

**Inteligência coletiva no ciberespaço:
questões de direitos autorais frente à cultura do “faça você mesmo”
no contexto dos blogs¹**

Jitana CARDINS²
Lincoln FERDINAND³
Marcos NICOLAU⁴

Resumo

O que antes era atividade restrita apenas aos profissionais de comunicação, hoje é aberto para toda a população: compartilhar informações. Inseridas no contexto do ciberespaço e da cibercultura as pessoas estão ampliando sua rede de conhecimentos e contribuindo para o aumento de uma rede maior, chamada de inteligência coletiva, podendo fazê-lo através de uma cultura do “faça você mesmo” na internet. Diante disso nos questionamos acerca dos problemas que podemos enfrentar em relação aos direitos do autor e quais as perspectivas da legislação. O presente trabalho objetiva entender melhor essa cultura do “faça você mesmo” e analisar como ela pode ser considerada um fenômeno contributivo da inteligência coletiva, mesmo que restrita ao exemplo dos blogs, percebendo os motivos que os fazem se tornar tão populares.

Palavras-chave: Ciberespaço. Inteligência coletiva. Direito autoral. Faça você mesmo. Blogs.

Introdução

No contexto em que vivemos, estar conectado é algo comum no cotidiano. A internet já faz parte da vida da maioria das pessoas e o ciberespaço vem se tornando cada vez mais espaço de todos, quebrando barreiras físicas e temporais. Estando inseridas na cibercultura as pessoas se comunicam mesmo de lugares distantes, compartilham informações a todo instante, dividem e adquirem conhecimentos, e a cada

¹ Artigo Científico originalmente apresentado no GP Cibercultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 2012, Fortaleza – CE.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas Gmid/PPGC/UFPB. Email: jitana_cardins@hotmail.com

³ Graduando concluinte do Curso de Direito do CCJ/UEPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas Gmid/PPGC/UFPB. Email: lincolnferdinand@gmail.com

⁴ Professor Pós-Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas – Gmid. Email: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

dia formam uma rede de inteligência que está presente em todos os lugares. A essa rede de saberes dá-se o nome de inteligência coletiva.

A inteligência coletiva pode ser compreendida como uma inteligência compartilhada por todos e em diversos lugares, buscando o reconhecimento e enriquecimento mútuo das pessoas. Ela nasce através do compartilhamento de ideias, formando uma rede de comunicação e inteligência que abrange todos os conhecimentos criados e adquiridos de forma individual e apresentados em um espaço comum.

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

Com a pretensão de observar como o compartilhamento de ideias na internet contribui para a formação dessa inteligência coletiva, este trabalho tem o objetivo de conhecer melhor a cultura do “faça você mesmo” e analisar como esta pode ser considerada um fenômeno de contribuição para o crescimento da inteligência coletiva. Compreende-se aqui cultura do “faça você mesmo” como uma prática que se iniciou a partir da insatisfação de ver o rock ser industrializado e comercializado, nos anos de 1970. Era o movimento punk que buscava a oportunidade de fazer música independente, mas que agora ressurgiu de forma mais espontânea, abrangendo várias áreas, com a instauração das mídias digitais interativas, entre elas os blogs. O “faça você mesmo” é utilizado por André Lemos (2005) quando ele defende que existe, hoje, uma cibercultura punk e que ela pode ser caracterizada pelas três leis da cibercultura, estudadas por ele.

Para tanto se pretende inicialmente fazer uma explicação dos conceitos de cibercultura e ciberespaço, percebendo como a inteligência coletiva tem sido potencializada nesse contexto. Em um segundo momento discutimos o conceito de inteligência coletiva e como ela vem se comportando na atualidade. A partir disso buscaremos observar os problemas que vêm surgindo com esse grande compartilhamento de informações à luz do Direito Autoral. Em seguida fazemos um breve estudo sobre a cultura do “faça você mesmo” e cibercultura punk, analisando de que forma elas podem estar presente no contexto do crescimento da inteligência

coletiva. Por fim observamos como a cultura do “faça você mesmo” tem se manifestado em meio ao contexto dos blogs e saber por quais motivos os blogs de “faça você mesmo” tem ganhado popularidade.

