



Departamento de Sociologia

**Stroome – Estudo de Caso Sobre Novas Formas de Criatividade na  
Internet Numa Rede Social Colaborativa**

Sara Margarida Jorge Peres

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Gustavo Cardoso, Professor Auxiliar,  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador:

Doutor Artur Alves, Professor Auxiliar Convidado,  
Universidade Atlântica

Setembro, 2011

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer ao orientador, Doutor Gustavo Cardoso, assim como ao co-orientador, Doutor Artur Alves pelo acompanhamento constante do meu trabalho, os comentários e as críticas apontadas ao texto da dissertação. Sem o seu auxílio, a tese em questão não teria sido possível. Contudo, a recolha de informação sobre a rede não teria sido completa sem a abertura demonstrada por ambos os criadores do projecto Stroome, Nonny de la Peña e Tom Grasty.

Agradeço ainda ao José Luís, cujo apoio incondicional foi fundamental para que chegasse ao final da dissertação, para que encarasse mais este desafio com optimismo e interesse renovado; ao Hugo Moreira, companheiro de mestrado e grande amigo, que foi respondendo a algumas das dúvidas sobre o trabalho empírico e com quem as angústias foram sempre partilhadas e a motivação multiplicada.

À minha família, aos meus pais e irmã, que ao longo de dois anos acompanharam as dificuldades, mas principalmente as alegrias que este mestrado e esta dissertação, em particular, me trouxeram.

## RESUMO

A partilha de conhecimento é uma das principais vantagens trazidas pela Internet e nessa tarefa, assumem especial importância os sítios de redes sociais, como Facebook, ou YouTube. Partindo de um serviço de redes sociais, Stroome, explorou-se a potencialidade da rede na criação de conteúdos (neste caso, vídeo) através da interação entre os seus membros. Traçando uma linha evolutiva que parte do movimento de Free and Open Source Software, até chegar à denominada Web 2.0, enquadrou-se a rede social em análise à luz dos conceitos de culturas «Read/Write» e «Read Only», propostos por Lawrence Lessig. Abordando as principais problemáticas associadas a este tipo de produção, como a questão dos direitos de propriedade intelectual, procurou-se compreender a motivação associada à participação dos membros da rede e o uso que estes fazem da produção cultural albergada pela comunidade Stroome.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura colaborativa, Redes sociais, *Web 2.0*, *Free and Open Source Software*

## ABSTRACT

Sharing knowledge is one of the main advantages brought to us by the Internet. Facebook and YouTube, for instance, are some of the tools that allow such goal. In this dissertation, a specific social networking site, named Stroome, will be analyzed and the network potential in the content creation through the interaction established between its users will be explored. Drawing a timeline that starts with the Free and Open Source Software movement until the Web 2.0 phenomena, this specific social network will be described with the help of concepts such as «Read/Write» and «Read Only» cultures proposed by Lawrence Lessig. In the end, taking into account issues such as intellectual property rights, I tried to understand the motivation underneath the users' participation and the purpose of the contents they produce within the social networking site.

**KEYWORDS:** Collaborative culture, Social Networking, Web 2.0, Free and Open Source Software

## ÍNDICE

AGRADECIMENTOS .....	i
RESUMO .....	ii
ABSTRACT .....	ii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	iii
GLOSSÁRIO DE SIGLAS .....	iv
INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO I: A EVOLUÇÃO DA INTERNET E O NASCIMENTO DO <i>FREE AND OPEN SOURCE SOFTWARE</i> (FOSS) .....	5
Comunidade UNIX e <i>software</i> de fonte aberta .....	6
<i>Copyright versus copyleft</i> e <i>Creative Commons</i> (CC) .....	8
Limitações do modelo de produção <i>open source</i> .....	12
CAPÍTULO II: A WEB 2.0 E O PODER DEMOCRÁTICO DA CULTURA INTERNET .....	15
Redes sociais e a sociabilidade <i>on-line</i> .....	17
CAPÍTULO III: ETNOGRAFIA <i>ON-LINE</i> , ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO E APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS .....	21
Opções metodológicas.....	23
O nascimento de uma rede social colaborativa .....	25
Utilizadores e produção vídeo em Stroome.....	29
CONCLUSÃO .....	37
FONTES.....	42
BIBLIOGRAFIA.....	45
ANEXOS.....	I
Anexo 1: Entrevista de Nonny de la Peña a <i>PDA – The Digital Content Blog</i> .....	I
Anexo 2: Questionário aplicado aos utilizadores de Stroome .....	III
Anexo 3: Guião da entrevista aplicada à criadora de Stroome, Nonny de la Peña.....	IV
Anexo 4: Transcrição da entrevista realizada a Nonny de la Peña.....	V
Anexo 5: Entrevista de Tom Grasty a <i>Socaltech.com</i> .....	VIII
Anexo 6: Artigo de Nonny de la Peña publicado em <i>MediaShift Idea Lab</i> .....	XI
Anexo 7: Páginas iniciais de Stroome .....	XIII
Anexo 8: Editores de vídeo de Stroome .....	XIV

Anexo 9: Curriculum Vitae ..... XV

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1: Cronologia de Rede Stroome .....	26
Figura 3.2: Dados de Crescimento da Rede (amostra de 170 dias) .....	26
Figura 3.3: Distribuição de vídeos por categoria.....	31

## **GLOSSÁRIO DE SIGLAS**

ARPA: Advanced Research Projects Agency

CC: Creative Commons

DIY: Do It Yourself

FOSS: Free and Open Source Software

GNU: GNU's Not Unix

GPL: General Public License

ISP: Internet Service Provider

MIT: Massachusetts Institute of Technology

RO: Read Only

RW: Read/Write

*Creativity does not happen inside people's heads, but in the interaction between a person's thoughts and a sociocultural context.*

(M. Csikszentmihalyi, 1996)

## INTRODUÇÃO

Ao pensar no tema a desenvolver na dissertação final quis que este fizesse jus à denominação do mestrado em questão e, assim, abordasse um problema que tocasse a comunicação, a cultura e as tecnologias da informação.

Procurei que o objecto central permitisse tal propósito: a análise de estudo de caso de uma rede social, que tem como objectivo a produção de vídeos colaborativos contém em si tudo o que é necessário para falar de comunicação, de produção cultural sediada num ambiente *on-line*, proporcionada pelos avanços das tecnologias de informação.

Há, porém, uma motivação pessoal. A primeira grande vantagem da Internet é, para mim, a partilha de conhecimento. Nunca, como noutro período da História recente, foi possível a circulação de informação e de conhecimento ao nível global como hoje. Ainda no início do século XX, o conhecimento, qualquer que fosse, científico ou artístico, encontrava-se concentrado geograficamente e, para lhe aceder, era necessário que o indivíduo se deslocasse. Hoje, é possível que o conhecimento venha até nós, independentemente da nossa localização geográfica.

O objectivo da presente dissertação passa, pois, pela análise de uma rede social colaborativa, de seu nome Stroome, que pretende através do trabalho conjunto dos utilizadores registados no sítio de Internet, a criação de vídeos *on-line*. A rede serve de plataforma para o cruzamento de diferentes ideias, perspectivas e conhecimento entre os diferentes utilizadores. Por essa razão, a minha atenção centrar-se-á essencialmente na cultura colaborativa e participativa da Internet.

Tendo nascido numa pequena vila do interior de Portugal, durante muito tempo o contacto com os livros reduzia-se à passagem mensal da carrinha da biblioteca itinerante da Fundação Calouste Gulbenkian. Não existiam bibliotecas imóveis nas vilas mais próximas – o que só veio a acontecer anos mais tarde. A informação e o conhecimento eram limitados – e talvez ainda hoje o sejam, devido aos apertados orçamentos disponíveis para a aquisição de novos livros e à própria burocracia. Felizmente, as bibliotecas municipais já se encontram equipadas com computadores com acesso à Internet e complementam o seu acervo através de repositórios multimédia *on-line*.

Partindo da premissa de Mihaly Csikszentmihalyi, de que a criatividade não existe exclusivamente na mente de uma pessoa, mas que resulta de um conjunto de interacções de um sistema composto por uma cultura, um conjunto de especialistas e pelo indivíduo, constituindo um processo evolucionário, então, é fundamental permitir o acesso ao conhecimento:

*The more obscure and separate knowledge becomes, the fewer the chances that creativity can reveal itself. It is also true, however, that some recent technological advances help trends moving in the opposite direction. The availability of personal computers might yet level the field of play as much as the printing*

*press did five centuries ago. When everyone can access immediately scholarly references, unpublished scientific articles, news reports, multimedia presentations of works of art, and personal ideas in progress through information networks, a great variety of new voices might join the specialized discourse of the disciplines. And, presumably, creativity will benefit from it* (1996: 338).<sup>1</sup>

A rede social em análise, Stroome<sup>2</sup>, é «*the world's most collaborative editing site*»<sup>3</sup>, segundo os seus fundadores, Nonny de la Peña e Tom Grasty, investigadores da University of Southern California em Annenberg. A finalidade da plataforma é que qualquer pessoa, desde que munida com uma câmara e com um ponto de vista, possa publicar o seu vídeo na rede e trabalhá-lo, editando-o em conjunto com outros utilizadores da rede, ou deixando-o apenas disponível no sítio de Internet para que outras pessoas o possam usar para os seus projectos em vídeo.

O objectivo desta dissertação passa pois, por compreender como decorre o processo de criação e a motivação que impele a participação e a colaboração entre os membros da rede. As questões que nortearam o trabalho de investigação e às quais se procurou dar resposta, foram as seguintes: Qual o propósito dos vídeos produzidos pelos utilizadores? O objectivo principal dos membros da rede será interagir e criar vídeos originais com o auxílio de outros utilizadores ou apenas ter acesso a uma espécie de arquivo de conteúdos? O cruzamento do modelo de organização de produção do *Free and Open Source Software* (FOSS) é compatível com o design de um sítio de uma rede social?

Stroome assume-se como uma rede social diferente das suas contemporâneas (Facebook, LinkedIn, a título de exemplo), uma vez que se define como um espaço de colaboração, que impele os seus membros para a criação de novos conteúdos. Não há, efectivamente espaço nesta rede para a divulgação. Essa fica para as outras, para as quais remete através de ligações. No entanto, o uso que os utilizadores fazem da rede é igual ao que os criadores da plataforma tinham em mente quando a criaram? A visão mais defendida é que dificilmente uma tecnologia é adoptada ou usada do mesmo modo que o pretendido pelos seus criadores (Willson, 2010). Mas será assim em todos os casos, inclusivamente no caso de Stroome? Estas são algumas das questões a que se procurará responder ao longo das próximas páginas, pois é importante compreender fenómenos que não são novidade, mas são ainda recentes, nomeadamente, a interacção mediada através das redes sociais e a cultura colaborativa que se desenvolve em plataformas *on-line*. Creio, portanto, que o estudo de caso que proponho realizar através desta dissertação permitirá compreender melhor o processo pelo qual se desenvolve e o impacto nos indivíduos do novo paradigma de participação e produção cultural.

Tal como a organização social em rede – Castells afirma-o em *A Sociedade em Rede* –, não surgiu em décadas recentes, remontando, na verdade, a séculos passados, assim as raízes da cultura

---

<sup>1</sup> Destaque meu.

<sup>2</sup> *Stromen* é um vocábulo neerlandês que significa «mover livremente», o que, segundo os seus criadores é exactamente o que pretendem que o site permita aos seus utilizadores: a circulação de ideias, pontos de vista e conteúdos entre pessoas. In <http://www.stroome.com/about>, consultado a 3 de Junho de 2011.

<sup>3</sup> *Ibidem*.

colaborativa podem ser encontradas décadas antes do nascimento da Internet e da afirmação da própria cultura colaborativa em plataformas *on-line*.

Felix Stalder, docente na Zurich University of the Arts, investigador na área da tecnologia, cultura de *open source* e culturas em rede, salienta que, «*cultural practices that were open to being reconfigured by anyone are, of course, much older [and can be traced] back to the Dada movement in the early 20th Century*» (2005:8). Os movimentos DIY – «*do it yourself*» – a música *punk*, e, mais recentemente, a música *indie*, todos convergem no mesmo sentido: um regresso ao primordial, em que qualquer indivíduo munido dos instrumentos mais básicos – uma guitarra, uma câmara, um computador – pode criar a sua própria música, os seus filmes, aquela que é, na verdadeira acepção da palavra, a *sua* cultura.

Contudo, o que o momento actual permite, sem qualquer precedente no passado, é a partilha sem fronteiras deste tipo de conteúdos. Os vídeos amadores existem há décadas, mas, hoje, a Internet é um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora (Jenkins, 2006). O YouTube é, indubitavelmente, a plataforma mais paradigmática deste tipo de produção cultural, é o espelho de uma cultura que se quer – e se torna – cada vez mais participativa.

Não obstante, apesar do crescimento massivo das redes sociais (Facebook, por exemplo), poucos são os utilizadores que produzem conteúdos, ou que interagem no seio dessas plataformas. Muitos apenas «passeiam» pelas redes; estão lá apenas para ver, para assistir, como sucede com os meios de comunicação tradicionais. Em 2008, um estudo da Forrester ilustrava esta tendência: dos adultos inquiridos que afirmavam usar a Internet regularmente, 52 por cento eram inactivos, 33 por cento «espectadores passivos» e apenas 13 por cento, criadores de conteúdos. Ou seja, a maioria dos utilizadores eram aqueles que se limitavam a assistir ou a fazer *download* de conteúdos por outros produzidos (Van Dijck e Nieborg, 2009: 861). Nesse sentido, procurar-se-á verificar se em Stroome, apesar da natureza colaborativa da rede, se regista o mesmo fenómeno.

Para um enquadramento eficaz do objecto em estudo, abordar-se-á, de forma abreviada, no capítulo 1, o surgimento e o desenvolvimento da Internet, a par do nascimento do movimento de *free software*, posteriormente designado de *Free and Open Source Software* (FOSS) ou apenas, movimento *Open Source*, traçando o seu percurso até à actualidade. Posteriormente, falarei da aplicação do modelo de trabalho e produção do FOSS a outros domínios além do *software*, nomeadamente no campo da produção cultural. Não obstante, irei elencar um conjunto de limitações que se impõem a essa mesma adaptação do modelo FOSS, pois não se trata de um modelo de «*one-size fits all*», parafraseando Felix Stalder. A distinção proposta por Lawrence Lessig, entre «*“Read/Write” culture*» e «*“Read/Only” culture*» será ainda aprofundada neste ponto, estendendo-se à questão dos direitos de autor e à criação dos Creative Commons, não só como alternativa às formas mais restritas de «*copyright*», mas também como possibilitador da existência de novas formas de cultura colaborativa *on-line*, e da própria «*convergence culture*» proposta por Henry Jenkins.

No capítulo 2, será altura de abordar a Web 2.0, termo cunhado por Tim O'Reilly para designar o novo momentum da Internet, em que há uma aproximação – quase fusão, é possível dizer – entre os produtores e os consumidores dos conteúdos produzidos *on-line*. O conceito de «*produsage*», introduzido por Axel Bruns, será, por esse motivo, abordado e definido para uma melhor compreensão do papel dos utilizadores de Stroome. De seguida, na segunda parte deste capítulo, irei falar de redes sociais, uma vez que o caso em estudo assume a forma de uma rede social. Contextualizarei este tópico através dos trabalhos de Wellman e do conceito de «*network sociality*», introduzido por Wittel.

Na segunda parte, que se inicia no terceiro capítulo, irei apresentar os dados recolhidos através do trabalho etnográfico realizado na rede Stroome. Será mapeado o desenvolvimento ao longo do último ano e meio de existência do sítio de Internet, e apresentadas as informações colhidas junto dos dois eixos de indivíduos que surgem associados a Stroome: os criadores do projecto e os utilizadores da rede social. Desta forma, procurarei responder às perguntas de partida colocadas no início da investigação, nomeadamente, o que motiva as pessoas a integrar esta rede colaborativa e o que produzem no seio da rede, assim como qual o futuro desta rede. Questionarei ainda se se trata de um projecto com sucesso e se o cruzamento do modelo de organização de produção do FOSS é compatível com esta rede, tentando perceber se esta plataforma é um incentivo ao desenvolvimento da criatividade dos seus participantes e que desafios se lhe colocam no futuro.

## **CAPÍTULO I: A EVOLUÇÃO DA INTERNET E O NASCIMENTO DO *FREE AND OPEN SOURCE SOFTWARE (FOSS)***

As origens da Internet remontam a 1969, à ARPANET, «uma rede de computadores estabelecida pela ARPA (Advanced Research Projects Agency)» (Castells, 2007: 26), fundada pelo Departamento de Defesa dos EUA, em 1958.

Criada como «uma rede de comunicações flexível e descentralizada», com capacidade de resistir a um ataque nuclear, em 1971, os 15 nós que compunham a rede eram essencialmente centros de investigação universitários (*ibidem*: 26-27). Com o evoluir da própria rede e a partir das adições – e novas criações – que centros de investigação e universidades e empresas, sobretudo ligadas à área militar e projectos semelhantes, «em 1990, a maior parte dos computadores dos EUA estavam apetrechados para poder funcionar em rede» e «uma série de ISP (Internet Service Providers), fornecedores de serviços Internet, constroem as suas próprias redes e criam ligações de acesso próprias com fins comerciais» (*ibidem*: 28). Assim, no início da década de 90 a Internet estava já ao alcance do cidadão comum, embora as competências necessárias para operar um computador à época fossem um pouco mais complexas do que hoje em dia, e a própria rede funcionasse em moldes diferentes dos que conhecemos na actualidade.

