

Web 2.0 e a formação de comunidades virtuais

Christiane Heemann¹

¹Programa de Pós Graduação em Letras - Universidade Católica de Pelotas (UCPEL)

chrisheemann@gmail.com

Resumo. *Web 2.0 é o termo usado para referir-se à segunda geração da internet que é marcada fortemente pela interação e dinamismo e por conteúdos gerados pelos próprios usuários, criando uma grande personalização. Os usuários na Web 2.0 passam de agentes passivos a agentes altamente ativos que escrevem, criticam e avaliam, e também são criticados e avaliados, gerando uma grande troca de informações, formando, assim, uma enorme rede de comunidades virtuais que compartilha saberes e opiniões. Na Web 2.0, cujos conceitos chave são publicação e participação, blogs, wikis, redes sociais e os sites de compartilhamento unem pessoas muito mais que informação. A Web 2.0 nos leva a pensar em Pierre Lévy e a Inteligência Coletiva (1998), que é um princípio de que as inteligências individuais são somadas e compartilhadas por toda a sociedade, sendo potencializadas com as tecnologias de informação como a internet.*

Abstract. *Web 2.0 is the term used to refer to the second era of internet and is highly marked by interaction and dynamism and by the contents generated by the users creating a great personalization. The Web 2.0 users change from passive agents to highly active agents who write, criticize and evaluate, and at the same time they are criticized and evaluated, generating a great exchange of information, creating, then, an enormous virtual communities network that shares knowledge and opinions. In the Web 2.0, whose key concepts are publication and participation, blogs, wikis, social and networking sites link much more people than information. Web 2.0 takes us to think in Pierre Lévy and Collective Intelligence (1998) that is a principle in which individual intelligences are pooled and shared by all society, being empowered by the information technologies as internet.*

Palavras-chave: Web 2.0; comunidades virtuais; inteligência coletiva

1. Introdução

Web 2.0 é o termo usado para referir-se à segunda geração da internet que é marcada fortemente pela interação e dinamismo e pelos conteúdos gerados pelos próprios usuários, criando uma grande personalização. Cada vez mais somos solicitados a nos *logar* nos sites para que estes sejam customizados, dizendo-nos “olá, fulano”, e os nossos movimentos rastreados e as nossas preferências marcadas. Na Web 2.0 com a forma separada do conteúdo, os usuários não precisam mais saber códigos complicados para baixar arquivos não só de textos, mas também de vídeos, de fotos, de música ...; os usuários na Web 2.0 passam de agentes passivos a agentes altamente ativos que escrevem, criticam e avaliam, e também são criticados e avaliados, gerando uma grande troca de informações, formando, assim, uma enorme rede de comunidades virtuais que

compartilham saberes e opiniões. A Web 2.0, cujos conceitos chave são publicação e participação, blogs, wikis, redes sociais e os sites de compartilhamento, une muito mais pessoas do que informação.

A inteligência coletiva é outro ponto relevante na Web 2.0. A participação dos usuários é o seu diferencial, desde dando notas a livros a comentando blogs na blogosfera, escrevendo artigos ou, em termos mais profundos, analisando e recriando softwares; todo este trabalho realizado virtualmente une pessoas que se inter-relacionam por meio de comunidades formando, assim, a inteligência coletiva.

A Web 2.0 é uma plataforma com tecnologias inovadoras em que os usuários acrescentam valor e constroem o seu próprio banco de dados que vai ficando melhor quanto mais pessoas fazem o mesmo. A idéia de plataforma consiste de várias tecnologias nas quais foi construída uma variedade de redes sociais populares cujos participantes são tão importantes quanto o conteúdo que eles utilizam e compartilham entre si. A idéia não é apenas mais conectar informação; a Web 2.0 está conectando pessoas, pessoas trocando informações, negociando, e compartilhando conhecimento e saberes.

Com as novas tecnologias e com a Web 2.0, surge um novo lugar de interação definido por Lévy como ciberespaço. Este é o meio de comunicação que surge da interconexão de milhares de computadores. O termo diz respeito não somente à infraestrutura material da comunicação digital, mas também ao universo de informações que ela abriga e aos seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

2. O que é Web 2.0

Web 2.0 é um termo usado para definir a chamada segunda geração da internet, fortemente marcada pela interatividade, pelos conteúdos gerados por usuários e pela personalização de serviços. Alguns exemplos dessa geração são os blogs (e suas variações: fotologs, videologs), wikis, as redes sociais e os sites de compartilhamento de arquivo com a descentralização de download oferecida pelo BitTorrent.

Apesar de o termo sugerir uma nova versão da tecnologia web, Web 2.0 refere-se às mudanças nos usos da comunicação da plataforma web. O'Reilly (2005), que popularizou o termo em 2003, usou uma série de exemplos para caracterizar o que ele entendia como mudanças da primeira para a segunda geração da web (Figura 1); exemplos esses presentes em algumas empresas que apresentam pontos em comum responsáveis pelo sucesso na nova era. Talvez a distinção chave entre a Web 1.0 e a Web 2.0 seja a mesma distinção entre publicação e participação (Warschauer e Grimes, 2007), quando as pessoas na web participam na construção e configuração da rede.