Ciberespaço e cibercultura: espaço potencializador da inteligência coletiva

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

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

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

Nos últimos tempos o ciberespaço tem crescido ainda mais, englobando práticas e costumes no mundo inteiro. À medida que ele cresce fornece um espaço cada vez mais propício para que a inteligência coletiva se desenvolva. De acordo com Lévy (2010, p. 30):

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

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

As novas tecnologias poderão mudar profundamente a qualidade da vida humana e criar uma sociedade baseada no conhecimento e na inteligência. Nesse estágio, a sociedade da informação alcançará um nível equivalente ao estágio de consumo de massa em que as pessoas possuem bens duráveis, como televisores e automóveis. (MASUDA apud SIQUEIRA, 2007, p.233).

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

De certa forma, estamos numa posição semelhante à dos europeus do século XVI, que estavam apenas começando a tomar conhecimento do espaço físico dos astros, em espaço totalmente alheio à sua concepção anterior da realidade. Como Nicolau Copérnico, estamos tendo o privilégio de testemunhar a aurora de um novo tipo de espaço, o virtual, e o que a humanidade fará desse espaço, só o tempo irá dizer. (WERTHEIM, 2001, p.225).

Inteligência coletiva: a onipresença do saber

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

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

Até mesmo nos lugares onde as pessoas são tidas como “ignorantes” existe a inteligência coletiva. “A luz do espírito brilha bem ali onde se trata de fazer crer que não tem inteligência: “fracasso escolar”, “simples execução”, “subdesenvolvimento”, etc. [...] A inteligência coletiva só começa com a cultura e aumenta com ela.” (LÉVY, 2004, p.20, tradução nossa). De acordo com Santos (2006, p. 21-22) cultura

está muito associada a estudo, educação, formação escolar. Por vezes se fala de cultura para se referir unicamente às manifestações artísticas, como o teatro, a música, a pintura, a escultura. Outras vezes, ao se falar na cultura da nossa época ela é quase identificada com os meios de comunicação de massa, tais como o rádio, o cinema a televisão. A lista pode ser ampliada.

Para se ter cultura não é necessário que se tenha instrução, mas sim criatividade e conhecimentos passados hereditariamente, por isso é tão fácil encontrar os mais variados tipos de habilidades e tradições coletivas em meio às pessoas que vivem em sociedade. Ainda seguindo o raciocínio de Santos (2006, p. 24), “cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade”.

O fundamento e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas. É buscar fazer com que todos tenham oportunidade

de fazer seus conhecimentos serem divulgados, sendo reconhecidos por isso, e ao mesmo tempo saber de coisas novas, absorver novas habilidades.

Na era do conhecimento, não reconhecer ao outro em sua inteligência é negar sua verdadeira identidade social, é alimentar seu ressentimento e sua hostilidade, é sustentar a humilhação, a frustração nascida da violência. Contudo, quando se valoriza o outro, segundo a gama variada de seus conhecimentos, o permite identificar-se de um modo novo e positivo, ajuda a mobilizá-lo, a desenvolvê-lo, a mudar sentimentos de reconhecimento que facilitarão, como reação, a implicação subjetiva de outras pessoas em projetos coletivos. (LÉVY, 2004, p. 21, tradução nossa).

Quando se pensa em inteligência coletiva, pode-se remeter ao pensamento com diferentes idiomas, com tecnologias cognitivas, mas a inteligência culturalmente informada não é programada. Por transmissão, invenção ou esquecimento, o patrimônio comum passa a ser de responsabilidade de todos. “A inteligência do conjunto já não é resultado mecânico de atos cegos e automáticos, pois aqui é o pensamento das pessoas que o perpetua, inventa e põe em movimento a sociedade.” (LÉVY, 2004, p.22, tradução nossa).

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

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

A produção de conteúdo independente é considerada por Thompson (2008) uma das principais formas de analisarmos o desenvolvimento da comunicação e o seu impacto na sociedade moderna. O uso de meios de comunicação pela população em

geral implica uma nova forma de ação e de interação, através de novos tipos de relações sociais.

