

# DESIGN DE MÍDIAS PARTICIPATIVAS

## O papel do Design na construção da Inteligência Coletiva.

*Participatory Media Design*

*Design's role on Collective Intelligence achievement.*

Silva, Nivaldo Aureo Nascimento da; Universidade Federal de Santa Catarina  
[niva.ns@gmail.com](mailto:niva.ns@gmail.com)

### Resumo

Este artigo resumido apresenta os objetivos, métodos de pesquisa e algum conhecimento levantado durante o processo de elaboração do TCC intitulado “Design de Mídias Participativas”, ainda em andamento. O TCC busca revelar o papel do Design na criação das ferramentas que tornam a Inteligência Coletiva possível, e disponibilizar instrumentos para uma participação mais consciente do designer neste sentido.

**Palavras Chave:** Inteligência coletiva, mídia participativa, comunidades em rede.

### Abstract

*This short paper presents the goals, methods and some knowledge raised during the making of the TCC entitled “Participatory Media Design”, under construction. The work intends to show the role of Design in the creation of tools that make Collective Intelligence possible, and to provide instruments for a more conscious participation of designers in this direction.*

**Keywords:** *Collective Intelligence, participatory media, network communities.*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

## **Introdução**

“Informação, conhecimento e cultura são essenciais para a liberdade e desenvolvimento do homem. E o modo como elas são produzidas e comunicadas afeta a visão que temos do mundo e do que ele pode ser.” (BENKLER 2006)

Através dos últimos dois séculos uma economia industrial da informação controlou praticamente toda a informação, conhecimento e cultura em circulação. Nossas memórias, imaginações e inconscientes foram industrialmente processados. Tudo o que vemos, e nosso próprio ponto de vista não passam de um subproduto da indústria do entretenimento e informação.

Porém a evolução nos campos do design e tecnologia da informação vem democratizando as ferramentas de produção e distribuição de informação e colocando-as ao alcance de todos. Desde a década de 1990 começamos a ver, como consequência deste novo cenário, uma mudança progressiva no modo como construímos o ambiente informacional em que nos encontramos.

A maior parte desta evolução está acontecendo no ambiente da internet. O modo como estas novas ferramentas são projetadas, definiu um modelo de produção em rede e independente que tem funcionado muito bem no desenvolvimento de softwares, jornalismo cidadão, pesquisa científica e muitos outros setores, e está construindo um novo cenário informacional, onde indivíduos desempenham um papel muito mais ativo na construção da cultura comum do que o que era possível na economia industrial da informação do século 20.

Este novo momento do homem nos traz o ideal da inteligência coletiva. A superação da atual organização social baseada em interesses de mercado e a construção de uma sociedade onde as relações sociais são baseadas na troca de conhecimento, soma de diferenças pessoais para a construção da riqueza coletiva e a constante valorização de cada indivíduo por suas competências.

## **O Design e a construção da Inteligência Coletiva**

A Inteligência Coletiva é "uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências."

Com esta definição, Pierre Levy (1994) nos sugere uma inteligência cuja origem e objetivo são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo através do saber.

Ela só pode se concretizar a partir do momento em que a maior parte de nossa comunicação ocorre através de ferramentas projetadas para organizar rastros de informação e tecer uma paisagem dinâmica de significações onde conhecimento e conhecedores adquirem sentido.

### **Design de redes de interação**

Marcos Cavalcanti e Carlos Nepomuceno (2007) identificam três formas de gerar Inteligência Coletiva em rede:

- **A Inteligência Coletiva Inconsciente:** aquela em que o usuário contribui com alguma informação para o coletivo mesmo sem saber, pelo simples ato de navegar;
- **A Inteligência Coletiva Consciente:** aquela em que o usuário contribui de maneira voluntária;

- A **Inteligência Coletiva Plena**: aquela em que se consegue, num mesmo ambiente, potencializar as duas formas anteriores.

E ainda dois tipos principais de redes de interação:

- As **Redes Articuladas**, em que há uma participação regular, voluntária, efetiva e consciente. *Ex.: Wikipedia;*
- As **Redes Desarticuladas**, em que há uma participação irregular, involuntária, pouco efetiva e inconsciente. *Ex.: Blogosfera.*

Esses formatos se combinam para estruturar os diversos tipos de comunidades que conhecemos. O design (projeto) de uma comunidade em rede deve considerar qual a melhor estrutura de acordo com as pessoas envolvidas nela e os objetivos que se pretende alcançar. O sucesso da implantação de um projeto de Inteligência coletiva depende, e muito, da criação ou escolha correta da ferramenta que servirá de suporte para ela.

Seja a comunidade em rede articulada ou desarticulada, consciente ou inconsciente, sua ferramenta de suporte precisa apresentar um pré-requisito fundamental: toda a sua criação e seu desenvolvimento deve ser voltado à comunicação horizontal, de muitos para muitos e em rede. Desde a sua origem até a sua manutenção precisam ser guiadas por este conceito.

### **Estética da Inteligência Coletiva**

As ferramentas típicas da comunicação em rede oferecem a possibilidade, ou até tendenciam a criação de obras de leitura e escrita contínua e em tempo real, construídas coletivamente. Este modelo contribui para o desenvolvimento de novas formas de arte e comunicação, onde fica cada vez menos clara a distinção clássica entre emissão e recepção, composição e interpretação.

Vemos um enfraquecimento dos conceitos de obra, autor e público. E, conseqüentemente, um deslocamento do foco criativo, da criação de mensagens para a criação de processos, plataformas, linguagens, redes de criação e imaginação coletiva.

As ferramentas de Inteligência Coletiva ideais devem favorecer o relacionamento pela troca de saber, alimentar a diversidade, contribuir para a autonomia dos indivíduos e permitir a navegação pela infinita rede de informações que é a humanidade.

### **Continuidade do trabalho**

Os dados apresentados aqui são uma síntese do resultado da pesquisa bibliográfica realizada durante a primeira etapa do trabalho.

O processo continua com a elaboração de um **sistema de análise de ferramentas de inteligência coletiva**, criado com base em modelos de avaliações heurísticas de usabilidade, adaptadas aos parâmetros de design próprios das mídias participativas levantados durante a pesquisa bibliográfica.

Então, uma etapa de Pesquisa Investigativa terá a análise de sites selecionados, usando o sistema de análise elaborado, com o objetivo de revelar padrões de design de mídias participativas.

## **Referências**

**BENKLER, Y. The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom.** Yale University Press, 2006.

**LEVY, P. A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 5.ed. São Paulo: Loyola, 2007.

**CAVALCANTI, M.; NEPOMUCENO, C. O Conhecimento em Rede: como implantar projetos de inteligência coletiva.** Rio de Janeiro: Campus, 2007.