Na verdade, a Web 1.0 permitia de um certo modo que as pessoas publicassem conteúdo, mas muitos dos textos online permaneciam em sites isolados sem comunicação, nem divulgação. Em contrapartida, a nova estruturação da Web 2.0 permite formas mais interativas de publicação (textos e conteúdos multimídia), participação e interação por meio de blogs, wikis, e redes sociais.

3. Da Web 1.0 à Web 2.0

Para entender a segunda geração da web, é preciso entender como foi a primeira. Algumas empresas atravessaram o estouro da bolha pontocom, que foi uma onda de falências de empresas virtuais, e saíram ilesas. Empresas tais como o Google e Amazon apresentam pontos em comum responsáveis pelo seu sucesso e que servem como

princípios para as novas regras da internet. Um das principais diferenças das empresas sobreviventes é que elas encaravam a internet como uma plataforma (padrão de um tipo de computador ou sistema operacional) e não como um produto. “Isso significa ver a web não como mais um programa, e sim como algo sujeito a alterações, um ambiente onde o usuário não acessa dados simplesmente, mas pode criar e editar conteúdos.” (Costa, 2008).

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
Britannica Online	Wikipédia
sites pessoais	blogs
especulação de domínios	otimização da ferramenta de busca
publicação	participação
gerenciamento de conteúdo	wikis
diretórios (taxonomia)	tagging (folksonomia)
copiador de conteúdo	criador de conteúdo

Figura 1. Web 1.0 x Web 2.0 (Adaptado de O’Reilly, 2005)

Assim, tais empresas conseguem tirar proveito da inteligência coletiva, fazendo com que os usuários colaborem na construção e no desenvolvimento dos produtos, serviços e conteúdos. Ver a web como plataforma significa entender que os programas não mais serão comprados e instalados no computador e sim usados diretamente da internet; as ferramentas serão disponibilizadas na própria internet e não mais no computador. O Google é um exemplo, pois fez sucesso por oferecer um serviço capaz de localizar as informações que o internauta buscava. O Google não é um servidor, nem um navegador que nunca foi oferecido para venda ou licença, apenas para ser usado. O seu serviço é uma combinação de um imenso banco de dados, as ferramentas de busca são inúteis.

A diferença essencial entre a Web 1.0 e a Web 2.0 é que os usuários criadores de conteúdo na Web 1.0 eram muito poucos, com a grande maioria agindo apenas como consumidores, enquanto que na Web 2.0 qualquer um pode ser gerador de conteúdo e inúmeros recursos tecnológicos foram criados para maximizar o potencial para a criação de conteúdos (Figura 1).

A Web 2.0 parte de duas idéias principais: (1) que a internet pode funcionar como uma plataforma, não como um amontoado de documentos digitais, e (2) que o que vale não é o conteúdo em si, mas o que os usuários fazem com ele. A interação entre ambos, internet e conteúdos, significa que, em pouco tempo, os serviços online poderão substituir programas de desktop usados atualmente, assim como permitir maior acesso e troca de dados pela ação dos usuários. Ao invés de ter um site pessoal, a Web 2.0 aponta para o uso dos blogs; ao invés de banners clicáveis, a nova publicidade online está nos links patrocinados, como o Google AdSense (serviço de publicidade oferecido

pelo Google que indexa automaticamente o conteúdo das páginas e exibe anúncios relevantes para o público e para o conteúdo do site); ao invés da taxonomia padrão utilizada nos primórdios da busca, usa-se o Tag, filtro estipulado para cada assunto e muito usado em sites como o Flickr e o Del.icio.us.

A taxonomia, que é o estudo da classificação das coisas, foi popular na Web 1.0; já na Web 2.0 o que temos é a folksonomia (do inglês folks = povo e taxonomia) que quer dizer algo como “classificação do povo”. A folksonomia é uma forma relacional (criar relações) de categorizar e classificar na web conforme a preferência das pessoas, quando o usuário escolhe palavras-chave (tags) para classificar a informação ou parte dela (Pereira, 2006).

