

# 15 anos de auto-edição na rede portuguesa (ou: código é poesia)

Paulo Querido  
correio@pauloquerido.com

## Resumo

No início da década de 1990 contavam-se pelas centenas o número de portugueses com acesso à Internet. Mas já havia auto-edição – a capacidade de um indivíduo editar matérias escolhidas, ou originais da sua lavra, tornando-as públicas e acessíveis a qualquer pessoa em qualquer lugar. Rudimentar embora, formou-se em torno de um *newsgroup* (o *soc.culture.portuguese*) a primeira comunidade destes novos autores. Seguiu-se-lhe o Terràvista, projecto da iniciativa do Ministério da Cultura que acolheu dezenas de milhar de páginas produzidas por cidadãos lusófonos das quatro partidas do mundo. Porém, a auto-edição só se tornou um fenómeno de massas a partir de 2004, depois do surgimento da mais aperfeiçoada ferramenta de auto-edição digital que torna fácil a produção de multimedia: o blog. Neste capítulo descrevem-se as linhas evolucionárias destes 15 anos, de forma a percebermos o que esperar do futuro breve.

**Palavras-chave:** auto-edição; Terràvista; multimedia; blog.

Este texto parte de uma conversa de cozinha. Estava o autor a explicar à mulher quão difícil é fazer uma retrospectiva, ainda que breve, da história da auto-edição na rede portuguesa. Em primeiro lugar porque é fastidioso escrever sobre o passado. Que importa recordar os heróicos pioneiros do *soc.culture.portuguese* e elogiar os poetas dos tempos modernos (ler: 2006) que podem graças ao Blogger tirar os seus sonetos da gaveta e dá-los a ler à humanidade, ou os fotógrafos que nos mostram as maravilhosas fotos dos seus cachorros no Flickr, quando estamos a assistir ao nascimento de formas de criação totalmente novas, baseadas em tecnologias e conceitos que antes não existiam?

Nesta altura a paciente esposa interrompeu: porque não partir precisamente daí? No que a auto-edição nos traz de REALMENTE novo?

Estava encontrado o mote: as novas expressões da criatividade resultantes do uso e manipulação das novas tecnologias, em contraste com a mera reprodução das "velhas" expressões – a pintura, a fotografia, o texto – modernizada à força pelas tecnologias. A partir desse momento, ficou tudo mais fácil: basta alinhar os conceitos base, divididos em três campos consoante o grau de distanciamento entre átomos e bits.

Assim, temos o campo inicial, em que a rede é pouco mais que o veículo da expressão criativa, que permanece independente. Ou seja, criamos um texto ou uma foto ou um vídeo fora da rede e transportamo-lo para dentro dela, para que sirva de suporte à divulgação. Mesmo que recorra a ferramentas digitais, a criação processa-se no mundo atómico e destina-se a este.

Há uma zona cinzenta, ou de transição, em que a produção de informação e conhecimento é, digamos, ainda atómica no essencial mas já é pensada e finalizada a pensar no meio ambiente em que vai ser distribuída e também consumida.

E depressa chegamos ao terceiro estágio, o mais interessante e fascinante: a criatividade realmente NOVA, a que antes não existia porque não havia nem computadores, nem redes, nem a necessária massa crítica que garante estarmos perante uma mudança de paradigma e não um mero epifenómeno. Aqui, a rede é o universo, o princípio e o fim da criação, que não existiria sem a rede e será incompreensível e inútil fora dela.

Vamos por partes, porque é preciso entender como se chegou ao novo paradigma da

criatividade. O principal aspecto da rede enquanto veículo da (e para a) criatividade foi antecipado no início da década de 1990 pelos pioneiros. Trata-se da possibilidade de aceder a conteúdos, económica e instantaneamente, a partir de qualquer ponto ligado à Internet. Esta característica permitia já na altura antever o fim de uma época em que os meios de produção e distribuição de produtos culturais eram detidos exclusivamente pelas minorias dominantes.