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

O compartilhamento de conteúdo e seus problemas: o direito autoral no ciberespaço

Com o rápido desenvolvimento das mídias digitais, nota-se uma democratização em larga escala do acesso à informação. O mundo globalizado permitiu que grande parte da população tivesse fácil acesso a qualquer tipo de conteúdo. Segundo Patrícia Peck (2002, p. 36), “O acesso à informação constitui o maior valor de uma sociedade democrática”.

Porém, não são apenas coisas boas que esse progresso tecnológico traz à sociedade. Muitos problemas que envolvem a proteção jurídica da propriedade intelectual foram surgindo. A facilidade de acesso e compartilhamento de informação faz com que muitas obras protegidas tenham seus direitos autorais violados.

Desde os primórdios da humanidade se percebe uma forte tendência, do homem, para a criação intelectual. Grandes civilizações foram colocadas de pé; instrumentos de trabalho, meios de transporte e máquinas foram criadas à medida que a sociedade sentia a necessidade de evoluir e de se reinventar tecnicamente, o que Landes (1998) denominou de a invenção de inventar. Foi concedida ao homem, através do surgimento da escrita, liberdade para registrar sentimentos e concepções de mundo ou de qualquer assunto que lhe despertasse atenção.

Entretanto, somente no século XV, com a invenção da prensa móvel e a possibilidade de massificação, veio à tona a preocupação com os direitos que os autores deveriam ter sobre suas obras artísticas, literárias e intelectuais. A essas criações, é dado, hoje, o nome de propriedade intelectual.

Desde a primeira constituição brasileira, a propriedade intelectual esteve protegida como um direito fundamental do cidadão, sendo mantida constituição após constituição, apenas esquecida na de 1937. As mudanças que ocorreram em cada constituição foram apenas de caráter atualizador, trazendo alterações que refletiam meramente a evolução do pensamento a respeito da matéria, sem grandes novidades.

Pode-se sentir, então, a pertinente atualização das leis que regulamentam os direitos do autor, decorrente da necessária adequação do ordenamento jurídico aos novos tempos em que a tecnologia avança apressadamente e os meios de comunicação se desenvolvem cada vez mais em busca da facilidade em se propagar conteúdo e informação.

Neste contexto foi criada a lei Nº 9.6010/98, mais conhecida como a lei de direitos autorais (LDA), que veio para alterar e consolidar a legislação sobre os direitos concernentes ao autor protegendo seus direitos morais e patrimoniais.

Todavia, verifica-se a não correspondência da atual legislação ao momento em que vive a sociedade, visto que ela evolui rapidamente junto com as transformações causadas pelo crescimento dos meios comunicacionais. O ciberespaço é um dos fatores que mais alimenta esses problemas relacionados à violação dos direitos autorais por ser um ambiente que proporciona a democratização da informação e facilidade de compartilhamento de conteúdo.

Ao mesmo tempo em que o acesso à informação é livre para toda a sociedade, o Direito Autoral, por proteger o criador de obras cujo conteúdo é útil e necessário para a formação cultural da população, restringe e limita muitas vezes esse acesso, tornando, assim, a informação cara e inacessível.

A imersão da sociedade na era da informação e do compartilhamento é um fato irreversível e o surgimento de novas tecnologias proporcionou tal fato. Apesar de o art. 7º da LDA prever que “são obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível”, percebemos que estamos longe de alcançarmos um estágio ideal de nossa legislação que permita o perfeito equilíbrio entre acesso à informação e compartilhamento de conteúdo e a justa proteção de direitos autorais.

Porém, muitas são as formas que estão sendo usadas para amenizar a constante violação de obras protegidas na era digital e que são vistas como possíveis soluções. A doutrina do *fair use* ou “uso justo”, por exemplo, destaca uma maneira em que se possa

garantir o direito do autor e o interesse da coletividade. Como afirma Manuella Santos (2009, p.135),

uma pessoa pode utilizar livremente a obra protegida de terceiro com a finalidade de crítica, comentário, noticiar fatos, ensino (incluem-se cópias múltiplas destinadas ao uso em sala de aula), dentre outras utilizações, sem precisar nem mesmo da autorização do autor.