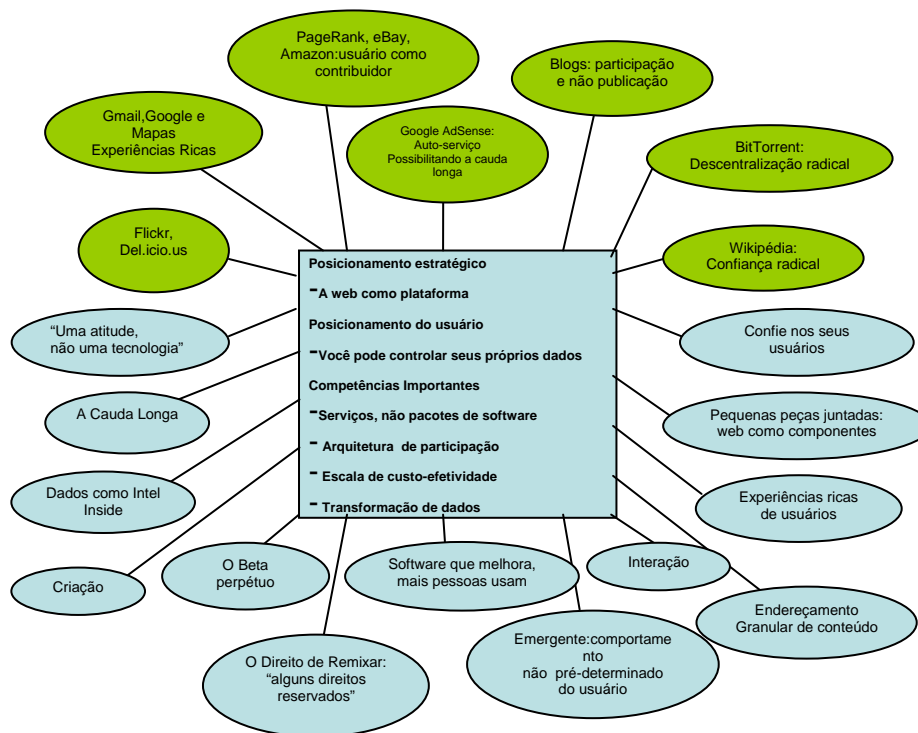


Figura 2. Sistema solar da Web 2.0 (O’Reilly, 2005)

Isso tudo é a Web 2.0. Na visão de O’Reilly (2005), a “Web 2.0 não tem uma fronteira rígida, mas um centro gravitacional” e pode ser visualizada como um conjunto de princípios e práticas que formam um verdadeiro sistema solar de sites (Figura 2).

4. Os princípios da Web 2.0

Na opinião de O’Reilly (2005), o termo Web 2.0 se popularizou e passou ser usado indiscriminadamente como sinônimo de inovação. Para ele, há alguns princípios valiosos que precisam ser entendidos neste novo contexto da web. São eles:

1) A Teoria da Cauda Longa: nesta idéia, a minoria é maioria. A expressão cauda longa (do inglês long tail) representa a imagem do gráfico dos itens mais vendidos na Amazon (Figura 3) e mostra como o total de pequenas vendas (a cauda) é maior que o das grandes (a cabeça) (Anderson, 2006). A proposta não é mais faturar com os campeões de venda, e sim com os pequenos nichos. A idéia é incentivar os auto-

serviços e o gerenciamento de dados para alcançar toda a web; atingir as beiras e não somente o centro, a longa cauda, e não somente a cabeça.



Figura 3. Gráfico Cauda Longa (Anderson, 2006)

2) Os dados são o próximo Intel Inside: a geração da Web 2.0 é movida a dados que vão alimentar os serviços. A alusão ao logo “Intel Inside” usado pelos fabricantes de diferentes computadores era para valorizar seus produtos avisando que continham a excelência dos processadores Intel. Assim, como computadores de diversas marcas usavam este mesmo processador, diversos programas podem usar o mesmo banco de dados e agregar valor a eles; ou seja, os dados têm que ser únicos e o diferencial é deixar os usuários criarem o conteúdo adicional, pois não custa nada. A idéia, então, é investir nos dados.

3) Os usuários agregam valor: a idéia chave é permitir que os usuários complementem com os seus próprios dados os dados já disponíveis, criando a chamada “arquitetura de participação”. A idéia é envolver os usuários para agregar valor a um serviço.

4. Os efeitos de rede por padrão: um site deve facilitar a formação de grupos, uma rede de internautas. Os usuários chamam seus amigos e estes chamam mais amigos, formando redes sociais tais como Orkut, Facebook, MySpace ou compartilhamento de dados como o Youtube. Tais redes funcionam com a interação dos usuários, formando comunidades. A idéia é usar padrões básicos de inclusão para agregar dados dos usuários a uma determinada aplicação.

5. Alguns direitos reservados: as restrições existentes quanto aos direitos autorais e proteção de propriedade intelectual impedem que as pessoas compartilhem dados e informações e faz com que as empresas não possam aproveitar os benefícios da colaboração coletiva. Isso vale para códigos de programação para músicas, fotos e filmes: conteúdos que poderiam ser replicados sem custo algum. A idéia é usar o mínimo possível de restrições para estimular mudanças ou criações pelos próprios usuários.

6. O Beta perpétuo: a idéia da Web 2.0 é que os programas estão sempre em desenvolvimento, na sua versão Beta e não na sua versão final, evoluindo com a colaboração dos usuários que são os principais testadores; assim, as atualizações são feitas frequentemente. A idéia é engajar os usuários como testadores em tempo real para que se possa saber qual e como tal serviço está sendo usado.

