário, caímos na “crise do paradigma”: velhos conceitos nos levam a tratar o que se tornou comum e frequente como exceção, quando a verdadeira anormalidade é a regra (BAUMAN, 1998). Após tais conflitos, a nova e melhorada situação será transitória, pois revelará também os seus aspectos desagradáveis. (BAUMAN, 2003). O que enfim tornou-se norma, pode voltar a ser exceção e a sociedade continua assim o seu ciclo de transformação. Os processos sociais são dinâmicos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história de construção da internet, sua estrutura física e as incontáveis ramificações permitidas pela teia de alcance mundial contribuíram para que, através dela, mudanças significativas comesçassem a acontecer e velhos conceitos fossem repensados. Espaço sempre em mutação, próspero de novidades, o ciberespaço torna-se ainda mais intrigante quando

*Licença voltada para a expansão da quantidade de obras criativas disponíveis, pela permissão da cópia e compartilhamento com alguns direitos reservados, quando a tradicional tinha todos os direitos reservados.

*Trecho da Bíblia, livro de Êxodo, capítulo 20, versículo 15.

**Trecho da Bíblia, do Evangelho segundo Mateus, capítulo 10, versículo 8, parte b.

se considera as interações humanas nele manifestas. As relações humanas, permeadas por racionalidade e estratégias, são constituídas também de afetos, valores e subjetividades que se entrecruzam para definir a sociedade, dentre os quais destacamos no caso analisado a crença religiosa, por ser comum entre os pares.

As redes sociais criadas em diversos *sites* demonstram quanto este espaço é propício para a caracterização de atores sociais e para a formação de laços entre eles. Percebemos que quanto maior a flexibilidade oferecida pela ferramenta na construção do perfil, maior identificação dos pares com o mesmo, fator determinante para a formação de laços sociais no ciberespaço, uma vez que eles não dependem mais da proximidade física. À medida que interagem os atores sociais constroem o capital social e moldam a estrutura da rede, constituindo novos canais comunicativos e transformando a distribuição de informações. Artistas alternativos, por exemplo, encontram nos SRS uma excelente ferramenta para a divulgação de seu trabalho.

Deparamo-nos com estruturas hierárquicas flexíveis, marcadas por comportamentos *bottom-up* e pela transformação da mediação. A emergência nas redes sociais está intrinsecamente associada às relações de cooperação e conflito. O compartilhamento de músicas no Multiply após as medidas restritivas do serviço, por exemplo, só prosseguiu devido à cooperação de atores com maior saber técnico e a própria distribuição de músicas é um trabalho cooperativo. A cooperação é fundamental para a superação de dificuldades nos diferentes agrupamentos sociais e encontrou na fluidez informacional da internet um terreno fértil para sua propagação, uma vez que tudo o que nela é compartilhado não se perde, tampouco se divide, mas se multiplica segundo uma economia de presentes, de abundância.

Assim também é o conhecimento que flui na rede muito rapidamente e se constrói de maneira coletiva. Todos sabem, todos podem cooperar para a multiplicação do conhecimento e cada vez mais pessoas se engajam neste propósito. O que motiva tanta cooperação? Reputação, prestígio, reciprocidade, satisfação em ter algo tão bom que se quer mostrar ao mundo. Porém, quando nem estes valores são suficientes para que os pares não sejam aproveitadores, vale algumas normas e certa pressão dos parceiros. Outro aspecto relevante é que a cooperação entre alguns pode provocar choques com outros, a exemplo da troca gratuita de músicas em relação à indústria fonográfica.

Em contrapartida, o conflito pode gerar cooperação, como a competição que motiva a produção de capital social para os

grupos. Conflito e cooperação não são opostos extremos. No ciberespaço o conflito não é simplesmente entre os nós das redes sociais. A internet não é um mundo paralelo às demais ações da vida social; antes é uma das dimensões de uma grande rede chamada sociedade, repleta de entrecruzamentos. Por isto, o compartilhamento de músicas e bens culturais interfere na indústria fonográfica, que, por sua vez, se reflete na “relação” entre ferramentas e usuários, estes também interagentes, tendo seus laços sociais dentro dos SRS afetados por tantas mudanças.

A disputa de sentidos levanta questionamentos. Como pode a criatividade ser propriedade de alguém se nada é completamente novo, mas resultado da releitura do mundo, dos aprendizados, da vida social? Por causa disso não merecem retribuição (inclusive financeira) aqueles que criam? Já é tempo de se refletir profundamente sobre isso, levando-se em conta o potencial da comunicação e não apenas o poder da informação, segundo o valor de mercado, como tem sido feito ao longo de tantos anos. É preciso considerar que nos desvinculamos do objeto e a cultura voltou a ser fluida, instantânea, virtual. Só assim encontraremos soluções justas para um proveito não apenas dos artistas e da indústria do entretenimento, mas também (e principalmente) para a sociedade.