Esse instituto foi criado pelo direito norte americano, mas, não foi devidamente aceito pela legislação brasileira visto que a lei de direitos autorais já preceitua limitações aos direitos de autor, previstas no seu artigo 46, e que alguns consideram como sendo relacionada implicitamente à doutrina do *fair use*.

Também foram criados projetos colaborativos (*copyleft* e *creative commons*) que funcionam como licenciamento e visam expandir a maneira como os autores se utilizam de seus direitos sobre a obra. De acordo com Cândida Nobre (2012, p. 16), essas iniciativas “propõem que o autor decida os usos que devem ser feitos da sua obra.”.

O *copyleft*, segundo Santos (2009, p. 138), “originou-se do movimento de *software livre*, que é baseado no princípio do compartilhamento de conhecimento e na solidariedade praticada pela inteligência coletiva conectada na rede mundial de computadores.”. Continuando, ela afirma que o instituto “consiste em um mecanismo jurídico que visa garantir aos titulares de direitos de propriedade intelectual que possam licenciar o uso de suas obras além dos limites da lei, ainda que amparados por ela.”.

Da mesma forma, o *creative commons* (CC) pretende estabelecer uma forma de o autor definir quem e como sua obra poderá ser usada através de uma licença. Nas palavras de um dos seus fundadores, Lawrence Lessig, a licença CC tem como objetivo

Construir uma camada de *copyright* racional em cima dos extremos que atualmente regem o debate. Isso é feito para tornar fácil às pessoas construírem em cima do trabalho dos outros, para tornar simples aos criadores expressarem a liberdade para outros pegarem e construírem sobre suas obras. (LESSIG, 2003, p. 255).

São esses e outros institutos que devem ser adotados em todo o mundo, já que a evolução das mídias digitais se dá a nível global e ninguém pode fugir dela. A informação não corre mais como antigamente, tornando necessário que os direitos autorais se adequem de maneira a acompanhar esse avanço tecnológico dos meios de comunicação digitais.

Da inteligência coletiva na internet: cultura do “faça você mesmo” e a cibercultura punk

A filosofia do “faça você mesmo” surgiu na década de 1970 quando bandas dos Estados Unidos começaram um movimento gerado pela insatisfação de ver o rock ser industrializado e comercializado. Era o movimento punk que buscava a oportunidade de fazer música independente e com uma ideologia política muito forte. “As bandas punks tradicionalmente se ajudavam conseguindo shows em outras cidades, organizando turnês, lançando discos, etc.” (O’HARA, 2005, p. 152).

Foi aí que surgiram as bandas com músicas com um estilo mais simples e rebelde, indo contra o que era tradicional na época. “O punk rock diferiu do rock’n’roll tradicional não apenas no som, no conteúdo das letras e no estilo de se apresentar, mas também na maneira como as bandas dirigem seus negócios e interagem com seu público.” (O’HARA, 2005, p.152). O “faça você mesmo” tornou-se então uma forma de negócios entre os membros das bandas punks. “O espírito do empreendimento punk tem sido o “faça você mesmo”. Essa é uma extensão dos princípios anarquistas que requerem responsabilidade e cooperação para construir um futuro mais produtivo, criativo e agradável” (O’HARA, 2005, p.162).

Ao longo dos anos a filosofia do “faça você mesmo” tem se modificado e encontrado uma diversidade maior de áreas de atuação, mas sempre baseada em muita criatividade e compartilhamento de informações. Hoje em dia podemos enxergar essa filosofia tomando força no ciberespaço. De acordo com André Lemos (2005) a cultura eletrônica contemporânea vem herdando as características dessa filosofia.

“Remixada” e atualizada, a cibercultura se apropria, à sua maneira, do lema punk. Agora, a máxima é “a informação quer ser livre”, “distribua, reutilize, misture conteúdo”, “crie, edite e divulgue informações. (LEMOS, 2005).

Lemos (2005) afirma ainda que o “faça você mesmo” pode ser traduzido pelas três leis da cibercultura, criadas por ele mesmo. A primeira delas é a lei da liberação do polo de emissão, que é uma das principais características dessa cultura, a de produzir e distribuir informação sem a necessidade de um editor. A segunda lei é o princípio da conexão, pois, segundo ele, não basta produzir, a informação também precisa circular. “A máxima punk torna-se aqui: ‘compartilhe, misture (remix), colabore, distribua informação’. É o ‘tudo em rede’; a

conexão generalizada em todos os lugares e de homens, máquinas e objetos entre si.” (LEMOS, 2005).