7. Sim à cooperação, não ao controle: na Web 2.0 os dados e os serviços estão disponibilizados como uma rede cooperativa de modo que os usuários possam utilizá-los e também alterá-los. A idéia é oferecer uma sindicalização de conteúdos e serviços; assim, serviços oferecidos por diferentes sites podem ser usados de forma conjunta.

8. O software além do computador: a Web 2.0 é para ser utilizada não somente em computadores, mas também em outros aparelhos como celulares e GPS. A idéia é usar serviços que vão além do PC; a idéia é conectar, compartilhar, cooperar.

Na visão de O'Reilly (2005), as empresas que vão fazer sucesso na Web 2.0 são aquelas que entendem as regras do jogo e não vão tentar retornar às regras da era da Web 1.0, ou seja, dos software para computadores. A grande inovação da Web 2.0 é a participação dos usuários, é a coletividade dos dados, o compartilhamento de informações e a formação de comunidades. As comunidades são formadas por interesses diversos, com usuários interagindo por meio de blogs, colaborando através de wikis e construindo relações por meios das redes sociais.

5. Blogs

Blogs (weblogs) vêm do significado original web (rede) e log (diário de bordo) e podem ser definidos como uma espécie de diário pessoal eletrônico frequentemente atualizado cujos posts ou conteúdos publicados são geralmente textos curtos organizados cronologicamente, sendo o conteúdo mais recente o primeiro a surgir no topo da página (Granado, 2003). Mas nem todos os blogs são diários pessoais: há também os blogs coletivos que são geridos por um grupo de pessoas que se reúne em torno de um interesse comum.

Uma das características interessantes dos blogs é que estes contêm links para outros blogs o que leva o público de um blog visitar outro, criando assim uma comunidade em torno do mesmo assunto ou assuntos semelhantes; tal possibilidade impulsiona a comunicação entre os frequentadores com os mesmos interesses. Inicialmente, os blogs eram filtros de conteúdo da internet e eram baseados praticamente em links, dicas de websites, comentários e pensamentos pessoais (Blood, 2000). Além do mais, os blogs só podiam ser criados por pessoas que sabiam como fazer um website, pois era preciso dominar a linguagem HTML; no entanto, essa barreira foi quebrada com o surgimento das ferramentas Blogger e Groksoup lançados pela Pyra em 1999 (Recuero, 2003).

Os blogs possibilitam que todos tenham uma palavra a dizer, seja como blogueiro (aquele que mantém o blog), seja como comentarista, que todos tenham um espaço na rede, sendo esse um dos seus principais fatores de sucesso. Na opinião de Blood (2000), o blogueiro, ao escrever, é forçado a compartilhar o seu mundo com qualquer um que leia o seu blog. Ele pode compartilhar com outros blogueiros questões de interesses comuns, refletir sobre algum livro, ou até mesmo sobre pessoas no seu dia-a-dia; pode apenas falar sobre coisas simples que o rodeiam. Ao escrever, o blogueiro será confrontado com seus pensamentos e suas opiniões; ao blogar diariamente, ele vai tornar-se um escritor mais confiante, passar a ter percepções diferentes da sua vida interior e acabar por articular de uma melhor forma as suas opiniões e as dos outros. Idealmente, ele se tornará menos reflexivo (que se expressa) e mais refletivo (que pensa) e fará com que as suas opiniões sejam merecedoras de consideração (Blood, 2000).

Assim, a promessa da Web 1.0 de que todos poderiam publicar, que muitas vozes floresceriam, se comunicariam e se conectariam, não foi cumprida uma vez que era preciso conhecer HTML. Mas com as ferramentas de blog e os próprios blogs, essa promessa passou a ser verdadeira. Blood (2000) acredita no poder dos blogs de “transformarem escritores e leitores de audiência para público e de consumidor para criador”.

Na opinião de Bloch (2007), os blogs podem funcionar como uma ferramenta para discutir tópicos que requeiram reflexão por parte dos alunos, vindo a concluir que os blogs deveriam ser vistos não somente como um caminho para a escrita acadêmica,

mas também como um ato importante de alfabetização, possibilitando os alunos tornarem-se contribuidores e não somente consumidores da internet.

Já na opinião Barbosa e Granado (2004), o fenômeno do sucesso dos blogs está intimamente relacionado com a criação de comunidades. Ao contrário do que muitos blogueiros consideram, todos os que publicam informação na internet têm público, ou seja, “qualquer autor de um weblog acabará, com o tempo, por ter leitores, mais ou menos fieis” (p.41). Recuero (2003) também defende a idéia que existem comunidades virtuais estruturadas sobre círculos de pessoas que lêem e interagem através de blogs, círculos esses chamados de *webrings*, uma vez que os blogs são *linkados* uns nos outros e formam um anel de interação diária através da leitura e do comentário dos posts entre os vários indivíduos, que chegam a comentar os comentários uns dos outros.