Entre os processos evolucionários que tornaram a Internet naquilo que conhecemos hoje estão as criações da comunidade de utilizadores UNIX. Citando Castells, UNIX era «um sistema operativo criado pelos laboratórios Bell, que posteriormente o disponibilizou às universidades em 1974, juntamente com o código fonte e a permissão expressa para o modificar». Foi esta decisão que permitiu que jovens estudantes desenvolvessem este código, unindo a USENET com a ARPANET e dando origem à Internet.

A Internet como a conhecemos hoje devemos-la, contudo, ao programador britânico Tim Berners-Lee: em 1990, cria «uma aplicação para partilhar informação», a *World Wide Web*, que fará a Rede alcançar a «abrangência mundial» (Castells, 2007: 31). Os *browsers*<sup>4</sup>, porém, foram decisivos para a evolução da Rede: o primeiro e mais conhecido foi o Mosaic, criado no Centro Nacional de Aplicações para Supercomputadores da Universidade de Illinois, que viria mais tarde a dar origem ao primeiro *browser* comercial, o Netscape Navigator, no final de 1994. É graças ao sucesso do Netscape que a Microsoft descobre a Internet e decide criar o Internet Explorer, incluindo-o no Windows 95. Para contornar o que considerava «concorrência desleal» da Microsoft, em 1998, a Netscape divulgou o código fonte através de duas licenças, sendo a mais conhecida a Mozilla Public License (algo semelhante ao GNU Public License), que veio a dar origem ao Firefox, um dos *browsers* mais

---

<sup>4</sup> Dada a fiabilidade dos artigos em língua inglesa da Wikipedia, a seguinte definição foi retirada do artigo «Web browser», disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_browser](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_browser), consultado a 6 de Setembro de 2011: «A *web browser* is a software application for retrieving, presenting, and traversing information resources on the *World Wide Web*».

conhecidos e de livre acesso (*ibidem*, 2005 e 2007). Daqui à privatização da Internet, foi um pequeno salto e, «para a sociedade em geral, a Internet nasceu em 1999» (*ibidem*, 2007: 33).

### **Comunidade UNIX e *software* de fonte aberta**

De acordo com Castells (2007), a cultura da Internet assenta em quatro estratos diferenciados, que se entrelaçam. São eles, a cultura tecnomeritocrática, a cultura *hacker*, a cultura comunitária virtual e a cultura empreendedora. Em comum, estas sub-culturas têm o valor da liberdade: de expressão e de criação.

A rede que constitui o objecto central da dissertação, Stroomer, enquadra-se, de acordo com a tipologia proposta por Castells, no seio da cultura da Internet, orientando-se segundo o valores de liberdade de expressão e criação, uma vez que o projecto tem o intuito de constituir uma rede social *on-line*, onde os utilizadores contribuam para a produção de conteúdos vídeo, de curta duração, partilhando os seus projectos com outros membros da rede e permitindo que estes os (re)utilizem em novos projectos. De facto, a própria génese da Rede é colaborativa: Castells sublinha, inclusivamente, o «carácter aberto e variável do *software* da Internet» e o facto de a inovação tecnológica assentar «na cooperação e na livre circulação dos conhecimentos técnicos», acrescentando que «o *software* de fonte aberta é o traço tecnológico principal do desenvolvimento da Internet», estando a sua abertura «culturalmente determinada» (2007:57).

Um dos traços distintivos da comunidade de utilizadores UNIX era igualmente o seu carácter aberto e foi graças a essa sua particularidade que surgiu o movimento de fonte aberta, ou *open source movement*. Este movimento e a cultura *hacker* foram, segundo Castells, «fundamentais na estruturação técnica e social da Internet» (2007:30). Devido a disputas legais a propósito da livre difusão do UNIX, em 1984, Richard Stallman, à época programador no Laboratório de Inteligência Artificial do MIT, fundou a Free Software Foundation com o intuito de criar um sistema operativo que, ainda que baseado na tradição de UNIX, não seria UNIX e, como tal, poderia ser distribuído e usado de forma gratuita (Castells, 2005). Nasce assim o GNU (GNU's NOT UNIX), assente num manifesto em que Stallman proclama liberdade – «*free as in free speech, not free beer*», diria, segundo Benkler (2006: 66).

Uma vez que era o proprietário do *software*, Stallman pode então estabelecer uma condição legal de forma a reforçar a gratuitidade do GNU. Surge o GPL, General Public License, também vulgarmente designado de «*copyleft*», que estabelece que o *software* e os seus derivados, registados segundo este protocolo não podem ser privatizados; ou seja terão de ser licenciados de acordo com os mesmos termos e condições que o *software* original (Castells, 2005; Benkler, 2006). Porém, embora tenha criado algum *software* de qualidade, os fundos da Free Software Foundation não foram suficientes para criar um sistema operativo completo. Mas Stallman deixou uma herança importante: o ideal de um *software* verdadeiramente livre (Castells, 2005).

Outro nome determinante para o desenvolvimento da expressão e para o florescimento do *open source movement*, foi Linus Torvalds, um jovem finlandês que, partindo de um *kernel*<sup>5</sup> primitivo e da expansão da Internet, criou o sistema operativo livre mais bem sucedido de sempre. Ao partilhar o seu *kernel* e o código fonte na Internet, Linus Torvald viu o seu sistema, Linux, crescer graças às contribuições de uma rede de programadores que se interessou pelo seu projecto.

Um dos aspectos mais notáveis do Linux é que, apesar das dimensões da comunidade e a crescente complexidade do programa, este conseguiu evitar o «*forking*», que consiste na segmentação da comunidade a partir de uma versão diferente do código incompatível, que conduz à divisão dos esforços colaborativos (Castells, 2005).

O facto de não existir qualquer tipo de motivação política a orientar este grupo de indivíduos, de se pretender apenas desenvolver *software* de qualidade, está provavelmente na origem da união da comunidade. Para Yochai Benkler, o papel do *software* livre é tão mais importante na medida em que desempenhou um papel fundamental no reconhecimento do trabalho colaborativo, denominado *peer production* (2006: 64).

O trabalho colaborativo não é, contudo, um exclusivo da criação de *software*: «*nonmarket production in general and peer production in particular are phenomena of much wider than free software*» (*ibidem*: 90). E, tudo se deve, essencialmente à existência da Internet, que torna possível desenvolver novas modalidades de organização da produção: descentralizada, colaborativa e que não é propriedade de alguém. Benkler apelida este novo modo de produção de «*commons-based peer production*», assente na partilha de recursos e resultados entre indivíduos dispersamente distribuídos que colaboram entre si, independentemente dos mercados e de hierarquias de gestão (*ibidem*: 60): exactamente como sucede com a rede social Stroomer, em que diferentes utilizadores, registados no sítio de Internet da rede, partilham os seus conteúdos vídeo para que estes possam ser trabalhados em conjunto, ou apenas integrar o «arquivo» do sítio.

Castells (2005), por sua vez, sublinha o poder da rede através do conceito de *open source*, que, ao contrário de *free software*, pode ser aplicado a um domínio mais vasto, uma vez que alterou a organização do trabalho e as relações de produção: «*Open source is a knowledge production process undertaken by a community that has harnessed the communicative and collaborative power of the Internet*».

Apesar do recurso a termos diferentes, ambos os autores concordam que se tratam de formas de organização da produção que desafiam o modelo tradicional capitalista. No entanto, embora se possa aplicar este modelo, fruto da sociedade em rede, a outros domínios que não o do *software*, as «limitações» da Internet fazem com que esta seja um *medium* propício à produção de bens intangíveis, como no caso em análise, conteúdos em formato vídeo. Estas «limitações» não constituem, porém,

---

<sup>5</sup> «*The kernel of an operating system is the base layer of instructions that control the key information processing and resource allocation functions that make a computer work*» (Castells, 2005).

obstáculos, contribuindo até para um cada vez maior alagamento destas redes de produção não profissionais:

*As computers become cheaper and as network connections become faster, cheaper and ubiquitous, we are seeing the phenomenon of peer production of information scale to much larger sizes, performing more complex tasks than were possible in the past for nonprofessional production* (Benkler, 2006: 68).

Para Felix Stalder (2005), encontramos-nos num tempo em que as tecnologias da informação em rede entram na nossa vida, penetrando em todos os aspectos do nosso quotidiano. E os artistas e os produtores de cultura apercebem-se de que, lentamente, cada vez mais a cultura assume um formato digital: objectos materiais, como cadeiras ou edifícios, são produzidos neste formato. E nunca como antes, os trabalhos de outrem não são apenas referenciados: são incorporados no próprio trabalho, através de «copy» e «paste» e de «remix». Contudo, o impacto deste novo modo de produção cultural vai mais além: *«These collective experiments are developing a new grammar of digital culture, new ideas of what it means to be creative and how this process should be organized»* (2005:5).

*Open source* é então um modo de organização da produção que desafia as formas tradicionais de divisão do trabalho, a hierarquia organizacional e os direitos de propriedade convencionais. Para que seja possível aplicar este modelo a outras áreas, como a cultura, é necessário que sejam aplicados os mesmos princípios orientadores a que se recorre no processo de criação de *software*, ou seja: 1) «*user driven innovation that takes place in a parallel distributed setting*»; 2) «*cooperative behaviour regulated by cultural norms and governance rules*»; 3) «*the economic logic of non excludable, anti-rival goods, and network externalities and synergies*» (Castells, 2005).

Trata-se então, de um modelo alternativo ao das grandes indústrias, quer se dediquem à produção de *software*, ou à produção de conteúdos, como é o caso da Disney, Time Warner, News Corporation, entre outros. Esta é a «*culture of the collaborative media production, of free and open source software, of reference works as the Wikipedia Encyclopedia, of open access scientific journals and music that is being made and remixed by the most talented artists*». E, além disso, «*[f]ree access to the source material of culture is a precondition for creativity to flourish*» (Stalder, 2005: 17).

### ***Copyright versus copyleft e Creative Commons (CC)***

Na produção cultural, os conflitos emergem também a partir da questão dos direitos de propriedade, do *copyright*. Ao contrário do que acontece no modelo capitalista, no caso do *open source*, estes direitos foram criados para permitir a distribuição ampla dos conteúdos e não para a exclusão: «*Conventionally, in a capitalist economy, property is the right to exclude others from the use of a good or service*», afirma Castells (2005). E acrescenta, a propósito do modelo de produção de *open source*: «*The Internet allows and enhances this new system of cooperation, while creating serious difficulties for the enforcement of traditional property rights*» (*ibidem*).

Desta distinção entre tipos de propriedade, Lawrence Lessig (2008) assinala a existência de dois tipos de produção cultural que têm enformado a cultura ao longo dos tempos: a *Read/Write* (RW) e a

*Read/Only* (RO). A designação destas culturas advém do tipo de permissão anexada a ficheiros informáticos: «*If the user has “RW” permissions, then he is allowed to both read the file and make changes to it. If he has “Read/Only” permissions, he is allowed only to read the file*» (*ibidem*: 28).

Esclarecida a origem do termo, importa distinguir a natureza de ambas as culturas: a primeira – *RW* – tem raízes profundas na história da Humanidade, mas basta recuar pouco mais de um século para que possamos encontrar testemunhos da sua prática.<sup>6</sup> Trata-se da cultura da prática amadora, da cultura *folk*, com raízes na tradição oral, que permite aos cidadãos recriar a sua cultura. A cultura *RO* é a cultura *pop*, a dita cultura de massas – para as massas, fazendo jus ao conceito – a cultura das corporações de *media* e da irreprodutibilidade protegida. É a cultura permitida pela ascensão dos meios de comunicação social de massa, pelos fonógrafos, pelo cinema, pela rádio e televisão, pela indústria musical: em suma, a cultura dos profissionais da Cultura. Porém, se anteriormente nos era vedado alterar este tipo de artefactos culturais devido a um conjunto de limitações tecnológicas, hoje em dia, este tipo de cultura, tecnicamente, pode ser manipulado pelos seus próprios consumidores. A reprodutibilidade técnica só é impedida em termos legais, de forma a proteger a cultura «capitalista». Assistimos, pois a um «regresso ao passado» que não o é verdadeiramente, porque esta cultura experimental, amadora, nunca desapareceu. Os fãs, segundo Henry Jenkins, são responsáveis pela criação de novas extensões dos produtos originais – pense-se no caso dos fãs da saga cinematográfica *Star Wars* – constituindo um bom exemplo desse tipo de cultura.

*If, as some have argued, the emergence of modern mass media spelled the doom for the vital folk culture traditions that thrived in nineteenth-century America, the current moment of media change is reaffirming the right of everyday people to actively contribute to their culture. Like the older folk culture of quilting bees and barn dances, this new vernacular culture encourages broad participation, grassroots creativity, and a bartering or gift economy* (Jenkins, 2006: 136).

Porém, Jenkins foca a sua atenção na «inteligência colectiva», relacionando-a com cultura participativa e «*convergence culture*», um conceito por si desenvolvido:

*By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want* (*ibidem*: 2).

À partida, o conceito aparenta pouco interesse para o caso em análise; porém, ilustra a participação cada vez mais activa da audiência, que vai ao encontro da ideia de «*produsage*» (o produtos de conteúdos e o consumidor são a mesma pessoa) defendida por Axel Bruns: o processo de convergência reside nas mãos do consumidor de *media*, no sentido em que representa uma profunda transformação cultural ao nível dos consumidores, que são cada vez mais incentivados a interagir com os conteúdos (*ibidem*: 3). Aliás, segundo Jenkins, o conceito de «*convergence culture*» «*involves both a change in the way media is produced and a change in the way media is consumed*» (*ibidem*: 16).

---

<sup>6</sup> Não se pretende com isto afirmar que no decorrer do século XX as manifestações desta cultura desapareceram por completo. Serve esta afirmação apenas para uma caracterização de um tempo em que existia apenas este tipo de cultura e não ambas as culturas em paralelo.

A cultura participativa contrasta com a anterior noção de espectadores passivos, que se limitariam a consumir os conteúdos que lhes era dados; estes desenvolvimentos ao nível da participação dos consumidores não ocorrem em indivíduos isolados: sucedem por via das interacções sociais, muitas através de plataformas de *social media* com outros indivíduos – «*Convergence does not occur through media appliances, however sophisticated they may become. Convergence occurs within the brains of individual consumers and through their social interactions with others*» (*ibidem*: 3).

Efectivamente, para este autor, «*the biggest change may be the shift from individualized and personalized media consumption toward consumption as a networked practice*» (*ibidem*: 255). Uma mudança como esta acarreta importantes lições sobre o potencial democrático da Internet, ao apelar à participação dos indivíduos em projectos que vão além de si próprios.

Para Lessig, contudo, o grande desafio que se coloca hoje em dia diz respeito às leis de direitos de autor, ao *copyright*, que de forma indiscutível erguem as barreiras que separam a cultura *RW* da cultura *RO*. O *copyright* surgiu como forma de proteger os trabalhos dos artistas/produtores de cultura, para que estes pudessem ver o seu trabalho reconhecido. Quando houvesse recurso aos seus trabalhos, uma percentagem sobre qualquer tipo de lucro que fosse gerado por essa utilização deveria ser paga ao proprietário do conteúdo. Segundo Lessig, as leis de *copyright* estão, contudo, acriar entraves às novas formas de cultura actuais. E propõe alternativas ao velho sistema de direitos de autor. É preciso salvaguardar que a existência do *copyright*, por si só, não é o problema. Esse reside na política vigente: «*the most important policy mistake is [...]: a policy driven by the view that the only way to protect RO culture is to render RW culture illegal*» (Lessig, 2008: 50). A solução passará, então, por conseguir um equilíbrio entre estes dois tipos de cultura; permitir a sua coabitação pacífica.

Em *Remix*, Lawrence Lessig apresenta exemplos de empresas que conseguiram integrar estes dois tipos de cultura, criando aquilo que designa por «economias híbridas». As economias híbridas, como o nome indica, surgem da intersecção de uma economia comercial com uma economia de partilha: «*by a “commercial economy”, I mean an economy in which money or “price” is a central term of the ordinary, or normal, exchange*»; «*A “sharing economy” is different. Of all the possible terms of exchange within a sharing economy, the single term that isn’t appropriate is money*» (Lessig, 2008: 118). Isto é, uma economia de natureza comercial é a economia como a entendemos, no senso comum, regulada pelo mercado. Por outro lado, existe outro tipo de economia, que não depende do mercado, nem se mede por um sistema de preços numa qualquer moeda, seja esta o euro ou o dólar: «*There exists not just the commercial economy, which meters access on the simple metric of price, but also a sharing economy, where access to culture is regulated not by price, but by a complex set of social relations*» (*ibidem*: 145).

Um bom exemplo de uma economia assente na partilha é a Wikipedia: com o intuito de criar uma enciclopédia *on-line*, um conjunto de voluntários leva a cabo o trabalho de redacção de artigos. As regras são simples e todos os que integram a comunidade têm conhecimento dessas regras e sabem

que, para que o projecto funcione, é necessário que essas regras sejam respeitadas. Uma das regras mais relevantes para nós e que permite que esta economia de partilha exista é o facto de se reger de acordo com uma licença de *copyleft* – do mesmo modo que se aplica ao *software*, também é possível aplicar *copyleft* a conteúdos como os da Wikipedia: os *wikis*<sup>7</sup> não pertencem a ninguém, podem ser copiados por quem quiser e as alterações realizadas a qualquer artigo são igualmente livres.

Stroome funciona em moldes semelhantes aos da Wikipedia, com a diferença que o sítio de Internet do caso em estudo se organiza na forma de rede social: ou seja, permite construir um perfil público ou semi-público no seio de um sistema limitado; articular uma lista de outros utilizadores com os quais se partilhe uma ligação e que permita ver e cruzar a sua lista de ligações e as que os outros fazem no seio do sistema<sup>8</sup>. No entanto, de modo idêntico à Wikipedia, no projecto Stroome, os utilizadores criam os seus próprios conteúdos vídeo, disponibilizando-os para que outros membros da rede os vejam ou os reutilizem na criação de novos conteúdos.