A partir do fato de que todos os produtos da era da informação passam por uma reconfiguração da cultura, Lemos (2005) afirma que é essa a terceira lei: reconfiguração de práticas sociais, instituições e modalidades midiáticas, justamente pelo fato de que cada um dá a sua parcela para modificar a cultura vigente. Ele afirma ainda que essa modificação não é aniquilação nem simples substituição, mas vem organizar e fazer vários formatos midiáticos conviverem, como por exemplo o jornal online e impresso, espaço urbano e redes, podcasts e rádio, TV e web, amigos de bar e de MSN.

A emissão generalizada (primeira lei), distribuída em rede (segunda lei), cria novos formatos e modificam outros, alterando a cultura — novas formas de consumo de bens culturais, novas formatos de produção de bens simbólicos, novas visões sobre propriedade e autoria, personalização e massificação. (LEMOS, 2005)

O autor ainda fala sobre a questão que o movimento punk em si não existe mais nos dias de hoje como era antigamente, mas que a filosofia que formou uma cultura deixou heranças que são apropriadas pelas novas tecnologias atualmente. Lemos (2005) também cita vários exemplos da manifestação dessa herança, que toma como base as três leis da cibercultura, dentre eles os podcasts, redes p2p e software livre e blogs, que são o nosso objeto de estudo no presente trabalho.

Os blogs como exemplo do “faça você mesmo” e ferramenta de compartilhamento de informações no ciberespaço

Com as possibilidades oferecidas pela web 2.0 o compartilhamento de informações foi se tornando cada vez mais comum e mais frequente. “O que hoje se chama de web 2.0 se diferencia da web anterior pela participação ativa dos internautas na inserção e gerenciamento de conteúdo online.” (AQUINO, 2009, p. 237). Assim como também afirma Clay Shirky em seu livro *A Cultura da Participação*, a internet é a primeira mídia a ter uma economia pós-Gutenberg. Isso porque todos pagam para ter acesso a ela, portanto todos podem utilizá-la, podendo também ter espaço para criar e divulgar conhecimento.

A infraestrutura não pertence aos produtores do conteúdo: ela é acessível a qualquer um que pague para usar a rede,

independentemente de como a utilize. Essa transferência para a economia pós-Gutenberg, com suas perfeitas versões intercambiáveis e suas capacidades de conversão, com sua produção simétrica e seu baixo custo, fornece os recursos para grande parte do comportamento generoso, social e criativo que presenciamos.

(SHIRKY, 2011, p. 54)

Nós podemos perceber como a cultura do “faça você mesmo” se manifesta como um exemplo de inteligência coletiva no momento em que presenciamos blogueiros ensinando seu público a fazer alguma atividade sozinho, em casa, sem que haja necessidade de contratar um serviço para tal. É fácil observar que essa vertente vem se fazendo presente em vários blogs. O termo blog é uma versão reduzida da palavra “weblog”, correspondente a tradução das palavras “Web”, que vem de World Wide Web (rede de alcance mundial), e “log” (diário de bordo). Juntas indicam um espaço, onde é possível registrar informações sobre diversos temas, sejam eles, pessoais, políticos, religiosos, entre outros. Os blogs possibilitam uma comunicação democrática, na qual o emissor e receptor tornam-se um só no momento em que compartilham e procuram conhecimento, assim como afirma Lemos (2005):

Blogs são formas de publicação na internet de que qualquer pessoa pode facilmente dispor e por meio das quais começar a emitir seu diário pessoal ou informações jornalísticas, em emissões tanto de áudio (audioblogs) e vídeos (vlogs) como de fotos (fotolog). Os blogs podem ainda funcionar em comunidades onde usuários/leitores comentam e adicionam novas informações. Aparece claramente a liberação do pólo da emissão (qualquer um pode fazer seu blog), o princípio em rede (blogs estão em rede e fazem referência a outros blogs) e a reconfiguração: novos formatos de diários, de publicações jornalísticas, de emissões sonoras e imagéticas etc.