Segundo o site Technorati (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Technorati>), que é uma ferramenta de busca que rastreia o que está acontecendo na blogosfera (o universo formado pelos blogs), o número de blogs ativos no mundo já passa de 70 milhões e cerca de 120 mil são criados diariamente e que o Brasil é o 4º país onde as pessoas mais lêem blogs. No resultado global, as pessoas preferem ler blogs pessoais (estilo diários); depois, blogs escritos por alguém da família (também estilo diário) seguido de blogs sobre notícias, mais informativos.

Provavelmente a maior diferença entre os blogs e a mídia tradicional é que os blogs compõem uma rede baseada em links. Todos os blogs por definição fazem ligação com outras fontes de informação, e mais intensamente, com outros blogs. Muitos blogueiros mantêm um "blogroll", uma lista de blogs que eles frequentemente lêem ou admiram, com links diretos para o endereço desses blogs. Os blogrolls representam um excelente meio para observar os interesses e preferências do blogueiro dentro da blogosfera; os blogueiros tendem a utilizar seus blogrolls para ligar outros blogs que compartilham os mesmos interesses.

Derivado do blog, o flog (fotolog ou flotoblog) também é também uma ferramenta muito importante para a divulgação de idéias, nesse caso, no formato de fotografias. Dentro de um flog, é possível postar fotos todos os dias e contar com um sistema de comentários para saber a opinião dos seus visitantes sobre aquela imagem. Aliás, em muitos casos, é essa opinião que motiva os autores a criar imagens cada vez mais interessantes, tornando assim o flog uma enorme forma de interação pessoal. De maneira semelhante ao blog, o flog, tais como Fotolog e Flickr, também permite o cadastro de diversos flogs “amigos”, formando uma comunidade e fazendo o internauta pular de um flog para o outro e criando assim uma rede social de rápida expansão.

6. Wikis

A palavra wiki tem origem na expressão havaiana wiki- wiki que significa super rápido. O termo wiki refere-se a uma coleção de documentos criados de forma coletiva no ambiente da web que possibilita as pessoas criarem e modificarem o seu conteúdo. Uma página wiki é uma página web que qualquer pessoa pode criar, diretamente na web, sem precisar de qualquer software específico. Um wiki começa com uma página de rosto e cada autor pode acrescentar outras páginas ao wiki simplesmente criando um link para uma outra página ainda não existente.

O wiki é um método rápido de criação de texto em grupo que a comunidade edita e desenvolve o conteúdo de maneira coletiva, quando, então, visões consensuais emergem do trabalho de muitas pessoas sobre determinado documento. A própria concepção de edição aberta dos wikis tem profundos efeitos no seu uso, pois permite

que os usuários criem e editem páginas na web encorajando o uso democrático e promovendo a composição de conteúdo por usuários não técnicos, conforme Ward Cunningham, que desenvolveu o primeiro wiki em 1994. Desta forma é possível corrigir erros, complementar idéias e inserir novas informações, pois o conteúdo de um artigo se atualiza graças à coletividade. Como funciona? No caso de uma página wiki editada, o navegador funciona como um editor primeiramente, que permite que o usuário edite o conteúdo; então, o navegador envia uma solicitação ao servidor para aceitar a nova versão da página; e finalmente, o servidor retorna ao usuário a página por ele editada.

Um dos exemplos mais fantásticos e talvez controverso de wiki é a Wikipédia, considerada o maior wiki do mundo. A Wikipédia, fundada em 2001 por Jimmy Wales, é a primeira enciclopédia grátis escrita e lida por pessoas de todos os tipos e possui mais de 550.000 documentos que são editados diariamente (Mathew, 2005). Parece estranho que uma enciclopédia possa ser tão facilmente editada enquanto que a Britannica e Encarta mantêm um processo rigoroso de revisão. Mas a própria Wikipédia afirma que a questão aqui não é a dificuldade para apresentar erros, mas sim a facilidade para poder corrigi-los (Mathew, 2005).

Uma vez que milhares de pessoas – pessoas comuns e sem qualquer pagamento – monitoram e editam a Wikipédia, não é raro serem encontrados erros (propositais ou involuntários) e atos de vandalismo que são frequentemente corrigidos em segundos pelos milhares de editores voluntários. Tal idéia pode ser exemplificada por um experimento feito por um professor de comunicação da State University of New York que intencionalmente introduziu 13 erros, alguns óbvios e outros mais sutis, em uma série de artigos na Wikipédia. Quando checkou os artigos 3 horas depois, todos os 13 erros tinham sido corrigidos (Read, 2006).