O elemento fundamental nesta equação é, então, a motivação. E parte da dissertação em curso pretende explorar as motivações que orientam os utilizadores/participantes da rede social colaborativa em análise, Stroome. Serão os membros desta rede profissionais que trabalham com conteúdos vídeo e procuram ter acesso a um arquivo de imagens vídeo ou apenas indivíduos comuns que gostariam de poder editar os seus filmes amadores e partilhá-los com outras pessoas interessadas em criar novos conteúdos?

No que respeita à economia híbrida – que, segundo Lessig, irá orientar a arquitectura do comércio *on-line* – esta «*is either a commercial entity that aims to leverage value from a sharing economy, or it is a sharing economy that builds a commercial entity to better support its sharing aims*» (2008: 177).

Uma moldura legal que permita a coabitação destas economias também se assume como importante para o desenvolvimento de redes sociais colaborativas como Stroome. Neste contexto, as licenças Creative Commons – como a que protege os conteúdos produzidos no caso em estudo, a licença Attribution-Share Alike 3.0 Unported –, constituem uma das soluções para tal. Estas licenças foram lançadas em 2002, a partir da organização sem fins lucrativos com o mesmo nome, fundada em 2001 por Lawrence Lessig, Hal Abelson e Eric Eldred<sup>9</sup>. De acordo com as premissas enunciadas no sítio da organização<sup>10</sup>, «*the Creative Commons copyright licenses and tools forge a balance inside the traditional “all rights reserved” setting that copyright law creates*». Deste modo, com este tipo de licenças, tanto pessoas individuais, como entidades comerciais, podem licenciar o seu trabalho de forma menos restritiva que as leis de *copyright* «tradicionais», especificando os usos do seu trabalho que são permitidos – copiar, distribuir, editar, fazer *remix*. Ficam de fora, naturalmente, os usos

---

<sup>7</sup> «*A wiki is a platform that lets anyone write or edit in a common space*» (Lessig, 2008: 156).

<sup>8</sup> Definição de «*social networking site*» proposta por Danah M. Boyd e Nicole B. Ellison.

<sup>9</sup> Esta informação foi retirada do artigo «Creative Commons», disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Creative\\_Commons](http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons), consultado a 11 de Junho de 2011.

<sup>10</sup> Disponível em <http://creativecommons.org/licenses/>, consultado a 11 de Junho de 2011.

comerciais e/ou a comercialização dos trabalhos protegidos pelas licenças de Creative Commons, uma vez que, apesar de se assumirem como diferentes, estas licenças assentam sobre os pressupostos do *copyright* – a diferença reside, então, nas permissões adicionais que os proprietários decidam acrescentar à forma como querem que o seu trabalho possa ser usado.<sup>11</sup>

No caso particular de Stroome, ao registarem-se voluntariamente no sítio de Internet, os indivíduos ficam automaticamente vinculados a um conjunto de regras que devem reger a sua conduta e que se estendem à utilização dos conteúdos produzidos. E em relação aos direitos de autor, os Termos de Utilização são bastante claros: os utilizadores da rede social Stroome não poderão comercializar conteúdos produzidos no sítio e todos os vídeos aí criados ficam ao abrigo da licença de Creative Commons acima mencionada. Embora esta licença permita a distribuição e a adaptação dos conteúdos criados no seu âmbito, à semelhança das licenças GPL, todos os produtos derivados dos vídeos criados em Stroome devem ser abrangidos pelo mesmo tipo de licença que protege o vídeo original. Isto é, «a *worldwide, royalty-free, non-exclusive, perpetual license*», como refere o ponto 4, alínea D, dos Terms of Use do sítio de Internet.<sup>12</sup>

### **Limitações do modelo de produção *open source***

Por se tratar de um modo de organização de trabalho criado especificamente para lidar com um único objecto, *software*, o modelo de produção do FOSS não constitui uma solução «*one-size-fits-all*» para a produção de bens informacionais através da Internet (Stalder, 2005). De acordo com Felix Stalder, a organização social do FOSS e os pormenores associados à sua metodologia de desenvolvimento reflectem o carácter único do problema para o qual foi criado para resolver: ou seja, desenvolvimento de *software*. E acrescenta: «*Other creative problems have different characteristics and will need a different form of social organization to be produced “openly”*» (*ibidem*, 56).

O mesmo autor lista então um conjunto de características inerentes à produção de *software*, que se espelham na organização social do movimento *open source* e que, quando aplicado em contextos distintos, em diferentes objectos, ou diferentes áreas culturais e científicas, podem conduzir a uma organização social diferenciada:

- 1) Os produtores não comercializam o seu trabalho – é necessário ter em linha de conta que, no caso do *software*, se tratam de pessoas cuja profissão está ligada à criação de código, mas que, porém, integram voluntariamente a comunidade *open source*; por detrás do seu trabalho voluntário e do compromisso para com a comunidade, há uma motivação que não assume carácter económico. No caso da produção de vídeo sediada em no sítio de Internet Stroome, os produtores de conteúdos dividem-se entre profissionais e amadores. De acordo com os termos de utilização da rede Stroome, esta não pode ser utilizada com

---

<sup>11</sup> «About the licenses», <http://creativecommons.org/licenses/>, consultado a 11 de Junho de 2011.

<sup>12</sup> Ponto 4, alínea D, «Terms of Use», disponível em <http://www.stroome.com/terms>, consultado a 8 de Setembro de 2011.

fins comerciais; além disso, embora os criadores de conteúdos detenham a autoria dos vídeos que criam no sítio de Internet, ao aceitar as condições dos termos de utilização, os utilizadores devem reger a sua conduta de acordo com a licença de Creative Commons já referida.<sup>13</sup>

2) O investimento monetário é limitado – o baixo custo dos meios necessários à produção de novo código é decisivo para que o trabalho do programadores seja voluntário; basta um computador normal e uma ligação à Rede suficientemente rápida para que seja possível participar. Em Stroome, a rede providencia dois *softwares* editores de vídeo, de forma gratuita, o que facilita a livre criação de conteúdos por parte dos seus utilizadores.

3) Existência de um elevado número de potenciais contribuidores – uma vez que o custo dos meios de produção é bastante baixo e a aprendizagem da linguagem de programação cada vez mais é possível sem ser necessário o acesso a instituições que impliquem o pagamento de propinas e exames de admissão, o número de indivíduos capazes de integrar a comunidade é, não só vasto, como diverso, tornando possível criar a massa crítica necessária a partir de uma pequena fracção da população. Embora os criadores do projecto Stroome tenham disponibilizado através do sítio de Internet as ferramentas necessárias para reunir um elevado conjunto de colaboradores – a disponibilização gratuita de dois tipos de software de edição de vídeo: um de simples utilização, direccionada para produtores amadores e outro mais sofisticado, para utilizadores com conhecimentos prévios de edição de vídeo – o facto é que a divulgação da rede tem-se processado de forma lenta, não tendo ainda alcançado ainda massa crítica suficiente.<sup>14</sup>

4) A produção é modularizável – a modularização da produção permite que um elevado número de pessoas trabalhe em paralelo sem criar interferências significativas entre si; além disso, é possível realizar apenas pequenas contribuições em termos de trabalho, mas que permitirão melhorar o produto final. Este é um aspecto que difere claramente da produção de vídeo no sítio da rede social Stroome, uma vez que não existe um produto final para qual todos os membros da rede contribuam. Contudo, uma vez que é possível criar grupos no seio da própria rede, cada indivíduo que pertença a esse grupo pode trabalhar em conjunto com os outros membros num projecto vídeo específico.

5) Os produtores são utilizadores – com frequência, a motivação para trabalhar no desenvolvimento de *open source software* resulta da descoberta de um problema por parte do programador; a iniciativa dos produtores parte, então, da sua própria experiência

---

<sup>13</sup> *Ibidem*. Os termos da licença adiantam que no caso de distribuição do trabalho protegido, o autor renuncia, sempre que possível ao pagamento dos direitos de autor (*royalties*), embora este deva ser convenientemente identificado. Section 3. «License Grant» e Section 4. «Restrictions», «Attribution-ShareAlike 3.0 Unported», disponível em <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode>, consultado a 8 de Setembro de 2011.

<sup>14</sup> Ver Anexo 4: Nonny de la Peña assinala esta necessidade no decorrer da entrevista realizada.

– e necessidades – enquanto utilizadores. Em Stroome, os produtores são também utilizadores, no sentido em que são também consumidores dos conteúdos vídeo dos outros membros da rede social que seguem e podem, a partir das criações de outros utilizadores, dos *clips* de vídeo de outrém, criar novos projectos.

6) Ausência de responsabilidade – é a ausência de responsabilidade individual e de qualquer tipo de garantia que permite produzir um produto como o *software*, sem ter de assinalar quem é o proprietário exacto da criação. Como já se referiu anteriormente, no caso de Stroome, à excepção dos vídeos criados em grupo, os autores dos conteúdos são identificáveis e responsáveis pelos vídeos que criam e disponibilizam na rede. Se um dos utilizadores do serviço recorrer a material protegido por *copyright* (sem a devida autorização para o fazer) na criação de conteúdos na rede, os responsáveis por Stroome podem retirar o conteúdo e o próprio perfil do utilizador da rede.<sup>15</sup>

As seis características assinaladas fazem com que o modelo de produção de FOSS funcione de forma eficiente. Porém, isso não significa que seja aplicável a todas as áreas de produção científica e/ou cultural, ainda que no caso em análise o modo de produção em muitos aspectos semelhante ao do FOSS. Para áreas como a música, ou o desenvolvimento de novos medicamentos, «*FOSS can be an inspiration, but not a model because the conditions and requirements are different for each type of informational good*» (*ibidem*: 58).

No entanto, como se pode observar, no caso da produção de conteúdos em formato vídeo, as plataformas *on-line* como a rede social colaborativa Stroome podem ser um bom ponto de partida para a criação de produtos culturais seguindo um modelo colaborativo bastante semelhante ao do FOSS.

---

<sup>15</sup> Os Termos de Utilização do sítio de Internet referem, mais especificamente, no ponto 3, alínea B, que «*without limiting the foregoing, you agree that you will not make available through the Site, Stroome Network and/or Service any material or information that infringes any copyright, trademark, patent, trade secret, or other right of any party (including rights of privacy or publicity)*», e, mais adiante, no ponto 4, alínea B, «*You shall be solely responsible for your own User Submitted Media and the consequences of posting or publishing them*». «Terms of Use», disponível em <http://www.stroome.com/terms>, consultado a 8 de Setembro de 2011.

*When a computer network connects people, it is a social network.*

(B. Wellman, 1997)

## **CAPÍTULO II: A WEB 2.0 E O PODER DEMOCRÁTICO DA CULTURA INTERNET**

A Rede está aberta a qualquer pessoa que nela queira entrar, que dela queira fazer uso, seja para criar ou distribuir os seus conteúdos.

O advento da chamada Web 2.0 – termo cunhado por Tim O’Reilly em 2004 – permitiu que os utilizadores da Internet passassem também a produzir conteúdos, esbatendo fronteiras que antes eram tidas como estáveis e definidas.

Hoje em dia, Axel Bruns fala em «*produsage*» para designar a transformação dos utilizadores em produtores. No início da «cultura Internet», como é designada por Manuel Castells, a diferença entre produtores/utilizadores e os consumidores/utilizadores era bastante marcada. Estes encontravam-se em pólos opostos da Rede. Os produtores eram «aqueles cujo uso da Internet re-alimenta o sistema tecnológico», enquanto os consumidores/utilizadores eram «receptores de aplicações e sistemas e não interagem directamente com o desenvolvimento da Internet» (2007: 55). Com o chamado nascimento da Web 2.0, o paradigma mudou. Não existe mais uma fronteira definida entre quem produz e quem consome: nos blogues, nas redes sociais, os consumidores são também os criadores dos próprios conteúdos.

Segundo Bryan Alexander, director de pesquisa no National Institute for Technology and Liberal Education, nos Estados Unidos, dois aspectos que distinguem os projectos e as plataformas da Web 2.0 do resto da Web, são o «*microcontent*» e os «*social media*» (Alexander e Levine, 2008: 1). Por «*microcontent*» entende «*small chunks of content, with each chunk conveying a primary idea or concept. These pieces are smaller than websites in terms of information architecture and are meant to be reused in multiple ways and places*» (*ibidem*). Na prática, estes pedaços de conteúdos podem assumir formas diversas: *posts* em blogues, *wikis*, comentários no YouTube, imagens de álbuns de Picasa, *podcasts*, ou vídeos no YouTube. A criação deste «*microcontent*» não apresenta dificuldades para os utilizadores, pois, «*does not require anything in the way of web design expertise*», ou conhecimentos de programação (*ibidem*).

O surgimento de tecnologias participativas tem estado na origem deste fenómeno. Yochai Benkler afirma que «*anyone with a personal computer can cut and mix files, make their own files, and published them to a global audience*» (2006: 275). O que não sugere que não existisse antes o que designa por «*cultural bricolage*»: o facto é que os custos de manipulação de vídeos e de imagens, áudio e texto baixaram radicalmente ao longo dos últimos anos e a alteração das condições materiais é também um dos factores que contribui para a transformação dos utilizadores em produtores e para uma cada vez maior produção cultural no seio da «*networked information economy*» (*ibidem*).

Há quem apelide os participantes nesta economia de «Geração C»: C de criação de conteúdos, ou de criatividade (Bruns, 2006: 2). Para Axel Bruns, cinco características distinguem o fenómeno de «*produsage*», dos modelos estabelecidos de produção, que o aproximam do modelo proposto pelo *open source*:

- 1) Envolvimento dos utilizadores na produção de conteúdos – alguns sítios actuam como ferramentas para a criação de conteúdo, enquanto outros fornecem ou dão pistas para que os utilizadores produzam conteúdos;
- 2) Trabalho colaborativo – os «*producers*» tendem a trabalhar em conjunto, do que individualmente; os ambientes que promovem a «*produsage*» costumam encorajar e incluir ferramentas de trabalho colaborativo;
- 3) Desenvolvimento evolucionário – no acto de «*produsage*» trabalham-se conteúdos pré-existentes com o intuito de os melhorar;
- 4) Abordagens alternativas à legislação de registo de propriedade intelectual – neste espaços vigoram licenças baseadas em *open source* ou *Creative Commons*, pois permitem a continuidade de trabalhos já realizados, reconhecendo o contributo do futuro trabalho de «*produsage*»;
- 5) Estruturas comunitárias permeáveis – é necessário que exista um equilíbrio entre abertura e hierarquia no seio das comunidades que promovem a «*produsage*»; não pode existir demasiada abertura de forma a que se torne um espaço anárquico, porém, não pode ser uma comunidade demasiado controlada por um grupo, por forma a não gerar exclusão: ou seja, deve ser «*heterarchial: showing neither purely hierarchical organisational traits, nor operating simply as a leaderless anarchy*» (*ibidem*: 3-4).

Stroome é um sítio de Internet que actua desta forma, fornecendo as ferramentas para a produção de conteúdos através da disponibilização de dois *softwares* de edição de vídeo<sup>16</sup> (1), assim como promovendo o trabalho colaborativo através do formato de sítio de rede social (2). Além disso, permite aos utilizadores trabalhar sobre conteúdos já existentes, produzidos por outros membros da rede (3), que se encontram abrangidos por uma licença Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported (4). Trata-se ainda de um grupo organizado, como já referimos, na forma de uma rede social, e, por isso, embora exista uma estrutura na qual assenta a comunidade, esta funciona de forma aberta, sem exercer demasiado controlo sobre os indivíduos que nela participam (5).

---

<sup>16</sup> A rede inclui dois tipos de *softwares* de edição de vídeo, ambos disponibilizados pela plataforma de vídeo *open source* Kaltura (<http://corp.kaltura.com/>). O Editor 1 (Anexo 8) dirige-se a pessoas que nunca editaram vídeo, incluindo um conjunto de quatro passos que descreve o processo de funcionamento deste *software*. Por sua vez, o Editor 2 (Anexo 8), direccionado para pessoas que já trabalharam com edição de vídeo, não contém instruções, mas assemelha-se, a título de exemplo, ao Windows Movie Maker da Microsoft. Além da diferença gráfica, o Editor 2 permite ainda incluir na criação de vídeo «Overlays» e «Effects». Em termos de funcionamento, ambos os editores permitem carregar imagens, vídeos e ficheiros audio a serem utilizados na criação de vídeo, através de uma «*timeline*», uma linha temporal na qual se integram os conteúdos previamente carregados na ordem que mais convir ao utilizador, compondo assim o vídeo.

Com efeito, este paradigma de produção de microconteúdos e de hibridação de utilizadores em produtores não se teria desenvolvido desta forma se provavelmente não tivessem ganho proeminência as redes sociais – também um componente essencial da Web 2.0, segundo Alexander e Levine: «*Web 2.0 platforms are often structured to be organized around people rather than the traditional computer hierarchies of directory trees [...] Web 2.0 tools are built to combine microcontent from different users with a shared interest*» (2008: 1). Como o caso em análise permite ilustrar, as redes sociais incentivam a produção colaborativa de conteúdos, mesmo que, noutros casos além de Stroome, não o expressem directamente, ou o tomem como objectivo primordial: basta um comentário a um «*Facebook status*» para que estejamos a produzir microconteúdo de natureza colaborativa.