Inicialmente, como afirma Amaral et. al. (2009), os blogs eram usados apenas como diários pessoais, que tinham espaços de expressão pessoal, publicação de relatos, experiências e pensamentos do autor. Nos dias de hoje o uso do blog como diário pessoal continua sendo o mais popular, mas não é mais o único. Independente do uso para o qual ele é destinado o blog sempre será personalizado, assim como afirmam Efimova e Hendrick (2005) *apud* Amaral et. al. (2009, p. 34),

Weblogs estão se tornando de forma cada vez maior, nas identidades online de seus autores. A maioria dos weblogs não são formais, sem face, sites corporativos ou fontes de notícias: eles são autorais por

indivíduos (conhecidos como blogueiros), e percebidos como ‘vozes pessoais não editadas’

A partir dessa necessidade de publicação de conteúdo autoral podemos ver o surgimento e o crescimento dos blogs de “faça você mesmo”, nos quais são disponibilizados conteúdos autorais de pessoas ensinando outras a fazerem algo a partir de suas habilidades. De acordo com pesquisa realizada pelo portal de pesquisa de tendências WGSN⁵ em março de 2012 os blogs de “faça você mesmo” estão virando negócio e são uma tendência na internet, principalmente entre os blogs de moda. O portal levanta vários pontos que explicam os motivos que estão fazendo essa popularidade aumentar.

O primeiro deles fala sobre como a recessão econômica se tornou um dos motivos que faz com que os jovens busquem formas de fazer eles próprios itens que estão na moda, buscando nos blogs de “faça você mesmo” alternativas para economizar, recriando peças que eles encontram na passarela por um preço muito abaixo do mercado.

Outro ponto fala sobre o consumo consciente. A partir do momento em que o blogueiro reutiliza materiais que tem em casa ele incentiva seu público a agir de maneira sustentável, seguindo uma forte tendência mundial de preservação do meio ambiente. Em seguida a pesquisa coloca um terceiro ponto: a gratificação instantânea. A rapidez com que o consumidor pode adquirir um objeto que demoraria muito para chegar nas lojas, e por um preço muito alto, representa uma gratificação que pode ser tida em pouco tempo, principalmente quando se trata de tutoriais que podem ser realizados de maneira mais simples.

Outro ponto que incentiva o acesso a esses blogs é a individualidade e a exclusividade dos produtos que são feitos em casa, que terão sempre um diferencial das peças que são encontradas sendo produzidas em massa. Os consumidores encontram, por meio da cultura do “faça você mesmo”, a possibilidade de expressão de individualidade através da customização. Por fim a pesquisa também aponta que as marcas estão buscando blogs especializados em “faça você mesmo” para realizar parcerias como forma alternativa ao marketing tradicional. De acordo com o portal os tutoriais são vistos pelas marcas como uma oportunidade de manter um contato com seus consumidores, já que eles enviam peças para esses blogueiros fazerem criações e

⁵ <http://www.wgsn.com/>

modificações e, a partir disso, os consumidores enxergam como pode ser interessante fazer uso do mesmo produto.

Diante do exposto, observamos uma grande difusão de informação pela rede através dos blogs, por estes condicionarem à liberação do polo emissor, permitindo assim que o receptor também publique conteúdo. Essas informações muitas vezes estão protegidas por direitos autorais que garantem aos seus autores uma devida retribuição pelo uso de suas obras, seja ela financeira ou moral.

Como já colocamos anteriormente, a legislação ainda não consegue acompanhar o ritmo de crescimento da sociedade em se tratando da revolução tecnológica das mídias digitais, não sabendo, muitas vezes, como agir em determinada situação ou agindo de modo que interfira no acesso à informação da sociedade, como aconteceu recentemente com o blog de design *Caligraffiti*⁶ que recebeu uma cobrança do ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) pela utilização de vídeos do youtube e do vimeo. Será que essa utilização não se enquadraria no “uso justo”, sabendo-se que o blog não tem fins lucrativos e visa apenas a difusão de conteúdo e compartilhamento de ideias? Essa é mais uma das questões que precisam ser repensadas pelo Direito a fim de se alcançar uma proteção legítima de direitos autorais no ciberespaço e nos tempos de democratização da informação.