A Wikipédia é fruto de um trabalho colaborativo na web, em constante expansão e aprimoramento, com leitores criando páginas acerca de seus interesses, comentando páginas antigas e propondo páginas novas; por isso, é de suma importância que as pessoas tenham total respeito por este trabalho, tendo em vista sua abrangência. A Wikipédia que é o resultado de um enorme trabalho colaborativo entre as pessoas, formando uma comunidade virtual em torno do seu projeto, tem como objetivos (extraído da própria página da Wikipédia): (a) compilação do conhecimento humano, para os pesquisadores: criar uma enciclopédia de livre acesso para toda a sociedade; (b) um mundo melhor, para os idealistas: ter um mundo melhor foi o que motivou Jimmy Wales e a Wikimedia Foundation desejar que a informação da Wikipédia chegasse aos lugares mais pobres e menos desenvolvidos; (c) ajuda ao próximo, para os solidários: criar a consciência da importância da solidariedade com aqueles que não tiveram a mesma oportunidade que nós; (d) utilidade, para os sábios: compartilhar o que conhecemos para que possa ser útil a alguém algum dia; (e) aprendizado, para os curiosos: ao contribuir, também se aprende, pois ao inserir uma contribuição, motivamos a pesquisa sobre o assunto, a leitura sobre o tema, o compartilhamento de informação e a troca de idéias com outros voluntários; (f) diversão, para os criativos: desafiar para criar um texto original, tirar fotos para ilustrações, desenhar diagramas, criar tabelas, entre outros. Além desses objetivos, a própria interatividade dos membros com a comunidade também pode ser divertida fortalecendo a idéia de estar a serviço de um grande projeto colaborativo em rede, disseminando a cultura e reforçando laços.

Juntamente a esta cultura wiki, até neologismos foram criados tais como os verbos wikipediar (ação relacionada à Wikipédia), wikar (inserir material em um wiki),

wikificar (formatar um texto no modo próprio da ferramenta); os adjetivos wikipedioso e wikipédico (cultura aberta, livre, anarco-democrática) e finalmente os wikipedistas (aqueles que colaboram ativamente editando ou criando textos).

Na própria visão de Ward Cunningham “a blogosfera é uma comunidade que poderia produzir um trabalho, enquanto que o wiki é um trabalho que poderia produzir uma comunidade” (Warschauer e Grimes, 2007, p. 12).

7. Redes sociais e as comunidades virtuais

Neste trabalho os conceitos de comunidades virtuais e redes sociais serão entendidos como intercambiáveis. Na visão de Recuero (2008), redes sociais são grupos de atores que se constituem através da interação mediada pelo computador. As redes sociais são muito diversas, incluindo sites de relacionamento para informações pessoais (MySpace, Orkut, Facebook) e páginas pessoais de publicação de fotografias (Flickr, Fotolog). O Fotolog, embora seja utilizado para armazenamento de fotografias, é na verdade mais usado como forma de construir uma identidade individual que possa ser reconhecida pelos demais e como espaço de interação, onde é possível perceber a estrutura das redes sociais (Recuero, 2008).

Nas redes sociais, os seus integrantes estão ligados horizontalmente a todos os demais, diretamente ou através dos que o cercam. O resultado é “uma malha de múltiplos fios, que pode se espalhar indefinidamente por todos os lados, sem que nenhum dos seus nós possa ser considerado principal ou central, nem representante dos demais” (Whitaker, 1998). Por isso na rede “não há um chefe, o que há é uma vontade coletiva de realizar determinado objetivo” (Whitaker, 1998).

Rheingold (2000) defende que a internet marca o nascimento de um novo tipo de comunidade, uma comunidade virtual, que reúne pessoas online ao redor de uma série de valores e interesses partilhados, criando laços de apoio e amizade que poderiam muitas vezes serem estendidos à interação cara-a-cara. Rheingold entende comunidade virtual como agregações sociais que emergem na internet quando um número de pessoas conduz discussões públicas por um tempo determinado, com suficiente emoção, e que forma teias de relações pessoais no ciberespaço. Ele defende que a diminuição das possibilidades de encontros reais nas cidades teria motivado o surgimento e o crescimento dos encontros virtuais. De fato, estamos diante de novas formas de associação, imersos numa complexidade chamada rede social, com muitas dimensões, e que mobiliza o fluxo de recursos entre inúmeros indivíduos distribuídos segundo padrões variáveis (Costa, 2005). A comunidade se forma quando a identidade individual e a coletiva começam a se expressar; quando nos importamos com quem disse e não somente com o que foi dito; quando o relacionamento faz parte da dinâmica e os links não são mais somente a única moeda de troca (Packwood, 2005).

As pessoas nas comunidades virtuais usam as palavras na tela para trocar gentilezas, discutir, se engajar em discursos intelectuais, conduzir comércio, trocar saberes, dividir apoio emocional, fazer planos, fofocar, brigar, se apaixonar, encontrar e perder amigos, jogar jogos e conversa fora. As pessoas nas comunidades virtuais fazem tudo o que as pessoas fazem na vida real, exceto que deixamos o nosso corpo para trás. Não podemos beijar ninguém, nem levar um soco no nariz. Mas muito pode ser feito dentro de tais fronteiras (Rheingold, 2000).

As comunidades virtuais têm encontrado solo fértil para sua expansão no Brasil (e não somente aqui). Alguns dados interessantes que foram publicados na Folha Online em 19/06/2008 acerca do acesso às comunidades virtuais publicados são: (a) as

comunidades on-line atingem 78,4% dos internautas brasileiros. A taxa é a maior do mundo, à frente do Japão (73,7%) e França (62,9%); (b) o brasileiro fica, em média, cinco horas por mês em sites relacionados a comunidades. Nos outros países, esse valor não passa de duas horas; (c) o Orkut continua líder absoluto desse mercado no Brasil.