### **Redes sociais e a sociabilidade *on-line***

Os sítios de redes sociais são, como já foi referido, um dos elementos fundamentais para a Web 2.0. Há traços marcadamente sociais nas novas tecnologias que transformam as relações de sociabilidade existentes até então. Mas que transformações são estas e de que natureza se revestem?

Barry Wellman tem dedicado as suas pesquisas à forma como a comunicação mediada através do computador afecta os padrões das relações sociais (Wellman, 1997). Num dos seus trabalhos específicos<sup>17</sup>, partindo de um conjunto de características inerentes às redes sociais *off-line*, Wellman aponta as vantagens da comunicação mediada por computador na constituição de redes sociais. O académico conclui que a Internet permite a todos os seus membros estar ligados não obstante as dimensões da rede e a fragmentação, característica também presente em determinadas redes sociais *off-line*.

O que a Internet permite, que se pode aplicar ao caso das redes sociais *on-line*, e que Wellman sublinha, é o facto de a facilidade de contacto através do computador permitir transformar um laço indirecto num laço directo. Logo, estas redes *on-line* apresentam uma vantagem sobre as redes sociais *off-line*, uma vez que aproximam indivíduos, ainda que em redes dispersas, não densas. Não só ao nível da densidade da rede, mas também no que respeita aos seus limites, embora as redes *on-line* possuam naturalmente maiores dimensões e sejam mais fragmentadas, estas permitem uma maior coesão e cooperação entre elementos dispersos geograficamente, o que não sucede com redes do mesmo tipo *off-line*.

Em termos do alcance das redes mediadas por computador, quanto maior este for, melhor, pois tratando-se de uma estrutura sem custos, permite comunicar através de diferentes zonas horárias, além de permitir um contacto mais frequente entre os indivíduos, que podem pertencer a diferentes contextos sociais. Assim, este tipo de redes permite aumentar o número e a diversidade dos contactos sociais entre os utilizadores.

---

<sup>17</sup> «An Electronic Group is Virtually a Social Network», in Sara Kiesler (ed.), *Culture of the Internet* (1997), Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Um aspecto que também é frisado por Wellman, e que é fundamental no caso de Stroome, é o facto de os indivíduos aderirem a redes sociais específicas, em torno de um interesse comum: «*Although computer supported social networks do sustain broadly multiplex relationships, they are particularly suited for fostering specialized relationship*» (1997: 193). Com efeito, a Internet não é um obstáculo ao estabelecimento de laços fortes entre os indivíduos; ela apenas torna mais lento o estabelecimento e o desenvolvimento desses laços. Na rede colaborativa em análise, esta constitui uma plataforma de encontro entre indivíduos que se interessam pela produção de conteúdos em formato vídeo e que estão dispostos a produzir conteúdos de forma colaborativa.

As comunidades virtuais assumem-se, então, como «novos suportes tecnológicos para a sociabilidade» (Castells, 2007: 155) e promotoras de comunidades de interesses, uma vez que os sujeitos deixam de estar condicionados pelo seu espaço físico onde habitam e trabalham e permitem que estes escolham as redes sociais com as quais partilham afinidades. Aliás, «a Internet parece ter um efeito positivo na interacção social e tende a aumentar o grau de exposição a outras fontes de informação» (*ibidem*: 151).

Com a profusão de redes sociais *on-line* especializadas, este é um processo cada vez mais fácil. As redes constroem-se em torno das afinidades dos seus membros, e transformam-se em sistemas de relações sociais que suportam o individualismo, pois centram-se no «eu» – Castells afirma que se trata de uma «relação individualizada com a sociedade» (*ibidem*: 159), que raramente passa da interacção *on-line* para o contacto face-a-face. Stroome parece ser disso um bom exemplo, pois a rede, embora de natureza colaborativa, parece orientar-se em torno da actividade individual: os grupos e o número de membros de grupos são em número bastante inferior ao total de utilizadores registados na rede – a percentagem de membros de grupos é de 0,6 por cento do total de utilizadores e a média de membros por grupo é apenas de 1,1. Ou seja, na sua maioria, os indivíduos registados em Stroome, apesar do apelo colaborativo da rede, preferem a interacção individualizada à interacção em grupo.

Castells salienta ainda – revestindo-se de grande importância para a nossa análise – que «o tema que define o objectivo da interacção *on-line* define os seus participantes» (*ibidem*: 160). Para o caso da rede em estudo, importa compreender quem são os participantes, uma vez que, através desse conhecimento, poderemos conhecer as suas motivações, um dado fundamental para compreender igualmente a utilização que estes fazem da rede.

Em relação ao estabelecimento de relações sociais através de meios *on-line*, Michele Willson<sup>18</sup> descreve num dos seus trabalhos:

*Social software – software developed for the purposes of facilitating social interaction between individuals and groups using the Internet – enables collaborative, communal and interpersonal engagements in a multitude of forums and formats. Blogs, wikis, social networking sites, MMORPGs;*

---

<sup>18</sup> «The possibilities of network sociality», in Jeremy Hunsinger *et al.* (eds.), *International Handbook of Internet Research* (2010), Dordrecht, Heidelberg London, New York: Springer (pp. 493-506).

*there are many different sites and applications for people to use for varying forms and experiences of sociality* (2010: 493).

A autora recorre ao conceito de «*network sociality*» («socialidade de rede») desenvolvido por Andreas Wittel, por forma a descrever uma forma de socialização que é possibilitada e decorre através de meios tecnológicos (*ibidem*: 494).

Embora Willson não esteja totalmente de acordo com a definição avançada por Wittel para o conceito de *network sociality*, o facto deste tipo de interacção se caracterizar por uma assimilação de trabalho e lazer (*ibidem*) vai ao encontro do âmbito da rede social colaborativa objecto de estudo. No seio de Stroome, uma rede social colaborativa que trabalha e vive de imagens vídeo e da sua partilha, a interacção entre os diferentes membros pode processar-se seja por motivos profissionais, seja por mero lazer. De acordo com o que os seus criadores afirmam na introdução à rede, os utilizadores de Stroome serão «*students, journalists, filmmakers, musicians, sports enthusiasts, travelers, activists, bloggers*»<sup>19</sup>, isto é, tanto profissionais que trabalhem com vídeo e edição de vídeo, como pessoas apenas interessadas em criar conteúdos originais para a Internet («*basically anyone who wants to create original content for the web*»)<sup>20</sup>.

Numa primeira breve análise ao sítio da rede social Stroome, como foi possível verificar a existência de indivíduos ligados profissionalmente à produção de conteúdos vídeo – como é o caso de Abel Abeita (Aabeita), professor do ensino secundário de Digital Film Production<sup>21</sup>, ou de Andy Stettler (Andystettler), Assistant Online Editor no TheReporterOnline.com, que afirma no seu perfil recorrer aos *social media* e a vídeos e fotografias para relatar acontecimentos.<sup>22</sup> Este é um fenómeno que decorre da possibilidade de editar vídeo de forma colaborativa na rede, pois, do mesmo modo que programadores profissionais contribuem para projectos de *open source software*, indivíduos que recorram à produção de vídeo profissionalmente terão interesse num sítio de Internet que lhes permita produzir conteúdos de forma gratuita, assim como ter acesso a um arquivo de imagens vídeo, como é o caso da *clip pool*<sup>23</sup> de Stroome.<sup>24</sup>

É importante salientar ainda, que na génese do projecto se encontrava a necessidade de um espaço *on-line* que permitisse a edição colaborativa de vídeo entre jornalistas, como explicou Nonny de la Penã, em entrevista ao *PDA – The Digital Content Blog* do jornal britânico *The Guardian* (Anexo 1).

---

<sup>19</sup> [Http://www.stroome.com/faq#Who+uses+Stroome?](http://www.stroome.com/faq#Who+uses+Stroome?), consultado a 25 de Junho de 2011.

<sup>20</sup> *Ibidem*.

<sup>21</sup> Informação colhida do perfil no sítio de Internet, disponível em <http://www.stroome.com/profiles/2743>, consultado a 3 de Setembro de 2011.

<sup>22</sup> Informação disponível em <http://www.stroome.com/profiles/3071>, consultada a 3 de Setembro de 2011.

<sup>23</sup> Trata-se de uma espécie de arquivo/base de dados que inclui todos os *clips* de vídeo que foram carregados e usados na criação de projectos na rede. «Stroome: The world's most collaborative video community is almost here!», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2010/02/06/hello-world/>, consultado a 14 de Setembro de 2011.

<sup>24</sup> Disponível em <http://www.stroome.com/clips>, consultada a 9 de Setembro de 2011.

Porém, embora os seus criadores sublinhem a facilidade de criação e edição de vídeo através da rede – um dos objectivos da rede passa pela interacção entre os diferentes utilizadores e criação conjunta de novos conteúdos –, disponibilizando para isso dois tipos de *software* (um mais intuitivo para leigos e outro mais complexo para utilizadores com experiência neste tipo de actividade), o facto é que para que os diferentes membros da rede interajam, é necessário possuir determinadas competências de ordem técnica. Willson assinala este aspecto, característico desta interacção que se processa por via da tecnologia, destacando que, para que se possa desenvolver essa sociabilidade em rede o indivíduo tem de estar «equipado» para tal: «*Network sociality requires the acquisition and application of specific material, technical and social skills*» (2010: 496).

De acordo com os dados colhidos através da experiência na rede, num papel que assumi de observador participante, é possível afirmar que a rede tem falhado em conseguir com que os seus utilizadores interajam por via da edição de vídeos em tempo real, por falta de experiência – mais do que de competências – dos indivíduos que aderiram à rede. Na rede existem poucos vídeos originais e a maioria dos *remixes* – que se pretendia que os membros da rede realizassem - que existe desses vídeos não são mais do que «testes», de forma a explorar as potencialidades do *software* de edição de vídeo disponibilizado pelo sítio.

Como Willson afirma: «*technology is rarely adopted, practiced or experienced exactly as its developers intended*» (*ibidem*). No caso de Stroome, este foi um dos (muitos) riscos que os criadores da rede correram. Não apenas ao nível da interacção e da criação conjunta de vídeos, mas também na concretização de um outro objectivo da rede: a constituição de uma *clip pool*, onde os utilizadores possam ir buscar imagens e planos alojados na rede. Trata-se de um objectivo muito ambicioso, que só pode resultar caso os utilizadores criem vídeos na rede e permitam que as imagens utilizadas estejam disponíveis e visíveis a todos os outros membros da rede.

*I hope to make clear, however, that while remix is one of the oldest forms of creativity, it has become more widespread in the digital age. What digitalization did was to make this kind of creation much simpler.*

(Anders Fagerjord, 2010)

### **CAPÍTULO III: ETNOGRAFIA *ON-LINE*, ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO E APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS**

O método etnográfico afigurou-se como o mais indicado nesta investigação, uma vez que se pretendia traçar e compreender a evolução de uma nova rede social na Internet. Como Riemer (2011) refere, a pesquisa etnográfica é a mais adequada ao estudo de um grupo cultural que se pretende descrever, recorrendo o investigador, para isso, a um conjunto de instrumentos diversos que considere os mais eficazes na recolha dos dados necessários para alcançar os objectivos da investigação. Ao diversificar as fontes e os métodos de recolha de dados, segundo o mesmo autor, o investigador aumenta a validade e a confiabilidade das descobertas realizadas através do trabalho empírico.

A aplicação do método etnográfico à Internet remonta ao início dos anos 90, aos primeiros projectos de investigação que procuravam analisar o impacto deste *medium* (Given, 2008: 922). Nancy Baym foi uma das pioneiras da etnografia virtual ao afirmar que os meios *on-line* constituem espaços propícios para a interacção social. Com efeito, segundo Castells (2007), além da cultura comunitária virtual constituir um dos quatro estratos fundamentais da Internet, as comunidades virtuais existem desde o nascimento da Rede.

O conceito de etnografia virtual, definido como «*a research approach for exploring the social interactions that take place in virtual environment*» (*ibidem*: 921), assenta em pressupostos semelhantes aos que guiam o método etnográfico tradicional, ou seja, «*[in] the immersion of the researcher in the setting for extended periods of time, and the aspiration to an in-depth holistic understanding of a culture*» (*ibidem*). Do mesmo modo que os investigadores fora da Internet, o etnógrafo virtual insere-se num ambiente *on-line*, observando e interagindo com o meio social que está a estudar, recorrendo para isso aos mesmos *media* que os utilizadores que recorrem a esse serviço (*ibidem*). No entanto, a etnografia virtual não tem de se cingir à Internet: a investigação pode incluir métodos que sejam aplicáveis fora do contexto virtual, como entrevistas presenciais, a título de exemplo.

Sade-Beck propõe que a pesquisa qualitativa na Internet deve integrar três metodologias para a recolha de dados, nomeadamente, a observação *on-line*, entrevistas e análise de materiais complementares (2004:2). Estas metodologias justificam-se uma vez que a Internet integra tanto *media* pessoais, como meios de comunicação de massa. Contudo, os *media on-line* permitem a comunicação a dois níveis: é possível às audiências responder, interagir com os *media*. Assim, no seio da Rede, a inovação tecnológica surge associada à mudança social, ainda que os participantes dos actos de comunicação não estejam presentes fisicamente (*ibidem*: 3).

A principal vantagem da etnografia virtual é o facto de permitir explorar fenómenos sociais presentes em ambientes *on-line*, como sucede com o caso em estudo. Estes métodos permitem ainda ultrapassar barreiras horárias e geográficas, possibilitando o contacto com indivíduos fisicamente distantes e de difícil acesso; facilita a comunicação – nomeadamente, se o tema for sensível, os indivíduos a entrevistar poderão sentir-se mais à vontade para falar abertamente, uma vez que não há contacto presencial –, sendo igualmente prático e económico, como Clarke (*apud* Chrichton e Kinash, 2003) afirma. Igualmente, os seus métodos de recolha de dados, como a entrevista *on-line*, são bastante úteis além da investigação na Internet. Ainda que os temas abordados digam respeito a ambientes sociais fora da Internet, a entrevista virtual – qualquer tipo de entrevista em que haja o recurso a tecnologias da informação e comunicação, como o *e-mail*, fóruns virtuais e *chats* (Given, 2008: 924) – é uma ferramenta de investigação que pode trazer alguns benefícios à investigação etnográfica, como os enumerados por Chrichton e Kinash (2003): a ausência de sinais corporais e visuais durante a conversa e a natureza fixa das palavras escritas, que permite que os participantes se mantenham focados na conversa. No caso da entrevista ser assíncrona, o entrevistado tem ainda a vantagem de poder informar-se antes e poder dar uma resposta mais completa ao entrevistador.

Todavia, o método etnográfico possui limitações. Há o risco dos participantes assumirem uma identidade que não corresponda à sua identidade real e da sua participação não ser activa (como no caso das redes sociais: os indivíduos podem estar presentes na rede, mas não interagir com outros participantes), assim como ser difícil para o próprio etnógrafo estabelecer uma relação de confiança com os seus informantes (Given, 2008: 923-924).

Para Sade-Beck, estas não são as únicas limitações que impõem dificuldades à recolha de dados: «*Due to the egalitarian nature of Internet communication, an additional difficulty faces the researcher in defining one's status, which is similar to the status of all users on the Web*» (2004:8). Contudo, embora a natureza da Rede espolie o etnógrafo da sua autoridade (sempre que se identifica como tal), ao mesmo tempo, apresenta uma oportunidade no acesso ao objecto de estudo através de diferentes instrumentos de recolha de dados.

A investigação etnográfica virtual recorre essencialmente a três tipos de ferramentas: a entrevista, a observação e a análise de documentos (Given, 2008: 926). De uma forma geral, há dois tipos de entrevistas utilizados: estruturado e semi-estruturado (ou não estruturado). O primeiro tipo assemelha-se à aplicação de um questionário, na medida em que os entrevistados são sujeitos a um conjunto de perguntas específicas, frequentemente questões fechadas, de resposta predeterminada. Por sua vez, nas entrevistas semi-estruturadas não há respostas anteriormente definidas. As perguntas são abertas, mas cabe ao entrevistador procurar alcançar os objectivos da investigação e fazer com que os entrevistados se mantenham dentro do assunto. As entrevistas podem ser assíncronas, através de *e-mail*, ou síncronas, realizando-se através de videoconferência ou *chat* em tempo real. E, embora as entrevistas assíncronas permitam respostas informadas, como já se referiu, as entrevistas síncronas

permitem negociar as respostas, assim como conferem uma maior liberdade de clarificação das respostas por parte do entrevistado (*ibidem*).

A observação etnográfica pode processar-se em duas modalidades: participante e não participante. No caso da observação participante, o investigador integra e participa na comunidade que é também o seu objecto de estudo – opção que melhor se adequa à análise da rede Stroome –, enquanto o observador não participante se limita a observar a comunidade sem nela participar activamente. A análise de documentos é, com frequência, complementar aos dois instrumentos de investigação anteriores. Os documentos podem estar ou não disponíveis *on-line* e podem assumir variados formatos, nomeadamente texto, imagem, vídeo ou som.

Durante o processo de investigação, tendo em consideração os limites, mas principalmente as vantagens da etnografia *on-line*, decidi aplicá-la e recorrer às suas ferramentas de recolha de dados no contexto do objecto que pretendia estudar – a rede social colaborativa, Stroome.

### **Opções metodológicas**

Procurando responder às questões de partida colocadas e consciente das limitações da etnografia *on-line*, concretamente, a ausência do contacto face-a-face na realização das entrevistas, assim como a dificuldade em acompanhar todas as mudanças da rede diariamente, decidi recorrer às três estratégias de recolha de dados características deste método de investigação: à observação participante, à entrevista e à análise documental.