No entanto foram precisos dez anos de maturação das ferramentas editoriais, e também do alargamento sociológico da Internet, que hoje já é acedida por mais de um quinto da população mundial, para cumprir promessa da edição fácil e barata de um para todos e de todos para todos: só neste século chegou às massas essa extraordinária ferramenta de auto-edição chamada *blog*. Pelo caminho sucederam-se os *newsgroups* e grupos do Yahoo!, os *forums* e as *homepages*, cujos graus de dificuldade de acesso limitavam a criatividade a uma faixa de entusiastas incluídos.

A World Wide Web é o meio por excelência para a auto-edição. Sejam notícias, currículos, apresentações de empresas, *sites* de grupos com interesses comuns, páginas pessoais, divulgação cultural ou de opinião, estamos perante informação que consumimos e à qual respondemos, se houver lugar a resposta, igualmente por métodos de auto-edição.

Mesmo antes da web, já os *newsgroups* cumpriam a função de permitir a comunicação diferida, mas assente num suporte tecnológico ainda rudimentar. Hoje relegados a uma marginalidade aceite de bom grado pela maioria dos seus defensores, os *newsgroups* ainda fazem circular mensagens de relevância sociológica, científica ou meros *faits-divers*. Nos primeiros anos da web o entusiasmo pela auto-edição, então em fase de descoberta, e as maravilhas do hipertexto conduziram a um *boom* de páginas e *sites*, pessoais e colectivos. Os *forums* substituíram, com vantagens, os *newsgroups* e começaram a congregar as primeiras comunidades virtuais.

Mas as ferramentas de edição eram ainda artesanais, como tal reservadas a uma elite. Foi preciso esperar por este século, e pelas ferramentas transparentes como as que hoje equipam os *blogs*, para ver a web ganhar massa crítica enquanto sede de comunidades para todos os gostos e, principalmente, enquanto praça pública – uma ágora onde todos temos, em igualdade de circunstâncias, a possibilidade de opinar sobre toda e qualquer matéria. A tal ponto que a web se confunde hoje com a chamada blogosfera – havendo muitos utilizadores de *blogs* que, pela sua condição de recém-chegados à Internet, nunca ouviram falar na World Wide Web.

Hoje as ferramentas de auto-edição permitem a publicação fácil e transparente (e, nalguns casos, assistida) de qualquer conteúdo, desde que em formato digital. Hoje vivemos (quase) todos na rede. É nela que nos inspiramos, é nela que produzimos. Naturalmente, o que produzimos e os processos criativos com que produzimos tendem a seguir os ritmos impostos pela respiração própria da rede. A criatividade passou a depender já de serviços prestados pela rede, ou melhor, a interdepende pois o que produzimos vai alimentá-los.

Este meio ambiente dá-nos instrumentos de pesquisa, como o Google ou o Yahoo!, e de recolha como a Real Simple Syndication (por XML) sem os quais seria impossível controlar o gigantesco fluxo de informação que chega de todos os lados em catadupas instantâneas. Métodos de selecção do que nos interessa, como o Blogservatório ou o IceRocket, vão também contribuir para a nossa percepção da realidade ao mesmo tempo que condicionam tanto os nossos métodos criativos como o resultado final.

Um exemplo pontual: tenderemos a seguir a discussão do momento, dando empenhadamente o nosso contributo, só porque se trata do tema em foco, não sendo algo que nos interessasse ou sobre o qual tenhamos efectivamente um pensamento. Outro exemplo típico do condicionamento ambiente é a tendência para adequarmos a

nossa linguagem às máquinas, de forma a aparecermos mais depressa ou subirmos nos índices, que são captados e gerados por computadores a partir de palavras-chave ou repetições.

O hipertexto passou a introduzir também ruído no processo criativo, perdendo parte da sua nobreza inicial. A quantidade de *links* e a sua organização passaram de meio a mensagem para o melhor e para o pior, pesando na tomada de decisões. Como um *link* rende pontuação seja de que maneira for, podemos abusar deles ou omiti-los consoante o efeito desejado.