A presença no ciberespaço de certos elementos formadores da comunidade virtual tais como as discussões públicas, as pessoas que mantêm contato pela internet, o tempo e o sentimento, poderiam ser formadores de redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades (Recuero, 2008).

8. A inteligência coletiva

Pierre Lévy tem defendido a participação em comunidades virtuais como um estímulo à formação de inteligências coletivas às quais os indivíduos podem recorrer para trocar informações e conhecimentos (Costa, 2004)

As comunidades virtuais estimulam uma inteligência distribuída por toda parte, pois ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa e todo saber está na humanidade. Para Pierre Lévy (2002) a inteligência coletiva é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. A inteligência coletiva é, basicamente, a partilha de funções cognitivas, como a memória, a percepção e o aprendizado, que podem ser mais bem compartilhadas, quando aumentadas e transformadas por sistemas técnicos e externos ao organismo humano (Lévy, 1998).

Na opinião de Lévy, a inteligência coletiva nasce do equilíbrio entre a cooperação e a competição: é necessário que exista a liberdade, ligada ao aspecto competição, juntamente com a vinculação social e a amizade, que seria o aspecto cooperação. São características da inteligência coletiva a interatividade, as comunidades virtuais, os blogs e wikis na construção e disseminação de saberes baseados no acesso à informação e sua constante atualização.

Na Web 2.0 a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva (O'Reilly, 2005). Um exemplo bem sucedido é o da Amazon: a possibilidade de ler opiniões de consumidores antes de decidir comprar algum produto foi a chave de sucesso da Amazon.com (Costa, 2008). O site permite que os compradores avaliem os produtos adquiridos, atribuindo pontos e publica informações acerca de hábitos de consumo e faz recomendações do tipo “consumidores que compraram este produto compraram também este”. Além do mais, os consumidores são estimulados a escreverem resenhas e as críticas funcionam como marketing, Levando à participação dos envolvidos. A Amazon vende a mesma coisa que a sua concorrente Barnesandnoble com a diferença que Amazon aproveita os comentários dos usuários para produzir melhores resultados de busca (O'Reilly, 2005), favorecendo o engajamento coletivo.

Lévy também valoriza a escrita quando diz que é “alguma coisa que não está mais só no suporte papel, mas que está no suporte eletrônico e que, por isso, se torna mais acessível, mais flexível e, sobretudo, mais compartilhável” (2002). A escrita associada a uma idéia de inteligência coletiva produzindo conhecimento encontra-se plenamente constituída na Wikipédia. A Wikipédia é uma obra aberta, em constante progresso e que ilustra muito bem o conceito de inteligência coletiva tanto em relação à colaboração quanto à distribuição por toda a parte, pois seu conteúdo é construído por diversas pessoas espalhadas pelo mundo e ela não está em um determinado local real e

sim em um local virtual coletivo de acesso a todos. A Wikipédia é o exemplo concreto (ou virtual?) de que o conhecimento é mutável e está em constante construção.

9. O que temos a ver com tudo isso

A internet tem um papel muito importante na socialização dos jovens e estes têm de ser reconhecidos como participantes ativos ao invés de simples recipientes passivos de mensagens multimídia (Quigley e Blashki, 2003). Assim, cada vez mais é preciso apostar na utilização de novos recursos no ensino e numa maior interação com os alunos. As redes sociais virtuais são recursos das sociedades informatizadas e é preciso que se olhe para suas possibilidades para a educação. A idéia é fazer uso da Web 2.0 e aproveitar o poder que a rede tem para tirar partido da inteligência coletiva.

Sabemos que ciberespaço não é somente um lugar de produção de saberes, mas também um encontro de construção de identidades e confrontos, bem como de circulação de valores. O ciberespaço é um espaço público para discutir sobre os mais diversos temas, manter relações, laços, cultivar preferências e para compartilhar conhecimento. Ainda, é um espaço para trabalhar cooperativamente assuntos de interesses mútuos criando uma verdadeira comunidade virtual. Uma comunidade virtual baseia-se em afinidades de interesses, de conhecimentos, em um processo de cooperação ou de troca, independente de proximidades geográficas. Mais do que simplesmente trabalhar o computador como uma ferramenta para a educação, precisamos buscar alternativas tecnológicas que sejam transformadoras.

Esta mesma tecnologia que torna possível a construção de comunidades virtuais tem o potencial para estimular as pessoas dentro da sua perspectiva intelectual, social, comercial e política. Mas a tecnologia sozinha não vai fornecer todo este potencial; esta força técnica deve ser usada inteligentemente a partir de pessoas informadas (Rheingold, 2000). Uma parte essencial da Web 2.0 é tirar partido da inteligência coletiva, transformando a web em uma espécie de cérebro global. Mais pessoas precisam aprender a usar as potencialidades da web e as tecnologias atuais para a difusão e troca do conhecimento, de forma que cada um possa contribuir, do seu lugar, no seu tempo, com sua idéia, com seu pensamento, com seu ponto de vista. Assim, será possível construir uma comunidade melhor planejada.