A observação participante assumiu-se como a principal ferramenta a utilizar para documentar o funcionamento de Stroome: registando-me como utilizadora, poderia ter acesso à rede, colocando-me ao mesmo nível dos outros membros. Desta forma, era possível ainda acompanhar a evolução do sítio de Internet, contactar os utilizadores e enquadrando-os no contexto da rede, tendo em atenção as restrições e as características da rede social.

Nesta análise, procurei documentar o desenvolvimento de Stroome, tanto ao nível do número de utilizadores registados no sítio *on-line*, como ao nível da produção de vídeos, género e volume de projectos criados ao longo dos últimos seis meses, de Abril a Setembro de 2011.

Porém, para melhor compreender a rede tornou-se necessário contactar com os seus criadores. Procedi, desta forma, a uma entrevista com Nonny de la Peña, que no seio da USC Annenberg criou o projecto. Como complemento à entrevista, foram recolhidos dados a partir da análise de artigos noticiosos de meios de comunicação *on-line* e do blogue de Stroome, que documentam igualmente a existência da rede social colaborativa em questão. Optei por uma entrevista semi-estruturada, uma vez que pretendia dar liberdade de resposta à entrevistada e ter a oportunidade de colocar novas questões que pudessem emergir do discurso de Nonny de la Peña. No entanto, os tópicos previamente escolhidos foram os que mais destaque tiveram durante a conversa.

A entrevista foi, a par da observação participante, a ferramenta mais empregue para levar a cabo o trabalho empírico. Uma vez que a rede assume a forma de um projecto singular, diferente de redes

sociais como o Facebook, ou Orkut, em que os participantes podem colaborar entre si na criação de conteúdos originais, além da entrevista a Nonny de la Peña, procurei inicialmente realizar um conjunto de entrevistas exploratórias a um grupo de 15 membros de Stroome. Os dados recolhidos por meio das entrevistas seriam úteis na compreensão das motivações que conduzem os utilizadores a integrar a rede, assim como o uso que estes fazem da plataforma. O questionário (Anexo 2) estruturado compunha-se de perguntas fechadas, semi-abertas e abertas, por forma a conseguir reunir informações que permitissem avançar hipóteses e entender o tipo de utilização que os indivíduos registados na rede fazem; elencar as razões que justificam a sua adesão, assim como a percepção que estes têm de Stroome e da própria evolução da rede.

Os 15 utilizadores a entrevistar foram seleccionados a partir da página de Facebook de Stroome e com perfil disponível no Facebook, de modo a facilitar a selecção entre mais de 3500 utilizadores. As entrevistas foram, contudo, realizadas via *e-mail*, tendo os utilizadores contactados, num primeiro momento, através da rede social Facebook, uma vez que não existe nenhuma fórum que reúna os membros de Stroome.

Todavia, o risco e a conseqüente dificuldade de obtenção de resultados foram notórios: as entrevistas exploratórias tiveram uma taxa muito baixa de respostas – apenas um dos utilizadores respondeu ao questionário. Ficando sem garantias de conseguir dados fiáveis e, principalmente, representativos dos utilizadores da rede, optei por dar mais ênfase à estratégia de observação e recolha de dados. Assim, de forma a reunir informação que lançasse alguma luz sobre as motivações e o uso que os utilizadores fazem da rede, seleccionou-se uma amostra de conveniência composta por 100 perfis de membros registados em Stroome. Decidi recorrer a este tipo de amostra por se tratar de um estudo essencialmente exploratório e porque, não tendo acesso a todos os perfis, não foi possível conseguir uma amostra verdadeiramente aleatória. Contudo, tentei obter uma amostra suficientemente grande para ser representativa das diversas tipologias de utilizadores da rede. De cerca de 4000 utilizadores<sup>25</sup> – número que tem registado um crescimento constante ao longo dos últimos três meses – uma selecção de 100 perfis afigurou-se como suficiente para alcançar os objectivos da investigação.

Embora as entrevistas se assumissem como fundamentais no design da pesquisa, o contacto directo com a rede enquanto utilizadora mostrou-se igualmente importante, nomeadamente no que respeitou à funcionalidade do *software* de edição de vídeo disponível no sítio *on-line*. A análise de documentos fez-se, essencialmente, a partir do blogue da rede, de entrevistas dadas por Nonny de la Peña e Tom Grasty, criadores de Stroome, a blogues de tecnologia e outros *media on-line* e de artigos noticiosos que abordavam a rede, promovendo-a, por vezes. Tais conteúdos serviram para traçar outra perspectiva do sítio de Internet: um olhar exterior ao projecto que desse acesso ao modo como «outros» fora da rede a vêem.

---

<sup>25</sup> O número total de membros da rede entre o momento da realização das entrevistas e o momento em que se optou por realizar a análise de perfis teve um aumento de mais de 500 novas adesões num espaço de pouco mais de dois meses.

Combinando os três métodos de recolha de dados – entrevista, observação participante e análise de documentos – e diversificando as fontes de informação, procurei aumentar a validade e a confiabilidade das descobertas realizadas através do trabalho empírico, assim como executar uma análise completa do objecto de estudo.

### **O nascimento de uma rede social colaborativa**

Para traçar uma cronologia e ilustrar o desenvolvimento da rede social Stroome, partiu-se da entrevista a um dos mentores do projecto, Nonny de la Peña, jornalista e docente na USC Annenberg. Tom Grasty, também criador da rede, não foi entrevistado, uma vez que se encontrava indisponível. A entrevista a Nonny de la Peña foi realizada via Skype no dia 8 de Julho, tendo tido a duração de aproximadamente 30 minutos. A conversa assumiu um tom coloquial, graças à abertura da entrevistada, que respondeu a todas as questões colocadas. O guião da entrevista, que se encontra em anexo (Anexo 3), incluía questões sobre o surgimento da rede, uma avaliação da actual situação do projecto, expectativas e planos para o futuro. O seu principal objectivo era a obtenção de informação sobre as expectativas passadas e presentes dos criadores em relação ao projecto, tendo a entrevistada sido ainda questionada sobre a existência de conteúdos protegidos por *copyright* no seio da rede, assim como sobre o modo como os criadores perspectivam o uso que os utilizadores fazem da rede.

No entanto, no processo de recolha destas informações, combinei os dados reunidos a partir da entrevista com outros do blogue da rede (stroome.wordpress.com) e de artigos de meios de comunicação *on-line* generalistas e especializados em tecnologia. Os documentos (Anexos 1, 5 e 6) incluem entrevistas com ambos os criadores, assim como artigos que apresentam e analisam a rede.

A ideia para a criação desta rede social surgiu da necessidade de colaboração a nível jornalístico, como refere Nonny de la Peña. Trabalhando na revista Newsweek, onde a prática jornalística assumia contornos colaborativos, deparou-se com a necessidade de editar conteúdos vídeo em simultâneo com outros colegas jornalistas.<sup>26</sup> Tendo compreendido a ausência de uma ferramenta que lhes permitisse editar conteúdos *on-line* em tempo real, Nonny de la Peña, no âmbito de um mestrado em comunidades virtuais, cria o projecto Stroome: uma rede social colaborativa pensada principalmente para permitir a cooperação entre jornalistas.

Porém, embora a ideia para o projecto surja em 2009, apenas a 21 de Abril de 2010 o sítio da Internet é tornado público. Em Junho de 2010, o projecto foi distinguido com o Knight Foundation 2010 News Challenge Award, no valor de cerca de 140 mil euros. Este prémio destina-se a apoiar iniciativas que poderão ter impacto no futuro da criação noticiosa. Segundo os criadores, esse dinheiro

---

<sup>26</sup> «I'm a former correspondent for Newsweek magazine and the way that Newsweek used to work is that you'd have multiple people reporting on the same story from multiple bureaus, so I already had this natural sense of how journalism could be a collaborative process», PDA – The Digital Content Blog, *The Guardian*, 24 de Junho de 2010, disponível em <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jun/24/stroome-nony-de-la-pena-interview>, consultado a 13 de Setembro de 2011 (Anexo 1).

foi investido na melhoria do sítio de Internet, assim como na promoção de concursos que incentivem os utilizadores a criar vídeos no seio da rede, uma vez que o serviço não tem publicidade.

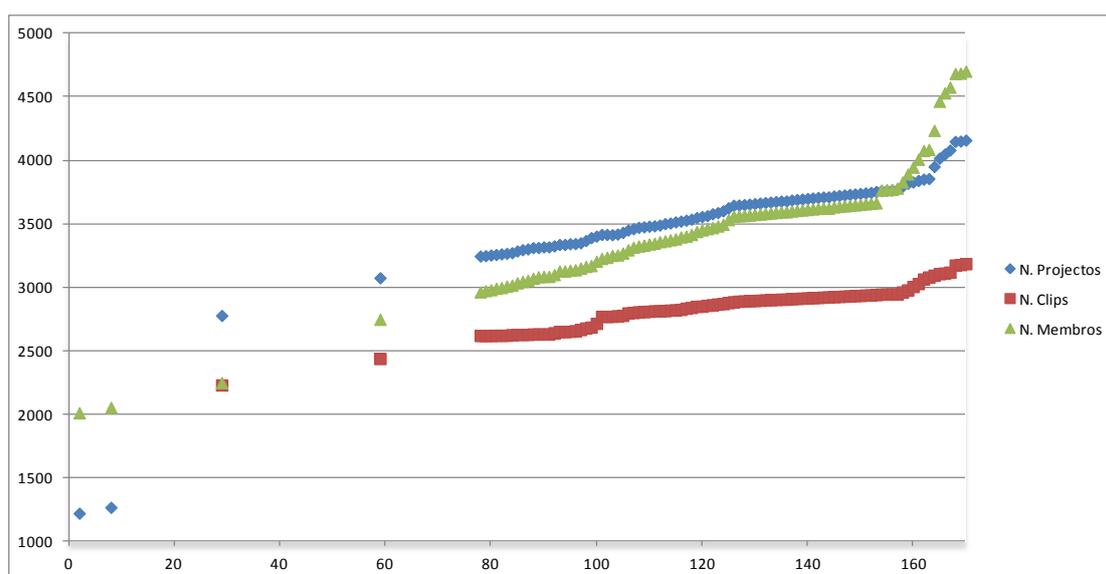
**Figura 3.1: Cronologia de Rede Stroome**



Fonte: elaboração própria

Num período de cerca de seis meses, a 15 de Outubro de 2010, a rede registava 1334 utilizadores e 52 grupos activos. Passados quase três meses, a 13 de Janeiro de 2011, apenas 365 novos membros se haviam registado em Stroome, totalizando 1699 utilizadores. Ou seja, a rede registava um crescimento de 27,36%. Por sua vez, os grupos activos tinham passado de 52 para 68 (um aumento de 16 grupos novos), devendo porém, salvaguardar-se que na altura muitos destes grupos tinham apenas um membro registado. Entretanto, em Junho de 2010, o blogue da rede dava conta da entrada de um grupo de autores activistas mexicano no serviço<sup>27</sup>, que lançava um desafio colaborativo em Stroome via Twitter. O apelo serviria também para promover a adesão à rede, mas, no imediato não teve impacto, pois Stroome manteve um crescimento moderado.

**Figura 3.2: Dados de Crescimento da Rede (amostra de 170 dias)**



Fonte: elaboração própria

<sup>27</sup> «"Remix our second trailer!": Activist Authors Enlist Stroome Community», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2010/06/22/sinlugar-enlist-stroome-community/>, consultado a 13 de Setembro de 2011.

Durante a entrevista, uma das questões que surgiu a partir de declarações da entrevistada, Nonny de la Peña, foi como se processava a divulgação do serviço. Em resposta, a criadora lamentou o facto de não existir um orçamento destinado a comunicação e *marketing*, embora o seu colega, Tom Grasty, se encarregue de promover a rede, através de contactos com publicações de tecnologia *on-line*, essencialmente e da actualização do blogue Stroome. Todavia, foi Nonny de la Peña quem respondeu às questões colocadas pelo *PDA – The Digital Content Blog* do britânico *The Guardian*, num artigo publicado em 24 de Junho de 2010, três dias depois do mesmo blogue ter publicado outra notícia onde dava conta de cinco novas redes sociais merecedoras de atenção, entre elas Stroome.<sup>28</sup> Nonny de la Peña encontrar-se-ia em Londres e teria sido entrevistada por esse órgão de comunicação, como declarou durante a entrevista que lhe realizei. Este artigo comprova a relativa importância que a divulgação através dos *media* ditos tradicionais tem na Internet, neste caso particular, em redes sociais: após a inclusão de Stroome na lista do blogue do jornal britânico, a rede terá sido considerada pela WaveMetrix, uma empresa de pesquisa na Internet, como a rede com maior crescimento de entre as cinco seleccionadas.<sup>29</sup>

Além dos artigos pontuais em órgão de comunicação, os criadores têm participado em conferências, em painéis de discussão sobre tecnologia e sobre o futuro do jornalismo.<sup>30</sup> Estes convites têm sido aproveitados por ambos para promover também a própria rede, embora não pareçam ter tido tanto impacto quanto a atribuição do prémio Knight News Challenge ou a mudança de *layout* anunciada na conferência TEDxUSC. Desde que, a 13 de Abril de 2011, o sítio de Internet foi sujeito a alterações gráficas, assim como a pequenas mudanças na estrutura do serviço, a rede tem assistido a um crescimento exponencial: no dia 1 de Abril, existiam 2011 membros registados, 76 grupos activos<sup>31</sup>, e 1220 vídeos criados, no total. Passados quase seis meses, a rede mais que duplicou o número de membros, voltou a permitir a criação de grupos – que havia sido eliminada numa primeira fase de remodelação gráfica –, e contava, na última contagem, a 12 de Setembro, 4530 novos membros, 29 grupos activos e um total de 4048 vídeos criados. Trata-se de uma evolução bastante positiva, que se deve aos esforços de renovação e promoção da rede, embora os meios sejam escassos: a principal fonte de financiamento do projecto foi o prémio monetário Knight News Challenge e,

---

<sup>28</sup> «Forget Facebook: here's five social networks you've probably missed», em *PDA – The Digital Content Blog*, *The Guardian*, 21 de Junho de 2010, disponível em <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jun/21/social-networks-emerging>, consultado a 13 de Setembro de 2011.

<sup>29</sup> «Stroome Named a “Top 5 Social Network Worth a Browse” By Guardian; Stroome Community Doubles in a Week», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2010/07/09/stroome-named-a-top-5-social-network-worth-a-browse-by-guardian-stroome-community-doubles-in-a-week/>, consultado a 13 de Setembro de 2011.

<sup>30</sup> «Stroome Presents on Panel at NCMR in Boston», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2011/04/11/stroome-presents-on-panel-at-ncmr-in-boston/> e «Stroome Shows Off at DEMO 2011», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2011/09/14/stroome-shows-off-at-demo-2011/>, ambos consultados a 15 de Setembro de 2011.

<sup>31</sup> Nesta altura, embora existissem várias dezenas de grupos, muitos eram compostos apenas por um elemento. Após a remodelação gráfica do sítio de Internet, inicialmente os grupos desapareceram, sendo posteriormente recuperados, devido à sua importância na criação de vídeos entre indivíduos com projectos e interesses comuns. A criação de grupos voltou a ser possível em Junho de 2011.

embora Nonny de la Peña admita que gostariam de encontrar investidores, até ao momento, tal ainda não aconteceu.

As alterações gráficas a que o serviço foi submetido alteraram radicalmente, de forma bastante positiva, o *layout* da rede. Inicialmente, quando foi criado, em Abril de 2010, embora a página de «Login» fosse composta por duas cores, branco e preto<sup>32</sup>, as páginas de perfis, de vídeos e de grupos eram completamente negras, com letras brancas e/ou cor-de-laranja. Tratava-se de um *layout* agressivo e pesado, sem qualquer tipo de animação ou ligações fáceis a outras redes (YouTube, por exemplo), quando estas existiam (não existia ligação directa, no interior do serviço, ao Facebook). Contudo, apesar da mudança gráfica, o *interface* do editor de vídeo para utilizadores experientes manteve-se igual; apenas o editor básico sofreu alterações ao nível visual, da cor preta para branca.

Outras alterações registadas, ao nível da estrutura do serviço, além da eliminação de grupos – que viria, como já referi, a ser recuperada em Junho de 2011 – sucederam com a distinção entre vídeos originais e remixes: anteriormente, a rede permitia distinguir entre projectos originais e *remixes*. No actual *interface*, apenas podemos saber, através do perfil de um utilizador, o número de vezes a que um projecto da sua autoria foi sujeito a *remix*. Podemos, todavia, ter acesso à *clip pool*, que embora na primeira fase do sítio fosse publicitada, não existia. A distinção entre os vídeos limitava-se a projectos originais e *remixes*; na versão actual, desapareceu essa diferenciação e podemos distinguir os vídeos apenas entre projectos e *clips*. Finalmente, os utilizadores podem recorrer com facilidade à tão publicitada «biblioteca» de vídeos que afirmavam, desde o início do serviço, ser acessível e que, até Abril de 2011 não o era, de facto.

Os projectos podem ser, desde a renovação gráfica, classificados («*rated*») através de pontuações (de uma a cinco estrelas) e o botão «*Like*», que liga directamente Stroome ao Facebook, está também disponível desde Abril passado. Foram, entretanto, introduzidas categorias pré-definidas para a classificação por tema, dos projectos. Existem 15 categorias de «Interesse»: *Activism & Non-Profit, Animals & Nature, Animation & Motion, Arts & Entertainment, Breaking News, Business & Economy, TEDxUSC, Current Events, Education, Entertainment, Food & Drink, Locations & Travel, Move More!, Science & Technology* e *Sports*. Estas categorias surgem nos perfis dos membros, definindo quais os vídeos que lhes interessam, assim como servem igualmente para definir o tema dos projectos criados. No entanto, do mesmo modo que é possível assinalar diversos interesses, também é possível criar um vídeo que caiba em diferentes categorias. A *tag cloud*, que existia até 12 de Abril de 2011, e que era composta por categorias definidas por cada utilizador, desapareceu para dar lugar às categorias impostas pelo próprio serviço.