Essa comunicação democrática, proporcionada pela livre utilização dos recursos de compartilhamento da informação e outras ferramentas das mídias digitais, começa a transformar o modo como a inteligência coletiva se apresenta em um contexto comunicacional. Agora os profissionais de comunicação não mais detêm o domínio sobre o que está sendo veiculado e a quebra de padrões é constante. A internet está proporcionando isto por iniciativa de pessoas, com conhecimentos específicos ou não, que estão disponibilizando esse tipo de conteúdo e criando uma nova situação de autoaprendizagem e expansão da inteligência coletiva.

Considerações finais

Ao observamos a expansão da internet e a evolução das mídias digitais, consolidada pela livre conexão entre as pessoas, em permanente troca de opiniões e

⁶ <http://www.caligraffiti.com.br/>

informações, passamos a compreender melhor como esse ambiente tornou-se propício ao compartilhamento de ideias geridas pelos próprios internautas.

Em meio a tudo isso, pudemos constatar como os blogs, por sua vez, foram se constituindo em ferramentas oportunas a esse compartilhamento e é muito comum vermos que os internautas estão postando seus conhecimentos próprios, ensinando as pessoas a fazerem coisas, utilizando suas habilidades e, além disso, estão cada vez mais à procura de novos conteúdos. E essa é a ideia da cultura do “faça você mesmo”. Incentivar as pessoas a fazerem elas mesmas suas próprias coisas, sem necessariamente precisar contratar mão de obra especializada, indo contra o que normalmente se vê.

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

Embora esse compartilhamento muitas vezes entre em conflito com o atual entendimento referente à proteção de direitos autorais, é incontestável a sua relevância para o crescimento cultural e intelectual do homem enquanto membro de uma sociedade. Desta maneira, espera-se por um alinhamento entre o direito autoral e o direito à informação, garantido a qualquer cidadão, principalmente agora, na era digital.

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

Desse modo pode-se concluir que a inteligência coletiva é um aspecto cada vez mais crucial na vida das pessoas que se inserem no ambiente conceitual do ciberespaço. Essas pessoas, mesmo sem intenção, fazem questão de contribuir constantemente para o crescimento desta inteligência universal, através, também, do “faça você mesmo”. “Ao interagir com diversas comunidades, os indivíduos que encorajam o espaço do conhecimento são, às vezes singulares, múltiplas, nômades e seguem no caminho da aprendizagem permanente.” (LÉVY, 2004, p.22, tradução nossa).

Referências

AMARAL, A. et. al. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, A. et. al. (Org.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

AQUINO, Maria Clara. Os blogs na web 2.0: representação e recuperação coletivas de informação. In: AMARAL, A. et. al. (Org.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BRASIL. **Lei nº 9.610**, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

LANDES, David S. **A riqueza e a pobreza das nações: por que algumas são tão ricas e outras são tão pobres**. Rio de Janeiro: Campus, 1998

LEMOS, André. Cibercultura Punk. In: **Revista Cult**, n.96, “Dossier Punk”, out.2005.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade**. Trad. Fabio Emilio Costa. Disponível na internet sob licença Creative Commons, 2004.

LÉVY, Pierre. **Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio**. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud, 2004.

_____. **Cibercultura**. 3 ed. São Paulo: 34, 2010.

NOBRE, Cândida. **Pirataria no ciberespaço**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012.

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

OLIVEIRA, Rosa Meire. O ciberespaço e a escrita de si na contemporaneidade: repete o velho, o novo blog? In: AMARAL, Adriana, et al. (Orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PECK, Patrícia. **Direito digital**. São Paulo: Saraiva, 2002.

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

SANTOS, Manuella. **Direito autoral na era digital: impactos, controvérsias e possíveis soluções**. São Paulo, SP: Saraiva, 2009.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

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

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

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

WGSN: os blogs de “faça você mesmo” estão virando negócio. Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/moda/wgsn-os-blogs-de-faca-voce-mesmo-que-estao-virando-negocio/>>. Acesso em: 20 mai 2012.