Bibliografia

ANDERSON, C. *A Cauda Longa*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

BARBOSA, E.; GRANADO, A. *Weblogs, diário de bordo*. Porto: Porto Editora, 2004.

BLOCH, J. Adbulla's blogging: A generation 1.5 student enters the blogosphere. *Language, Learning & Technology*, v. 11, no. 2, p. 128 – 141, 2007. Disponível em: <<http://llt.msu.edu/vol11num2/bloch/default.html>> Acesso em: 29 jun. 2008.

BLOOD, R. Weblogs: a history and perspective. Rebecca's Pocket. 2000. Disponível em: < http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html> Acesso em: 03 jun. 2008.

COSTA, R. A inteligência coletiva: cartografando as redes sociais no ciberespaço. In: II Congrès Online de L'observatori per la Cibersocietat: Cap a quina societat del

conhecimento? 2004. Barcelona. Hacia qué Sociedad del Conocimiento?. Barcelona. Disponível em: < <http://br.monografias.com/trabalhos3/inteligencia-coletiva/inteligencia-coletiva.shtml>> Acesso em: 03 ago. 2008.

COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface, Comunicação, Saúde e Educação*, v.9, n. 17, p235-48, mar/ago 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/icse/v9n17/v9n17a03.pdf>> Acesso em: 23 ago. 2008.

COSTA, C. Como funciona a Web 2.0". *HowStuffWorks*, 27 de fevereiro de 2008 (atualizado em 11 de julho de 2008). Disponível em: <<http://informatica.hsw.uol.com.br/web-20.htm>>. Acesso em: 19 jun. 2008.

FOLHA ONLINE. O Brasil é campeão no uso de comunidades. 19/06/2008. <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u414183.shtml>>.

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.

LÉVY, P. *Cibercultura*. Trad. Carlos Ireneu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, P. Internet e o Desenvolvimento Humano. Palestra realizada no SENAC-SP em 29 de agosto de 2002. Disponível em: <http://www.sescsp.org.br/sesc/hotsites/pierre_Lévy/index.htm> Acesso em 28 jul. 2008.

MATHEW, G. E. Wiki: a collaboration platform that could ease intranet woes. 2005. Disponível em: <<http://it.toolbox.com/blogs/guruspeak/wiki-a-collaboration-platform-that-could-ease-intranet-woes-4436>>. Acesso em: 20 ago. 2008.

O'REILLY, T. What is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. Disponível em: <<http://www.oreilley.net/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>> 2005. Acesso em: 07 jun. 2008.

O'REILLY, T. What is Web 2.0? Video, 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=CQibri7gpLM>> Acesso em: 22 jul.2008

PACKWOOD, N. Geography of the Blogosphere: representing the culture, ecology and community of weblogs. In: GURAK, S. et al (ed). *Into the blogosphere: rhetoric, community, and culture of weblogs*. 2004. Disponível em: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/geography_of_the_blogosphere_pf.html>. Acesso em: 22 ago.2008.

PEREIRA, H. C. Folksonomia e a maneira com que nós colocamos ordem nas coisas. 2006. Disponível em: <<http://revolucao.etc.br/archives/folksonomia-e-a-maneira-com-que-nos-colocamos-ordem-nas-coisas>>. Acesso em: 14 jul.2008.

QUIGLEY, M; BLASHKI, K. Behind the boundaries of the sacred garden: children and the internet. *Educational Technological Review*, vol. 11, no. 1, 2003.

READ, B. Can Wikipedia ever make the grade? *The Chronicle of Higher Education*. 2006. Disponível em: <<http://chronicle.com/free/v53/i10/10a03101.htm>> Acesso em: 07 jun.2008.

RECUERO, R. Weblogs, webrings e comunidades virtuais. Porto Alegre: 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf>> Acesso em: 03 ago. 2008.

RECUERO, R. Comunidades em redes sociais na internet: um estudo de caso dos fotologs brasileiros. *Liinc em Revista*, vol. 4, no. 1, 2008. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/254>> Acesso em: 22 ago. 2008.

RHEINGOLD, H. *The virtual community*. MIT Press, 2000. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 21 jul. 2008.

WARSCHAUER, M. GRIMES, D. Audience, authorship, and artifact: the emergent semiotics of Web 2.0. *Annual Review of Applied Linguistics*, n. 27, 1-23, Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

WEBLOG. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Weblog>> Acesso em: 20 ago. 2008.

WHITAKER, F. Rede: uma estrutura alternativa de organização. Rio de Janeiro: Rits, 1998. Disponível em: <http://www.rits.org.br/redes_teste/rd_estrutalternativa.cfm> Acesso em: 15 jul. 2008.

WIKI. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:_O_que_%C3%A9_um_Wiki> Acesso em: 20 ago. 2008.