Apesar da introdução do botão «*Like*», e de na nova versão do serviço ser permitido «seguir» («*follow*») outros membros da rede e deixar comentários sobre os vídeos, não existem outras formas de comunicação entre utilizadores. Não existe um fórum Stroome, e se, eventualmente algum

---

<sup>32</sup> Ver Anexo 7.

utilizador quiser fazer um apelo a outros membros para a edição de um vídeo conjunto, é difícil fazê-lo. Poderá tentar fazê-lo através da página de Facebook da rede, pois o serviço Stroome não permite internamente fazê-lo.

Em relação à ligação a outras redes sociais, estas tornaram-se mais visíveis desde a renovação em Abril passado. Há uma *feed* na página inicial que mostra todos os *posts* do Twitter em que se falou de Stroome (Anexo 7), assim como uma pequena caixa mostra um conjunto de indivíduos que seguem a página de Stroome no Facebook. Os vídeos podem agora ser partilhados num conjunto de redes sociais e serviços (cerca de 300) e ser enviados para o Facebook, Twitter, Orkut e via *e-mail*.

### **Utilizadores e produção vídeo em Stroome**

Antes das alterações gráficas, o número de vídeos existente em Stroome era consideravelmente inferior ao total de membros registados na rede: 1266 vídeos criados para 2053 membros registados na rede (dados recolhidos a 7 de Abril de 2011); ou seja, uma média de 0,6 vídeos por utilizador. Estes números são ilustrativos de uma tendência da qual já havíamos falado: que numa rede social, embora haja membros que produzem conteúdos, outros «assistem». Em Stroome, muitos dos utilizadores não eram criadores de vídeos, apesar do intuito colaborativo e criativo da rede. Contudo, duas semanas após a recolha de dados, e já após a reforma do serviço, a 28 de Abril, esta tendência tinha sido atenuada: neste período existiam 2777 projectos para um total de 2248 membros, o que perfazia uma média de 1,2 vídeos por utilizador.

Nesse sentido, tornou-se importante perceber quem eram os utilizadores da rede e quem eram os produtores. Estariam todos os membros do serviço a editar conteúdos vídeo? E a colaborar entre si? E quem seriam essas pessoas? Seriam profissionais – indivíduos ligados ao jornalismo ou a trabalhar na indústria cinematográfica – ou amadores – cidadãos comuns apenas munidos de câmaras de vídeo, a filmar acontecimentos do seu dia-a-dia –, a editar vídeos pessoais para seu próprio divertimento?

Para conseguir responder a tais questões, centrei a minha atenção nos perfis dos utilizadores da rede e procedi a uma selecção em duas fases: de um total de cerca de 4500 utilizadores (dados recolhidos a 12 de Setembro), reuni uma amostra de 900 perfis, 20 por cento do total da rede; posteriormente, desses 900, procedi a uma análise mais aprofundada de 100 perfis. Trata-se de uma amostra de conveniência, pois, como já referi anteriormente, o acesso ao total de perfis era muito difícil. Ao realizar uma breve análise a esta primeira amostra, confirmei uma questão que tinha surgido durante a entrevista com Nonny de la Peña: quando inquirida sobre as expectativas iniciais e actuais em relação ao projecto, a criadora afirmou estar surpreendida com a quantidade de utilizadores de fora dos Estados Unidos, registados na rede, pois sempre havia pensado que o projecto não fosse além fronteiras. Procurei verificar esta hipótese, que se confirmou: de um total de 900 perfis, em que 211 não disponibilizavam informação sobre a localização, 398 eram de utilizadores situados em vários países, locais tão diversos quanto Filipinas, Brasil, Egipto ou Noruega. Os restantes 290 membros estavam situados em diferentes estados americanos.

A partir dessa amostra pude constatar ainda que apesar de existir um número elevado de utilizadores que não editara ainda vídeos na rede, somando 419 membros da amostra, ou seja, 46,6 por cento, a maioria dos indivíduos que compõem a amostra são criadores de conteúdos: 481 utilizadores, o equivalente a 53,4 por cento do total da amostra. Por sua vez, dentro do conjunto de utilizadores-produtores, 63,4 por cento apenas contam com um projecto vídeo criado; 21,2 por cento são autores de dois vídeos; 6,9 por cento apresentam três projectos realizados e os restantes 8,5 por cento são representativos de utilizadores que criaram mais de três projectos: nos seus perfis, o número de vídeos criados oscila entre os quatro e os 12 projectos. No entanto, é importante salvaguardar que há utilizadores mais activos que outros: na análise mais profunda a um conjunto de 100 perfis, foi possível constatar a existência de membros da rede que já haviam produzido mais de 30 projectos, enquanto os primeiros utilizadores do serviço contavam com mais de 100 vídeos editados. Tratam-se, todavia, de excepções: num conjunto de 4500 indivíduos, são menos de cinco, os utilizadores que apresentam tal nível de criação de conteúdos.

Em relação aos 100 perfis reunidos através de uma amostragem de conveniência – que espelhava as tendências da primeira amostra (um número ligeiramente inferior de indivíduos não editores de vídeo, correspondendo a maioria de perfis analisados a utilizadores que produzem conteúdos, de forma a compreender quem são os criadores de conteúdo) –, incluí na sua análise, a data de registo na rede, composta por mês e ano, a localização do indivíduo, os interesses, o total de projectos produzidos, o total de *clips* utilizados nos projectos vídeo, o número de visualizações que os seus vídeos contabilizam, o total de «Likes» dos vídeos, o número de vezes que os seus vídeos foram sujeitos a *remix*, os grupos a que o utilizador pertence e informação adicional que este pode ter incluído no seu perfil. No que respeita à data de registo na rede, que permitiria saber a que determinado momento da «vida» do serviço a maior parte dos utilizadores se registou na rede, deparei-me com um conjunto de cinco utilizadores registados no final de 2009, ano em que a ideia para a criação de Stroome nasceu, embora a rede ainda não tivesse sido tornada pública. Estes membros, entre os quais se encontram os dois mentores do projecto, Tom Grasty e Nonny de la Peña, são grandes produtores de conteúdo (dois deles contabilizam cerca de 130 vídeos produzidos e um, cerca de meia centena) e correspondem provavelmente aos utilizadores que ajudaram a testar inicialmente a rede. Além dos criadores da rede, dois membros são oriundos do mesmo lugar, Victoria, British Columbia, Canadá e um terceiro não disponibiliza qualquer tipo de informação pessoal. Embora nenhum «Like» figure nos seus vídeos, o número de visualizações é elevado, oscilando entre 211 e 6058.

Destes cinco utilizadores, os três maiores produtores tiveram vídeos seus alvo de *remix* por diversas vezes (entre 14 e 29) e três deles pertencem a grupos: Tom Grasty e Nonny de la Peña são membros de quatro grupos cada um (ambos pertencem aos grupos 24 Hours 24 Frames, BAVC – Bay Area Video Coalition e Free Speech TV Newswire; Nonny pertence ainda a Abrams Wedding e Tom Grasty a MOCA "Art in the Streets") e o terceiro utilizador é membro de BAVC.

Apesar da renovação visual da rede e da posterior re-introdução da possibilidade da constituição de grupos cujo conteúdo e adesão podem ser públicos (visível para os outros utilizadores) ou privados, muitos dos grupos, embora actualmente em menor número – 27 no total<sup>33</sup> -, continuam a existir sem membros: 13 dos grupos contabilizados não têm membros ou conteúdos; apenas existem. Desses 13 grupos, 10 são públicos e os restantes de carácter privado. Os restantes grupos existentes, com membros que oscilam entre um e seis membros, nove são públicos e cinco privados. Contudo, uma vez mais, nem mesmo os grupos com membros editam vídeo: dos grupos com membros, apenas em seis existem projectos: quatro grupos terão produzido um projecto vídeo, um grupo editou três projectos e um outro 12. Esse grupo, de carácter público possui também o máximo de elementos existente: seis utilizadores.

De uma maneira geral, os grupos organizam-se em torno de uma categoria específica. Apenas um grupo - «We Love To Create Videos!» - com dois elementos edita conteúdos de todas as 15 categorias disponibilizadas pelo serviço. «Education» é a categoria mais recorrente, que sete dos grupos produtores de conteúdo elegem como uma das categorias do seu interesse; segue-se «Science and Technology» com quatro grupos a nomearem esta categoria e três grupos a apontarem «Activism and Non-profit». O facto destas serem as categorias que mais grupos produtores seleccionam, significa que há um propósito formativo na criação de conteúdos, revelando que as pessoas que integram grupos estão interessadas em produzir conteúdos informativos e educativos sobre temas que consideram pertinentes para a formação de indivíduos, como é o caso da Ciência e Tecnologia, a título de exemplo. São produtores interessados em criar conteúdos significativos e não mero entretenimento, ou vídeos cómicos *per se*. Pelo menos ao nível de grupos, este serviço parece agregar mais que utilizadores empenhados em editar vídeos caseiros.

Todavia, se alargarmos a análise ao total de vídeos editados, o cenário é diferente:

**Figura 3.3: Distribuição de vídeos por categoria**

Categorias	Número de Vídeos por Categoria
<i>Activism and Non-profit</i>	164
<i>Animals and Nature</i>	124
<i>Animation and Motion</i>	164
<i>Arts and Entertainment</i>	228
<i>Breaking News</i>	76
<i>Business and Economy</i>	68
<i>Current Events</i>	110
<i>Education</i>	259
<i>Entertainment</i>	312
<i>Food and Drink</i>	67
<i>Locations and Travel</i>	75
<i>Move More!</i>	83
<i>Science and Technology</i>	97
<i>Sports</i>	105

<sup>33</sup> Dados recolhidos a 12 de Setembro.

A categoria «*Entertainment*» é a que mais vídeos reúne, seguindo-se «*Education*» e «*Arts and Entertainment*». É significativo que existam mais de duas centenas de vídeos que encaixem na categoria de «*Education*»; todavia, se somarmos os vídeos que se encontram ao abrigo das categorias associadas a entretenimento, é possível afirmar que os utilizadores individuais recorrem à rede com o intuito de criar conteúdos por mero divertimento, e não com um objectivo de formar e informar, como parece ser o caso dos utilizadores que integram grupos.

Continuando a análise de perfis, em 2010, 47 dos utilizadores analisados registaram-se na rede. No presente ano, apesar de ainda apenas nos encontrarmos em Setembro, dos perfis que compõem a amostra, 48 são de indivíduos registados em 2011. Por trimestre, o terceiro trimestre parece ser, nos dois anos, o período em que mais utilizadores se juntam à rede: em 2010, a rede ganhou 20 novos membros entre Julho e Setembro e em 2011, até ao momento (12 de Setembro), registaram-se 32 indivíduos dos 100 perfis analisados.

Em termos de categorias, os utilizadores abarcam um grande leque das 15 categorias, quando não assinalam todas as existentes como integrando os seus interesses. São poucos os utilizadores que têm um ou dois interesses específicos. Na verdade, dos 100 perfis analisados, apenas um utilizador assinalou ter interesse numa única categoria, «*Sports*». Desta forma, torna-se bastante difícil compreender quais os vídeos que interessam aos utilizadores da rede, o que produzem eles. Apenas através de uma análise aos vídeos que os utilizadores-produtores criam é possível saber. Porém, ao analisar brevemente alguns dos vídeos existentes nos perfis dos indivíduos, rapidamente constatei que alguns dos projectos dos seus perfis – em alguns casos, os únicos projectos – apenas existiam porque um projecto tinha sido criado: ou seja, em termos práticos, não existiam vídeos, pois não havia imagens, nem som, no projecto. Havia apenas um projecto, apelando para que se juntassem algumas imagens para que fosse possível editar um vídeo. É difícil saber quantos iguais, quantos «falsos projectos» existirão na rede. Ainda assim, optei por incluí-los na minha análise, uma vez que tais vídeos podem ser, a qualquer momento, re-editados: o utilizador que cria um projecto pode actualizá-lo, acrescentar imagens, sons; efectivamente, esta é uma rede de vídeos nunca acabados, porque podem ser sempre sujeitos a alterações. No entanto, creio ser importante assinalar este aspecto, pois é elucidativo do uso que os membros de Stroome estão a fazer da rede e das dificuldades que podem ter no uso do *software* de edição de vídeo. Muitos dos utilizadores criam projectos sem editar vídeo, porque possivelmente não têm experiência neste tipo de trabalho.

O serviço disponibiliza dois editores de vídeo – acessíveis graças à colaboração com a plataforma de vídeo *open source* Kaltura – para que os seus utilizadores possam criar conteúdos directamente a partir do seu *browser*, sem ter de descarregar para os seus computadores o *software*, apenas necessitando de uma ligação à Internet. No capítulo das «*Frequently Asked Questions*»

(FAQ)<sup>34</sup> do sítio, refere-se que, entre os *browsers* em que se pode aceder ao serviço, estão o Internet Explorer, Firefox, Safari e Opera: Chrome, o *browser* da Google, é excluído. Pude constatar, através do recurso ao Chrome, que, embora o sítio de Internet de Stroome seja visível neste *browser*, quando se trata de utilizar os editores de vídeo, estes não correm eficazmente. As janelas surgem cortadas, comprometendo o processo.

Os dois editores de vídeo disponibilizados tornam a rede acessível a um conjunto diversificado de potenciais utilizadores do serviço: o Editor 1<sup>35</sup> existe para utilizadores que nunca usaram *software* de edição de vídeo, enquanto o Editor 2<sup>36</sup> é mais avançado, direccionando-se para membros da rede que já possuam alguma experiência em editar vídeo, ou que pelo menos já o tenham feito noutra ocasião. Há, todavia, aspectos comuns aos editores: ambos permitem carregar ficheiros vídeo, áudio e imagens dos arquivos do computador pessoal, assim como filmar directamente a partir da *webcam*. É possível ainda, através dos dois editores, carregar imagens de outros serviços *on-line*, como do Flickr<sup>37</sup> e do ccMixer<sup>38</sup>.

As diferenças entre os dois editores verificam-se ao nível do *interface*. O Editor 1 é composto por um conjunto de abas que distinguem os espaços onde são carregados os ficheiros vídeo, audio e imagens e, além da linha temporal onde se organizam as diferentes componentes do vídeo, exhibe ainda um conjunto de quatro passos simples que explicam como editar vídeo. Por sua vez, o Editor 2 exhibe um aspecto mais complexo: a linha temporal onde o vídeo é montado é maior, e a organização do *interface* é muito semelhante à do Windows Movie Maker. À partida, por este motivo, será mais fácil, para quem já trabalhou com *software* de edição de vídeo, utilizar este editor. Além de permitir aceder ao Flickr e ao ccMixer, o Editor 2 permite ainda carregar vídeos do serviço Metacafe<sup>39</sup>, música do Jamendo<sup>40</sup> e imagens da New York Public Library (NYPL), assim como incluir efeitos e transições diversos, não disponíveis no Editor 1.

Ao observar o funcionamento dos editores de vídeo disponibilizados por Stroome, pude verificar a existência de alguns obstáculos, nomeadamente no que respeita ao carregamento de ficheiros para posterior utilização na criação de vídeos. Nos dois editores a dificuldade foi semelhante, uma vez que o problema se deveu a um componente técnico exterior ao serviço, mas fundamental para o seu funcionamento: a velocidade e a capacidade da ligação à Internet. Este não é um problema pelo qual a rede possa ser responsável, que tem grande impacto na sua utilização: apenas utilizadores com banda larga com capacidade de carregamento de vários ficheiros podem usar Stroome eficazmente. É

---

<sup>34</sup> «Do I need to download Stroome?», «Frequently Asked Questions», disponível em <http://www.stroome.com/faq#Do+I+need+to+download+Stroome?>, consultado a 15 de Setembro de 2011.

<sup>35</sup> Ver Anexo 8.

<sup>36</sup> *Ibidem*.

<sup>37</sup> Serviço que permite o carregamento e a partilha imagens, disponível em <http://www.flickr.com/>.

<sup>38</sup> Trata-se de um sítio de Internet que permite criar e partilhar música em comunidade, disponível em <http://ccmixter.org/>.

<sup>39</sup> Serviço que permite partilhar *clips* de vídeo *on-line*, disponível em <http://www.metacafe.com/>.

<sup>40</sup> Plataforma que disponibiliza música gratuita, em <http://www.jamendo.com/>.

possível recorrer ao serviço com uma ligação que carregue os mesmos ficheiros mais devagar, mas será que os utilizadores possuem esse tempo, ou estão dispostos a disponibilizar esse tempo? Creio, portanto, que o principal obstáculo à criatividade e à colaboração, em Stroome, decorre de limitações tecnológicas (velocidade das ligações à Internet dos utilizadores) e da própria experiência em edição de vídeo dos membros da rede: editar vídeo é um trabalho moroso, mesmo para quem já «experimentou». É necessário ter bastante prática e para um trabalho cuidado, é fundamental ter conhecimento do modo como se conta uma história através de imagens em movimento. Recordo então, que o projecto nasceu da necessidade de uma ferramenta colaborativa que permitisse a jornalistas colaborar na edição dos seus vídeos: nesse sentido, Stroome é a ferramenta ideal para profissionais que têm como tarefa principal «narrar histórias». Mas, sê-lo-á com sucesso para o utilizador comum?