O que mais nos importa aqui é que foram as relações de cooperação e conflito em redes sociais na internet as grandes fomentadoras desta revisão, que já começa a acontecer em diversos países do mundo, inclusive no Brasil^{*}. Novas licenças, menos restritivas, contribuem para desburocratizar a proliferação dos bens culturais. Tais transformações resultam das dinâmicas que acontecem dentro da multidão nas redes sociais que se auto-organizam, adaptam e evoluem ante as transformações e situações novas. Mudanças que não se restringem à propriedade autoral, mas alcançam as relações sociais, culturais, informacionais, políticas e econômicas na sociedade contemporânea.

Nem cooperação, nem conflito, nem transformação fluem da rede por si só. O que faz da internet um meio tão rico em potencial e possibilidades são as interações entre pessoas que ela medeia. Nas redes sociais no ciberespaço os aspectos humanos, sejam eles individuais ou coletivos, se cruzam com os recursos tecnológicos para fazer emergir novas formas de organização, interação e distribuição informacional. Destarte, a sociedade se refaz um pouco mais democrática, livre, sábia. E

^{*}Atualmente, o Brasil está em processo de revisão da Lei de Direito Autoral. Todos podem participar da revisão através do site do Ministério da Cultura (2010). Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/>>.

para que seja cada vez mais tudo isto é necessário liberdade, principalmente de mente, para abrir-se a novas ideias no campo igualitário do debate. É no conflito cooperativo que o mundo se transforma **continuamente**.

REFERÊNCIAS

- ANTOUN, Henrique. Cooperação, colaboração e mercado na cibercultura. **E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v. 7, p. 1-24, dez. 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/109>>. Acesso em: 18 fev. 2010.
- _____. O poder da comunicação e o jogo das parcerias na cibercultura. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 6, n. 2, p. 67-86, jul./dez. 2004. Disponível em: <http://www.unisinos.br/publicacoes_cientificas/images/stories/pdfs_frenteiras/vol6n2/10_art_05_67a86.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. A agonia de Tântalo. In: _____. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Tradução de Plínio Dentzein. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 2003. Cap. 1. p. 13-24.
- _____. A cultura como consumidor cooperativo. In: _____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 1998. cap. 10. p. 160-176.
- BOBBIO, Norberto; MATEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Conflito. In: _____. **Dicionário de Política**. Tradução de Carmem C. Varriale e colaboradores. 11. ed. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 1998. p. 225-230.
- BONORANDI, Giuliano Djahjah. Dinâmicas da Parceria: fuga e controle nas redes de comunicação distribuída. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 14., 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0486-1.pdf>>. Acesso em: 24 fev. 2010.
- BRASIL. Presidência da República. Lei 9.610/1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial [da] União**, Brasília, 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9610.htm>. Acesso em: 27 ago. 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CASTRO, Gisela G. S.. Pirataria na música digital: internet, direito autoral e novas práticas de consumo. **UNlrevista**, v. 1, n. 3, p. 1-10, jul. 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNlrev_Castro.PDF>. Acesso em: 27 ago. 2009.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2002.
- HENNING, Martha Caroline; MORÉ, Carmen L. O. O.. Religião e Psicologia: análise das interfaces temáticas. **Revista de Estudos das Religião - REVER**, v. 9, n. 4, p. 84-114, dez. 2009. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2009/t_henning.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2010.
- LEMONS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Sulina, 2004.
- LÉVY, Pierre. **Educação e Cybercultura: a nova relação com o saber**. Disponível em: <<http://www.forumeja.org.br/node/587>>. Acesso em: 13 out. 2009.
- _____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: GUIMARÃES, César; JÚNIOR, Chico (Orgs.). **Informação e democracia**. Rio de Janeiro, RJ: EdUERJ, 2000. p. 137-160.
- _____. **O que é virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo, SP: 34, 1996. (Coleção TRANS).
- MINISTÉRIO DA CULTURA. Consulta pública para modernização da Lei de Direito Autoral. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/>>. Acesso em: 05 jul. 2010.
- FERNANDA Brum participa do debate 93 sobre pirataria. **Site MK Music**, 01 dez. 2006. Disponível em: <<http://www.mkpublicita.com.br/ConsultaNoticias?mid=5938&page=223>>. Aces-

so em: 28 abr. 2010.

MULTIPLY. Disponível em: <<http://multiply.com/>>. Acesso em: jul. 2007/jun. 2010.

PAIVA, Geraldo José de. Religião, enfrentamento e cura: perspectivas psicológicas. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v. 24, n. 1, p. 99-104, mar. 2007. Disponível em: <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-166X2007000100011&lng=pt&nrm=iso>. ISSN 0103-166X>. Acesso em: 28 abr. 2010.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2007. (Coleção Cibercultura).

_____. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. **Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 3, n. 1, p. 38-74, jun. 2005. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporanea-poscom/article/view/3447/2513>>. Acesso em: 18 fev. 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura). Disponível em: <http://www.redessociais.net/cubocc_redessociais.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2009.

RICHTMANN, Flodoaldo Proença. **O sentido da cultura cristã: uma pesquisa histórica sociológica**. São Paulo, SP: Herder, 1968.

VILLAÇA, Nízia. Um *liffiting* comunicacional: a semiologia do luxo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, RJ: Intercom, 2005. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18195/1/R1879-1.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2010.

Recebido em: 30 Agosto 2010

Aceito em: 11 Abril 2011