A esmagadora maioria dos actuais internautas está nesta fase e age em função da vivência no meio ambiente da rede, aceitando a intermediação das máquinas no processo de distribuição do seu trabalho. É de notar, por exemplo, que estão a desaparecer dos sites as aplicações flash, que são "invisíveis" para os muitos intermediários inumanos sobre os quais assenta hoje a rede de divulgação do que é criado. O eco-sistema da rede faz as suas vítimas.

Mas há uma guarda-avançada que usa a blogosfera e as outras técnicas de auto-edição de formas novas. Os jovens, produ-consumidores que produzem conteúdos nos quais eles, autores, são o objecto, e consomem conteúdos cujo objecto são – precisamente – os seus amigos e também seus leitores. Desprezam as distribuições tradicionais substituindo-as pela rede. São nós da rede. E como nós, são simultaneamente produtores e consumidores de bens e serviços informativos, recreacionais ou culturais. São simultaneamente autores e leitores. Como a maioria dos bloggers. Mas o que para estes é, digamos, um país novo com linguagens que é preciso aprender, os mais jovens são naturais deste país digital, cuja língua é a sua língua nativa e onde se movimentam à vontade.

Esta geração socializa e trabalha nas redes de *social networking*, do Hi5 ao Myspace e à blogosfera, partilha pontos de vista e segue o dia a dia através dos *blogs*, dos *feeds* de RSS e das *tags* do del.icio.us, publica os seus originais no Flickr e em vez de ir ao cinema ou ver *videoclips*, prefere produzir os seus próprios filmes tendo-se como protagonista e coloca-os no Youtube e similares.

A actividade criativa é hoje febril no meio *online*. A nova corrente criativa, que só existe devido à rede e dentro da rede, tem já obras admiráveis. Nós é que ainda não as valorizamos enquanto expressão artística. Porque ainda não nos habituámos. Mas na verdade, e pensando bem: não será a obra de múltiplas arquitecturas por detrás do Google tão digna do nosso espanto e veneração quanto a Torre Eiffel?

A engenharia de sistemas informáticos é tão digna de menção quanto as engenharias de máquinas ou de edifícios. A arquitectura de um serviço como o del.icio.us nada deve, na beleza dos seus contornos digitais e na graciosidade das soluções encontradas para ordenar os fluxos de *bits*, aos exemplos dos livros de arquitectura como a Gare do Oriente, de Santiago Calatrava, tão bela quanto funcional. A obra colectiva que é a Wikipedia é única na história do Homem e, da mesma forma que as pirâmides recordam o avanço da civilização egípcia, ficará como o marco da Sociedade da Informação e do Conhecimento.

Estes novos artesãos usam como matéria-prima a própria rede e a expressão da sua criatividade assume especialmente a forma de serviços e utilitários, mas não só. Todas estas colossais quantidades de informação precisam de ser ordenadas e catalogadas de forma a serem assimiláveis e todos os dias há uma nova forma de o fazer. As aplicações web 2.0 são, muitas delas, produto da criatividade destes novos talentos que inventam as próprias ferramentas com que moldam a realidade emergente.

Até um ponto, a mudança afecta também a cultura económica: os milhares de *mashups* (recombinações) de informação são capazes de gerar uma micro-economia

graças aos anúncios de texto do Google.

Outra novidade está na produção conjunta. Na verdade, quase poderíamos dizer que a própria rede assume o papel de "co-autora". O fenómeno foi pela primeira vez notado enquanto tal no famoso All Your Base Are Belong To Us, uma frase extraída da má tradução para inglês de um *arcade game* japonês chamado Zero wing. Alguém reparou na tradução e os fãs do jogo começaram a usar a frase por todo o lado; em breve estavam a produzir imagens contendo a frase nas mais variadas situações e locais. Uma primeira animação em *Flash* foi lançada em finais do ano 2000. Continha uma selecção das centenas de imagens produzidas em todo o mundo, misturadas com *screenshots* da versão inglesa do Zero Wing e uma música poderosa. Em Fevereiro All Your Base chegava ao *top 50* das pesquisas no Lycos, que era então a lista que melhor captava as *trends* da Internet. Ganhou um prémio *webby* em 2002 e foi notícia em todos os grandes jornais mundiais. Cinco anos depois All your Base continua vivo e acaba de sair a quarta versão, com imagens bem actuais. Os fenómenos Internet, como o AYB, são já objecto de estudo.