Da centena de perfis analisada, apenas 16 utilizadores disponibilizaram informações adicionais, tanto de carácter pessoal, como profissional. No seio da rede foi possível encontrar profissionais ligados à área de edição/produção de vídeo, estudantes, um trabalhador do sector imobiliário e um professor de Inglês a título de exemplo. Sete indivíduos declaram ter experiência no sector audiovisual, mas curiosamente, no perfil de cinco desses utilizadores com experiência em vídeo não existem projectos criados. Apenas dois possuem projectos criados, sendo que um deles é Tom Grasty, um dos proprietários de Stroome. É um dado significativo, tendo em consideração a potencialidade do serviço para utilizadores «profissionais»: um arquivo de *clips* de vídeo em crescimento e diversas pessoas de diferentes origens com quem colaborar.

Em relação à colaboração, foram ainda contabilizados os *remixes* realizados a partir dos vídeos criados pelos utilizadores. Apenas 11 indivíduos, dos 65 utilizadores-produtores analisados viram projectos seus serem recriados através de *remixes*, por outros membros da rede. À excepção dos criadores de Stroome, que têm um elevado número de *remixes* a par de dezenas de projectos, outros utilizadores, com uma menor produção de vídeos, também viram os seus projectos serem «remixados». Porém, nenhum desses utilizadores é um dos indivíduos que se assumiu como profissional da área de audiovisuais. Excluindo os utilizadores-teste, registados ainda em 2009, há 15 *remixes* para um total de 17 vídeos produzidos: há vídeos que não foram objecto de *remix*, mas outros, em contrapartida, como o único projecto criado por Aclb – alvo de três *remixes*, foram trabalhados diversas vezes por outros utilizadores.

A existência em si de *remixes* é positiva: significa que existe colaboração e criação de novos conteúdos a partir de conteúdos já existentes. No entanto, a discrepância entre *remixes* e número de visualizações é notória. Menos de metade dos utilizadores com conteúdos produzidos, ou seja 26 membros – de um total de 60, uma vez que excluí nesta análise os vídeos dos utilizadores registados em 2009, os denominados utilizadores de teste – contabilizavam visualizações. No entanto, se compararmos o volume de visualizações dos vídeos produzidos pelos membros registados em 2010 e 2011, com os cinco utilizadores de teste, podemos verificar que apesar do número de projectos destes

últimos serem mais que o dobro do total de projectos produzidos pelos membros mais recentes (2010-11), a proporção de visualizações é superior: os membros registados em 2009, seleccionados para esta amostra, contabilizam um total de 20500 visualizações para 327 vídeos produzidos, enquanto os utilizadores registados em 2010 e 2011 contam com 18508 visualizações para um total de 155 vídeos.

Através destes dados se compreende que há mais utilizadores a visualizar vídeos do que propriamente a criar. Quanto à colaboração, embora exista, como já referi, parece realizar-se a título individual: os utilizadores limitam-se a fazer *remixes* a partir de vídeos já criados por outros utilizadores. A colaboração entre indivíduos, directamente, a partir de grupos, é escassa. Não só porque existem poucos grupos, mas também porque estes grupos são constituídos por um número de utilizadores inferior a uma dezena – quando têm membros.



*While a certain critical mass of users is needed for a network to have value, it's clear there is room for a diverse ecology of sites. Focused social network sites, with populations ranging from a few hundred to a few hundred thousand, can coexist with massive global services like MySpace and Facebook.*

(Nicole B. Ellison, Cliff Lampe, Charles Steinfield, 2009)

## CONCLUSÃO

*Wikinomics* (2006), da autoria de Don Tapscott e Anthony Williams, aborda o nascimento de um «novo paradigma», assente em valores culturais como participação, colectivismo e criatividade. Os autores tratam a questão da «inteligência das multidões anónimas» como algo revolucionário, que transforma as tradicionais hierarquias de produção e torna permeáveis as fronteiras entre produção amadora e comercial e entre produtores e consumidores. No entanto, na perspectiva de Van Dijck e Nieborg (2009), há um entusiasmo desmedido em torno deste novo paradigma descrito pelos autores americanos: o modelo proposto tem limitações e a realidade não é tão perfeita quanto Tapscott e Williams querem fazer crer.

A primeira assumpção que os autores de *Wikinomics* fazem e que não corresponde à realidade, como Van Dijck e Nieborg assinalam, é que todos os utilizadores são igualmente criativos e todos produzem conteúdos. Todavia, nem todos os utilizadores registados no YouTube, no MySpace, na Wikipedia – e em Stroome, como se pode constatar – são criadores: os utilizadores não são, por definição produtores, nem todos possuem competências que lhes permitam criar conteúdos (Van Dijck e Nieborg, 2009: 860). Em Stroome existem dois editores de vídeo, porque os seus criadores desde o início compreenderam que existem, pelo menos, dois tipos de utilizadores: indivíduos com experiência em edição de vídeo e indivíduos inexperientes. Existem estudos que comprovam esta realidade:

[a] *recent Forrester survey of American adult online consumers distinguishes six categories of users hovering between the two poles of 'actual creators' and 'inactives' (Li, 2007; Li and Bernoff, 2008). Of those people who use the internet regularly, 52 percent are inactives, another 33 percent are 'passive spectators' and only 13 percent are actual creators (ibidem, 861).*

Ou seja, «utilizador» (*user*) é um termo geralmente usado de modo acrítico, que oculta uma diferenciação entre envolvimento passivo e activo, entre produtores e consumidores de «*user-generated content*» (*ibidem*). Mas, nem todos os utilizadores têm as mesmas capacidades ou a mesma motivação: como Van Dijck e Nieborg sublinham, e é observável a partir das categorias de vídeo mais recorrentes em Stroome, a maior parte dos conteúdos produzidos serve o propósito de entretenimento e não tem intenção de informar e/ou formar outros utilizadores (*ibidem*: 862). Contudo, ressaltam que a motivação também pode depender do tipo de serviço onde o conteúdo é carregado e partilhado, existindo uma grande diversidade de motivos que levam à criação: «*For the majority of users, their activity is anything but a communal effort towards a shared cause; they may participate simply to satisfy their individual curiosities or because they are interested in the same product, brand, band or*

*topic*» (*ibidem*). E nem todos os sítios de Internet são iguais: há uma grande diferença entre o que designam de «*commercially driven online communities*» e «*non-profit, community based exchange sites*» (*ibidem*). Stroome insere-se nesta segunda categoria e deixa bem claro, desde a sua página inicial, que se trata de um projecto comunitário, de participação gratuita, embora apenas informe directamente que o serviço não pode ser usado para fins comerciais nos Termos de Utilização.<sup>41</sup>

Um aspecto do trabalho colaborativo que decorre em ambiente *on-line*, que é desmistificado por Van Dijck e Nieborg, diz respeito ao facto de «*[w]hat is designated as ‘collectivity’ or ‘mass creativity’ is often the result of hype from networking activity – a type of activity heavily pushed by commercially driven social platforms and aggregator sites*» (*ibidem*: 862). A maior parte das pessoas que visitam sítios que permitem criar «*user-generated content*» são direccionadas para esses espaços a partir de formas virais de *social media* ou por puros mecanismos de *marketing*. No caso de Stroome, pela evolução que a rede registou ao longo do último ano e meio, é possível afirmar que a promoção do serviço, após a recepção do prémio News Knight Challenge, a participação em eventos como a TEDxUSC e a criação de concursos com prémios em dinheiro e a renovação gráfica do serviço, tem tido alguma influência na adesão de novos membros à rede, como se pode verificar.

Embora Tapscott e Williams, e inclusivamente Jenkins, afirmem que a produção colaborativa, a «*inteligência das multidões*»<sup>42</sup> e os conteúdos produzidos por utilizadores serão fundamentais para a economia da Internet, a verdade é que os conteúdos estão a ser ultrapassados pelo valor da «*metadata*»: as ligações entre utilizadores, as informações sobre os seus gostos, os seus interesses são os dados mais valorizados no negócio da Internet; é a sua nova «*commodity*» (Van Dijck e Nieborg, 2009: 865-866). Esse é o negócio da Google, que alimenta a publicidade e é fundamental para a manutenção da rede social mais concorrida, o Facebook.

Todavia, há que reconhecer que, actualmente, desde o advento da denominada Web 2.0, os utilizadores têm mais poder para definir conteúdos mediáticos e podem contribuir com o seu próprio trabalho na criação de novos conteúdos: Stroome, por exemplo, permite que jornalistas profissionais recorram à biblioteca de vídeos – à *clip pool* – para criar conteúdos a divulgar nos sítios de Internet dos órgãos de comunicação em que trabalham. E para tal muito têm contribuído os *clips* de vídeo que o cada vez maior número de utilizadores tem carregado no serviço. Mas é necessário ser-se prudente: «*the internet ‘does not automatically turn every user into an active producer and every worker into a creative subject’*» (Terranova *apud* Van Dijck e Nieborg, 2009: 864). Aliás, o facto de determinadas plataformas colaborativas de criação de conteúdos serem bem sucedidas não significa que se trate de um fenómeno extensível à produção de todo o tipo de objectos culturais (Van Dijck e Nieborg, 2009:

---

<sup>41</sup> No ponto 3, alínea D, dos Termos de Utilização de Stroome declara-se que «*[y]ou agree that you will not use the Stroome Network, the Site or the Service for any commercial purpose or charge any person, or receive any compensation for, the use of the Stroome Network, the Site or Service*», disponível em <http://www.stroome.com/terms#3.++Restrictions+and+Conditions+of+Use.>, consultado a 16 de Setembro de 2011.

<sup>42</sup> Ver também Pierre Levy, que se refere ao conceito de «*inteligência colectiva*».

869): acrescentar informações, ou proceder à correcção de um artigo da Wikipedia não é o mesmo que utilizar *software* de edição de vídeo para criar um novo projecto; são necessárias determinadas competências, como já referi. Felix Stalder (2005) elenca um conjunto de condições necessárias para que seja possível aplicar o modo de produção de FOSS a outros objectos culturais e afirma que, ainda que seja possível recorrer a este modelo na criação de determinados produtos, na produção de outros, como um livro, pode não ser possível. No caso da edição de vídeo colaborativa é possível aplicar este modelo de produção, mas sê-lo-á possível à criação de outros objectos?

Em Stroome é possível editar vídeo de forma colaborativa e disponibilizar a outros utilizadores os *clips* utilizados na criação de projectos. Contudo, embora existam dois editores de vídeo para permitir a utilizadores experientes e inexperientes criar conteúdos, há limitações técnicas que podem impedir a produção de conteúdos. As ligações de Internet são fundamentais para que os membros possam editar os seus vídeos e ergue-se assim, um «*digital divide*» entre utilizadores da Internet, entre os que possuem uma ligação com capacidade de carregar ficheiros pesados – ficheiros áudio e vídeo são por natureza maiores que ficheiros de imagens, por exemplo – e que seja rápida e os que embora tenham acesso à Internet, não conseguem carregar os ficheiros necessários à criação dos seus projectos vídeo. O serviço afirma não existir limite para a quantidade de *clips* que se podem carregar ao mesmo tempo, embora exista um limite de 500 megabytes para a dimensão de um ficheiro.<sup>43</sup> É possível pois fazer tudo isto caso haja uma boa ligação à Internet e tempo, acima de tudo. Caso estas condições não existam, Stroome torna-se uma plataforma obsoleta para o utilizador. De um ponto de vista socio-económico, sem uma análise profunda, pode-se esperar deste serviço, a existência quase exclusiva de utilizadores de um estrato social médio superior, residentes em países onde as ligações à Internet sejam de banda larga, de grande capacidade e rápidas e que possuam, ou tenham acesso a uma câmara de vídeo. Portanto, embora Stroome esteja «a qualquer pessoa munida de uma câmara e de um ponto de vista», isso não é sinónimo de abertura a todos os utilizadores da Internet.

Nem o facto de o serviço permitir a colaboração significa que ela exista: como se pode verificar, embora haja indivíduos a fazer *remix* de projectos criados por outros utilizadores, os grupos, que permitem aos membros cooperar em conjunto são em pequeno número e são compostos por uma percentagem insignificante de utilizadores da rede. Além disso, uma das questões que ficou sem resposta, uma vez que não houve *feedback* por parte dos utilizadores foi o seu interesse na rede: é mais importante para os membros que o serviço permita a criação de vídeo ou que disponibilize uma biblioteca que reúne todos os *clips* usados no seio da rede à qual se possa recorrer sempre que necessário, sem para isso contribuir com material para o arquivo? Esta é uma pergunta importante, que requer investigação no futuro, para uma melhor compreensão da percentagem de utilizadores que recorre à rede sem qualquer interesse no trabalho colaborativo que aí se realiza.

---

<sup>43</sup> «Is there a size limite when I upload media?» e «Is there a maximum of clips I can upload?», em «Frequently asked questions», disponível em <http://www.stroome.com/faq>, consultado a 17 de Setembro de 2011.

Do mesmo modo, uma nova questão emergiu no decorrer do processo de análise de dados: que categorias de utilizadores existirão em Stroome? Todavia, para responder a estas dúvidas será necessário acrescentar um instrumento de comunicação entre utilizadores, que permita a interacção entre os membros, assim como escutar as suas opiniões. Seria uma mais-valia para o projecto Stroome, permitindo aos seus criadores obter *feedback* dos seus utilizadores e consequentemente adaptar a rede às suas necessidades.

Este é também uma característica de Stroome que a afasta da organização da produção do FOSS. Para que o serviço funcione nos mesmos moldes em que funcionam as «as comunidades de *software*» são necessárias regras que emanem da própria organização social, da própria comunidade. No caso de Stroome, não existe um fórum em que os membros estejam ligados aos criadores da rede; neste serviço, existe um sítio de Internet, uma estrutura anterior e superior aos utilizadores que impõe as regras – e que os utilizadores, para integrarem a rede têm à partida de aceitar, sem que possam intervir além da criação. Esta parece-me uma limitação para o próprio futuro desenvolvimento do projecto Stroome.

É possível concluir, então, que não há uma correspondência exacta entre o modelo de organização da produção de FOSS e a estrutura do sítio de Stroome. Porém, no que respeita a colaboração entre utilizadores, a organização da rede social não parece ser impeditiva: é, inclusivamente, uma forma facilitadora da cooperação na criação de conteúdos vídeo, como se pode verificar a partir da existência de *remixes*.

Contudo, se considerarmos a ideia que levou à criação do projecto Stroome – a necessidade de um espaço que permitisse a jornalistas partilhar o seu trabalho, de forma a editar conjuntamente vídeo – creio que o uso que os utilizadores fazem da rede não é o mesmo que os criadores da plataforma tinham em mente quando a criaram: os indivíduos não estão a colaborar activamente entre si – a escassez de grupos demonstra-o, além de que, a maior parte dos utilizadores registados e que produzem vídeos não são profissionais da área do Jornalismo, mas sim indivíduos que filmam vídeos amadores e o fazem por divertimento.

Em relação ao futuro desta rede social, é difícil fazer previsões. Inicialmente, desde Abril de 2010, o crescimento da rede era fraco, na ordem das poucas dezenas de utilizadores a aderirem à rede semanalmente; actualmente, Stroome consegue alcançar o meio milhar de novos membros em poucos dias, porventura, devido ao novo *interface* do sítio de Internet, visualmente mais apelativo, com as suas animações e ligações às redes sociais mais populares. É provável que esta tendência se mantenha, principalmente se conseguir criar uma plataforma móvel, para dispositivos móveis, pois, a maior parte dos telemóveis actuais permite gravar vídeo e são dispositivos mais portáteis que uma câmara de filmar. Se Stroome, num futuro próximo, permitir a edição de vídeo a partir de telefones móveis, poderá vir a alargar ainda mais o número de adesões diárias. Desta forma, é possível que se venha a tornar a plataforma colaborativa líder em edição de vídeo. Mas para tal, será necessário que Stroome seja sujeito a um maior investimento financeiro e, quiçá, um parceiro de negócios mais experiente. A

associação a outros serviços de vídeo *on-line* talvez fosse importante, alargando as suas relações com esse tipo de sítios de Internet para além da óbvia relação de partilha de conteúdos, como, por exemplo, no caso do YouTube. No entanto, como Nonny de la Peña refere com frequência na entrevista que lhe foi realizada: é importante esperar e ver como Stroome poderá evoluir.