Além do entretenimento, a criação em rede fornece ao mundo fontes de conhecimento que simplesmente não poderiam ocorrer de outra forma. O melhor exemplo é a Wikipedia, uma enciclopédia a várias escalas, com quase milhão e meio de artigos em Inglês mas também versões em línguas minoritárias como o galego. Sujeita a críticas devido à forma aberta como é produzida, tem uma virtude incomparável, que nunca outra enciclopédia poderá sequer ousar: a extrema rapidez com que é resumida e catalogada informação sobre o mundo actual e a cultura popular. Conceitos novos com que passámos a ter de lidar todos os dias, ou resultantes de descobertas recentes, estão explicados na Wikipedia na semana seguinte. A Wikipedia é o sonho de todos os garimpeiros do saber. Desde logo porque se trata de uma enciclopédia desprovida de interesses comerciais, como os puristas sempre desejaram que as enciclopédias fossem. Nenhuma das pessoas que contribui para a escrita das entradas recebeu um cêntimo, a consulta é gratuita (desde que consideremos "grátis" o uso de um computador ligado à Internet, princípio não totalmente seguro mas que podemos estabelecer para este caso) e o projecto é sustentado através dos donativos dos altruístas de serviço, pessoas e instituições que se encarregam do avanço do conhecimento (e dos 750.000 dólares de orçamento).

Depois porque enquanto depósito de conhecimento não conhece as naturais limitações de bibliotecas (prateleiras finitas) e das enciclopédias de papel (volumes finitos). A finitude do espaço e do papel obriga a uma escolha a vários títulos impura: se estabelecêssemos que toda a erudição do mundo cabia em 10 milhões de artigos ou entradas, o editor de uma enciclopédia teria de cortar mais de 99 por cento para que a respectiva publicação fosse viável. Viável técnica e comercialmente. Por outras – e duras – palavras, alguém ficaria com o discricionário poder de escolher que um por cento dos artigos valeria a pena e de condenar ao esquecimento a quase totalidade da sabedoria humana!...

Em locais como o Digg, de que há centenas de clones, ou como o Newsvine, entramos na infoesfera onde a informação é permanentemente filtrada por cidadãos comuns: os (erradamente) chamados cidadãos-jornalistas. O entretenimento está também a sair dos meios convencionais e assenta em sítios como o You Tube, onde um vídeo de três minutos pode alcançar uma audiência de milhões de pessoas.

Estes são exemplos da expressão da nova criatividade e resultam sobretudo da acção de uma camada de pessoas que depressa aprendeu a tirar partido da rede.

Como todos os outros movimentos culturais, a criatividade digital tem a sua elite. São os *connaisseurs*, que dominam a linguagem do ciberespaço, usam códigos totalmente distintos e impenetráveis. Conhecidos também por geeks, esses *tecno-sages* são os agentes da cibercultura. Habitam o espaço mais perto da máquina. São

programadores – ou pelo menos técnicos de informática e informação com conhecimentos de programação. Da mesma forma que a elite da literatura entende a poesia, para esta elite a poesia está no código. *Code is poetry*.

A auto-edição vem potenciar a níveis problemáticos questões antigas, já identificadas no reino do digital, ao mesmo tempo que coloca novos desafios à sociedade em geral e ao Direito em particular. Vamos passar rapidamente em revista apenas as piores: o plágio e cópia ilegal e os crimes de imagem.

O meio digital torna alguns crimes (mais leves, digamos) de acesso muito fácil a pessoas antigamente não expostas à criminalidade ou à marginalidade. As cópias ilegais de ficheiros áudio e vídeo são o exemplo mais mediático, claro. Juntamente com os crimes de imagem (difamação pública), crescem em quantidade e continuarão a crescer – e ameaçam inundar o sistema judicial, que se verá forçado a uma cisão semelhante à que no passado ocorreu, por exemplo, na problemática da droga, quando se “admitiram” no sistema os pequenos traficantes para concentrar esforços nos tubarões do tráfico.

Quanto à questão da cópia e do *copyright*, as respectivas leis mostram-se impotentes e desadequadas à realidade. Foram feitas no final do século XIX e desenvolvidas ao longo do século XX para a realidade de distribuição que tinha a ver com o suporte papel. A rádio e a televisão vieram colocar novas questões e desde que começou a haver meios de reprodução acessíveis às pessoas (a cassete, nomeadamente) surgiram mais questões ainda. O digital e a Internet vieram acabar com isso: não há mais hipótese de adequar aquela lei a esta nova realidade.

Na blogosfera (e na Internet em geral) é muito fácil copiar e toda a gente copia constantemente. Como proteger um autor do plágio? Não há nenhum instrumento adequado à protecção contra o plágio. Não há em Portugal, nem na União Europeia, nem nos Estados Unidos, nada que garanta a protecção contra o plágio. Porque não há instrumentação necessária ao cumprimento da lei ou à fiscalização da lei. São leis apenas no papel e elaboradas para o papel.

Já no que toca aos chamados crimes de imagem, a regulamentação existente é adequada. Não distingue entre o insulto agora-aqui, o insulto na televisão, ou o insulto noutro meio. Não podemos insultar ninguém na blogosfera, ou melhor podemos, mas ficamos sujeitos às consequências disso, tal e qual como se tivéssemos injuriado no meio da rua.

Há aqui uma questão adicional: a confidencialidade. O insulto no meio da rua, apesar de tudo, não é anónimo, as entidades de investigação sabem como hão-de chegar ao prevaricador. Na Internet e na blogosfera isto é mais difícil, embora não seja impossível. Embora haja ainda questões por acertar ao nível da legislação – que têm a ver com os *service providers* e o tempo que são obrigados a reter as informações de acesso básicas que, são actualmente de seis meses – em muitos casos os agentes têm mecanismos de identificação ao dispor. Partindo da informação proporcionada pelos alojadores de *blogs* e pelo ISP, as autoridades credenciadas conseguem chegar ao prevaricador. O anonimato é aliás mais difícil de manter na internet, ao contrário do que as pessoas pensam, do que no meio da rua. Espalhar cartazes não-assinados pela cidade pode ser realizado no maior dos anonimatos, mas a publicação na internet deixa rastros.

Mais complicados de combater, desde logo porque difíceis de avaliar, serão os assassinatos de carácter: uma pequena rede de *blogs* pode usar o seu poder para tentar (e conseguir) liquidar a reputação de alguém tomado por alvo, só dependendo das suas capacidades para coligir informação, do seu tempo para caçar, descontextualizar e amplificar erros e contradições, pequenas ou grandes, da repetição sistemática com que o façam. O que antes era possível apenas com grandes recursos de tempo e dinheiro para investigar e mandar publicar, faz-se hoje na rede

em poucos dias e usando os gratuitos Google e *blogs*.

Temos portanto que valores em geral protegidos no mundo dos átomos ficam subitamente desprotegidos face a este tipo específico de criminalidade informática, sejam os delitos de pequena, média ou grande dimensão. Um número cada vez maior de agentes e entidades judiciárias preocupa-se com o que podemos classificar de quadro emergente de impunidade. A criminalidade informática apresenta uma questão maior à sociedade, um verdadeiro desafio, pois possui uma dinâmica propiciadora da génese das formas criminais até aqui insuspeitas, com *modus operandi* cujas peculiaridades geram, pelas dificuldades de detecção, verdadeiras situações de impunidade formal.