## FONTES

### Artigos noticiosos *on-line*:

Christie, Heather (2010a), «Forget Facebook: here's five social networks you've probably missed», *PDA – The Digital Content Blog, The Guardian*, publicado a 21 de Junho de 2010, disponível em <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jun/21/social-networks-emerging>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

Christie, Heather (2010b), «Stroome founder Nonny de la Peña: 'Guys, this is exciting!'», *PDA – The Digital Content Blog, The Guardian*, publicado a 24 de Junho de 2010, disponível em <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jun/24/stroome-nony-de-la-pena-interview>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

Dreier, Troy (2011), «Stroome's Collaborative Online Video Editing Now Easier», *OnlineVideo.net*, publicado a 27 de Junho de 2011, disponível em <http://www.onlinevideo.net/2011/06/stroomes-collaborative-online-video-editing-now-easier/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

Grasty, Tom (2011), «The New News Paradigm: 'Pivot or Perish'», *MediaShift Idea Lab*, publicado a 5 de Julho de 2011, disponível em <http://www.pbs.org/idealab/2011/07/the-new-news-paradigm-pivot-or-perish184.html>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

Kuo, Benjamin F. (2010), «Interview with Tom Grasty, Stroome», *Socaltech.com*, publicado a 30 de Junho de 2010, disponível em [http://www.socaltech.com/interview\\_with\\_tom\\_grasty\\_\\_stroome/s-0029439.html](http://www.socaltech.com/interview_with_tom_grasty__stroome/s-0029439.html), consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

Peña, Nonny de la (2011), «An Inside Look at Stroome's Metamorphosis in Three Iterations», *MediaShift Idea Lab*, publicado a 16 de Agosto de 2011, disponível em <http://www.pbs.org/idealab/2011/08/an-inside-look-at-stroomes-metamorphosis-in-three-iterations227.html>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

### Sítios de Internet:

«About the licenses», disponível em <http://creativecommons.org/licenses/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Attribution-ShareAlike 3.0 Unported», disponível em <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Creative Commons», disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Creative\\_Commons](http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons), consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«"Remix our second trailer!": Activist Authors Enlist Stroome Community», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2010/06/22/sinlugar-enlist-stroome-community/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Stroome Named a "Top 5 Social Network Worth a Browse" By Guardian; Stroome Community Doubles in a Week», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2010/07/09/stroome-named-a-top-5-social-network-worth-a-browse-by-guardian-stroome-community-doubles-in-a-week/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Stroome Presents on Panel at NCMR in Boston», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2011/04/11/stroome-presents-on-panel-at-ncmr-in-boston/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Stroome Shows Off at DEMO 2011», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2011/09/14/stroome-shows-off-at-demo-2011/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Stroome: The world's most collaborative video community is almost here!», disponível em <http://stroome.wordpress.com/2010/02/06/hello-world/>, consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

«Web browser», disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_browser](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_browser), consultado pela última vez a 25 de Setembro de 2011.

ccMixer [<http://ccmixter.org/>].

Flickr [[www.flickr.com/](http://www.flickr.com/)].

Jamendo [[www.jamendo.com/](http://www.jamendo.com/)].

Metacafe [[www.metacafe.com/](http://www.metacafe.com/)].

Stroome [<http://stroome.com/>].



## BIBLIOGRAFIA

- Alexander, Bryan e Alan Levine (2008), «Web 2.0 Storytelling: Emergence of a New Genre», *EDUCAUSE Review*, (On-line), 43 (6). Disponível em: <http://www.educause.edu/EDUCAUSE+Review/ERVVolume432008/EDUCAUSEReviewMagazineVolume43/163256>.
- Benkler, Yochai (2006), *The Wealth of Networks – How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven e Londres, Yale University Press.
- Boyd, Danah M. e Nicole B. Ellison (2007), «Social Network Sites: Definition, History and Scholarship», Michigan State University. Disponível em [http://consommacteurs.blogs.com/files/socialnetworksites\\_boyd-ellison\\_2007.pdf](http://consommacteurs.blogs.com/files/socialnetworksites_boyd-ellison_2007.pdf).
- Bruns, Axel (2006), «Towards Prodsusage: Futures for User-Led Content Production», comunicação proferida na Conferência Cultural Attitudes Toward Communication and Technology 2006, em Tartu, Estónia, a 30 de Junho de 2006. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/4863/>.
- Burgess, Jean e Joshua Green (2009), *YouTube – Online Video and Participatory Culture*, Cambridge, Malden, Polity Press.
- Castells, Manuel (2005), «Innovation, Information Technology and the Culture of Freedom: The Political Economy of Open Source», comunicação apresentada no âmbito do V Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, a 29 de Janeiro de 2005. Disponível em: <http://www.choike.org/2009/eng/informes/2623.html>.
- Castells, Manuel (2007), *A Galáxia Internet – Reflexões sobre Internet*, Negócios e Sociedade, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Creswell, John W. (2003), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications.
- Crichton, Susan e Shelley Kinash (2003), «Virtual Ethnography: Interactive Interviewing Online as Method», *Canadian Journal of Learning and Technology*, (On-line), 29 (2). Disponível em <http://www.cjlt.ca/index.php/cjlt/article/viewArticle/40/37>.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (1996), *Creativity – Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, Nova Iorque, Harper Perennial.
- Fagerjord, Anders (2010), «After Convergence: YouTube and Remix Culture», em Jeremy Hunsinger *et al.* (eds.), *International Handbook of Internet Research*, Dordrecht, Heidelberg, London, New York, Springer.
- Given, Lisa M. (ed.) (2008), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Singapore, Sage Publications.
- Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture – Where Old and New Media Collide*, Nova Iorque, Londres, New York University Press.
- Lessig, Lawrence (2008), *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy, s.l.*, Penguin Books.
- Riemer, Frances J. (2011), «Ethnography Research», em Stephen D. Lapan *et al.* (eds.), *Qualitative Research: An Introduction to Methods and Designs*, Hoboken, New Jersey, Wiley.
- Sade-Beck, L. (2004), «Internet ethnography: Online and offline», *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2), Article 4. Disponível em: [http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3\\_2/pdf/sadebeck.pdf](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf).
- Stalder, Felix (2005), *Open Cultures and the Nature of Networks, s.l.*, New Media Center\_kuda.org. Disponível em: [http://felix.openflows.com/html/kuda\\_book.html](http://felix.openflows.com/html/kuda_book.html).
- Taspcott, Don e Anthony Williams (2008), *Wikinomics: A Nova Economia das Multidões Inteligentes*, Lisboa, Quidnovi.

- Van Dijck, José e David Nieborg (2009), «Wikinomics and its discontents: a critical analysis of Web 2.0 business manifestos», *New Media & Society*, (*On-line*), 11 (4). Disponível em: <http://nms.sagepub.com/content/11/5/855.full.pdf+html>.
- Wellman, Barry (1997), «An Electronic Group is Virtually a Social Network», em Sara Kiesler (ed.), *Culture of the Internet*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum.
- Willson, Michele (2010), «The possibilities of network sociality», em Jeremy Hunsinger *et al.* (eds.), *International Handbook of Internet Research*, Dordrecht, Heidelberg, London, New York, Springer.

## ANEXOS

### Anexo 1: Entrevista de Nonny de la Peña a PDA – *The Digital Content Blog*

Título: «**Stroome founder Nonny de la Peña: 'Guys, this is exciting!'**»

Autor: Heather Christie

Data de publicação: 24 de Junho de 2010

Ligação: <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jun/24/stroome-nonny-de-la-pena-interview>

*The news entrepreneur explains why the future lies in innovation and why tech conferences are the place to be*

News innovator Nonny de la Peña on developing the media's future.

Last week, Stroome, a media startup intended to speed the editing and distribution of video throughout the world was one of 12 projects to win the Knight Foundation's 2010 News Challenge, an award for initiatives likely to 'impact the future of news'. The California-based startup, run by Nonny de la Peña and Thomas Grasty, researchers at University of Southern California, will be awarded \$200,000 (£133,500) in order to continue developing the project.

Launched officially in April 2010, Stroome aims to connect journalists, filmmakers, travellers and anyone else with a video camera, allowing them to upload their films to the internet and then collaborate with other users to create new video, audio, and photo mashups from every corner of the world.

While the Stroome community is still small, with only 500 members based in 40 countries, the opportunity and potential for growth is substantial: think YouTube and Wikipedia rolled into one big creative melting pot.

In London this week, De La Peña spoke about where Stroome fits in the new media landscape.

#### **Where did the idea for Stroome come from?**

I'm a former correspondent for Newsweek magazine and the way that Newsweek used to work is that you'd have multiple people reporting on the same story from multiple bureaus, so I already had this natural sense of how journalism could be a collaborative process.

Then I was doing a masters in online communities, and from my thesis it was very clear that there was a need for this collaborative platform for journalists.

We've seen many times where journalists are reporting from a scenario or a rally and their cameras get taken. But imagine if that video could be automatically streamed to Stroome where editors around the world could be cutting it any way they want to, telling the stories any way they want and spitting it out across the web. So we made the Alpha version of Stroome, got it alpha tested, raised a little money and started work on the beta version. We launched it in April.

#### **What makes Stroome different from other online editing suites?**

The biggest difference is that there's an ability for you and me to form a group and I can remix you and you can remix me. I can share it just with Stroome, or just my friends; I can make private groups, or I can push it across the web. That's the biggest difference from other sites; we're really sharing the video, the openness of the files is really distinct.

#### **How does Stroome fit in with what's going on with the media as a whole?**

I'm trying to get people to do and think about how it's so clearly a place of energy and openness and jobs and there's just so much movement. I know a lot of people have lost their jobs. It's really difficult for a lot of people, but we absolutely are at a critical point where we need a lot of innovations and are open to a lot of innovations. My drive is to innovate and innovate in journalism. But I don't go to the journalism conferences, I go to the tech conferences. The tech conferences are just alive whereas the journalism conferences are just weeping. You just want to bring them together and say, 'Guys, this is exciting! It's not your death knell, this is a wonderful opportunity.' Stroomer is a lot easier than all that. People understand video, they understand audio and they understand cutting it all together.

**What's your financial model?**

We have a few ideas, number one being storage. You can only allow people to upload so much until you just can't bear it anymore. At some point we'll put in some advertising. We've talked about charging something really nominal, like 99 cents (66p), after users create a certain number of groups, so that you can keep making as many groups as you want. Financials are one of the things we get to do this summer, really take a deep breath and figure out how we're going to implement the next iteration.

© 2011 Guardian News and Media Limited or its affiliated companies. All rights reserved

## **Anexo 2: Questionário aplicado aos utilizadores de Stroome**

1. *Caracterização:*
  - 1.1 Idade;
  - 1.2 Género;
  - 1.3 Escolaridade;
  - 1.4 Profissão.
2. *Permanência:*
  - 2.1 Há quanto tempo se registou em Stroome?
  - 2.2 Se se registou antes de Abril de 2011, como avalia o novo *design* de Stroome comparativamente à versão anterior?
3. *Motivação:*
  - 3.1 Como soube da existência de Stroome?
  - 3.2 O que o motivou, ou o que o motiva ainda a fazer parte desta rede social: motivos profissionais ou motivos pessoais?
  - 3.3 Que objectivo(s) pretende alcançar através da utilização de Stroome?
4. *Interacção:*
  - 4.1 Interage com os utilizadores de Stroome?
  - 4.2 No caso de resposta afirmativa, como interage: através de comentários, de *likes*, ou através de remix de vídeos criados por outros utilizadores?
5. *Utilização da rede:*
  - 5.1 Recorre à *clip pool*, ou usa Stroome para criar projectos originais e em colaboração com outros utilizadores?
  - 5.2 Considera Stroome um meio prioritário para a criação dos seus projectos originais, ou apenas para ensaios/*drafts*/repositório de portfolio?
  - 5.3
6. *Conteúdos:*
  - 6.1 Já criou algum projecto em Stroome?
  - 6.2 No caso de ter respondido afirmativamente à questão anterior, que género de conteúdos produziu: inserem-se numa categoria específica? São conteúdos originais, ou remixes?
  - 6.3 Como surgem as ideias para os projectos que cria?
  - 6.4 Qual o editor de vídeo de Stroome que utiliza para produzir vídeos?
  - 6.5 Como classificaria o grau de dificuldade de utilização do *software* de edição de vídeo, de 1 a 5, correspondendo 1 a fácil e 5 a difícil?
7. *Divulgação:*
  - 7.1 Divulga os seus vídeos noutras plataformas de Internet e/ou redes sociais?

### **Anexo 3: Guião da entrevista aplicada à criadora de Stroome, Nonny de la Peña**

1. How did you get the idea to Stroome? When it happened?
2. *Goals:*
  - 2.1 Which were the goals you wanted to achieve when you created this service?
  - 2.2 Have you achieved those goals? Is still anything left to do?
3. *Expectations:*
  - 3.1 What did you expect from Stroome when the network became public? (For instance, journalists registered and editing video for their work on the website?)
  - 3.2 Two years after the launch of the project, how do you foresee the future of Stroome?
4. How do you evaluate Stroome success? Have you reach enough critical mass in order to say it is a successful project?
5. (If the answer to the previous question was negative) What do you think is missing in order to make the network successful (lack of critical mass, technology related problems, lack of financial incentive)?
6. Historically several projects (many open source projects, actually) have been contacted to be bought by or to collaborate with bigger companies. Has this happened to Stroome?
7. The users have been matching your expectations? The use they make of the network matches the one you planned when you created Stroome?
8. Is there any forum where the network members can interact? Besides comments and remixes, can users interact in any other way?
9. Why did you decide to change the website design in April?
10. What is the relationship of Stroome with other networks such as Facebook and Twitter? Do you think YouTube is a competitor of Stroome?
11. There are some videos that are protected by copyright within the network. How Stroome deals with this kind of violation?

## **Anexo 4: Transcrição da entrevista realizada a Nonny de la Peña**

### **1. How did you get the idea to Stroome? When it happened?**

**Nonny de la Peña (NdIP):** I was working for The New York Times on a story about the sounds that fish make. I was working for the science section and I was told to cut a web video. So what happened was that I wanted to meet the experts, but one lived in up state New York and could only be available the next day and they cut the video overnight and I only got it the next day. When I was in The New York Times, if I wanted to record something and if the file broke I had to start all over again. Basically now, with Stroome you would create the «Fish Group» and everybody would upload it [the video] to the fish group. And if you wanted to make changes and you wanted to keep it private you could make the changes in the page, ou could ask me to make the changes. So the idea was to cut an obstacle in journalism: I worked for Newsweek and there you have people in diffent bureaus, all working for the same story. I wanted a better way to make it work. Then I was at a summer school, doing a master in online communities and it became my master project.

### **2. Which were the goals you wanted to achieve when you created this service?**

**NdIP:** The project was an online community to make this [collaborative journalism] work. In the master they gave me 10 thousand dollars to begin with. The first came in January 2009. In April 2010, in the Spring, we invested some more money, then we won a Kight News Challengge grant and our last launch happened pretty much one month ago.

### **3. Have you achieved those goals? Is still anything left to do?**

**NdIP:** There are some technical changes that I want to be made: we need to simplify the video editing and to make a mobile piece. These are two critical components that I think need to be done still.

### **4. What did you expect from Stroome when the network became public? (For instance, journalists registered and editing video for their work on the website?)**

**NdIP:** We wanted to make people work together. But lots of people are interested in using the site in many other ways. People will always use things in a different way and that's great because you have lots of different ideas. I would like to see more journalists using it, but we haven't reached that critical mass yet. But we have people from all over the world joining, and that amazes me.

### **5. So, the users haven't been matching your expectations? The use they make of the network is not matching the one you planned when you created Stroome?**

**NdIP:** I think remix has just started to begin... there isn't much collaboration as I would like to be, but we also have started to work with Life in a Day project in England, but I think they pulled it out now. I'm not sure of what happened. I think they finished their project.

### **6. Do you do anything to promote the website or people have been hearing about it by «word of mouth»?**

**NdIP:** People are hearing about it. We are now on Twitter, Facebook... these are the places where we are now. We are using social media, we don't have really a budget for marketing, so it has been pretty much word of mouth. But we also promote it through some websites [indica ligação do Anexo 6]. We also held a press conference in Anneberg for some of the video blogging sites and it spread. A lot of people in Europe and South America very interested in the site. It has been interesting to see that people keep figuring about the site, learn about the site and want to know more about it. My partner does more marketing stuff than I do but we've been invited to speak to some places, in some conferences, aswell. By the way, how did get to know Stroome?

[Respondo que através do sítio de Internet do jornal *The Guardian*]. That is interesting, I don't know how they heard about it, but I was in London last year and a journalist called for an interview.

**7. Historically several projects (many open source projects, actually) have been contacted to be bought by or to collaborate with bigger companies. Has this happened to Stroome?**

**NdIP:** Not yet. We just launch these new features a few weeks ago and it [the network] is growing and we hope it will continue to grow. One day we hope this can become a business. There are some people that we have been talking to and I hope it will make the network grow. I have some ideas how to make it grow: everybody makes video on their phones and we hope we can make people upload it - people should not stuck their films on their phones.

**8. Changing the subject: what is the relationship of Stroome with YouTube? Is YouTube a sort of competitor?**

**NdIP:** You can't collaborate in YouTube. That is the main difference, even if we can't compare Stroome with YouTube. But we hope we will keep growing.

**9. But Stroome still relies on YouTube, in the end, to make the videos public...**

**NdIP:** You can also embed it [video] in your blog and share it all over the web in many other places. Just look at the share button...

**10. What about this new layout, why did you decide to change the website design?**

**NdIP:** It is amazing what a little more money will do [risos]. We thought we needed to improve our interface.

**11. How do you evaluate Stroome success? Is the website having the success you expected?**

**NdIP:** Yes and no, in the sense that I thought it would definitely catch on in the United States. But it is amazing how a lot of people around the world joined it. That has been really amazing to me. I thought there was a need for this, but it is amazing how it has been catching on around the world.

**12. So, you weren't expecting such an international success, outside the US?**

**NdIP:** No, no so fast.

**13. But what do you think is still missing in order to make the network even more successful?**

**NdIP:** At this point Stroome's growth needs people to start to be more interested in collaboration. I think that is really where we are now. I think we need more collaboration.

**14. But you have already a certain amount of users...**

**NdIP:** With all these new features we hope people think this is a comfortable place to work. Giving that we started at 10 thousand dollars... and where we are, three years later - the idea came up around April 2008 - I'm not unhappy with the current outcome. Hanging in there to see where it is going is really critical.

**15. Is there any forum where the network members can interact? Besides comments and remixes, can users interact in any other way?**

**NdIP:** No.

**16. There are some videos that are protected by copyright within the network. How Stroome deals with this kind of violation?**

**NdIP:** In the US we are overseen by the Copyright Office, but in order to pull out that content we have to be notified by someone who says that that is copyright material.

**17. No one has done that yet?**

**NdIP:** No. But if someone does it, we will be happy to take it [that illegal content] down. We will respect the law.

## **Anexo 5: Entrevista de Tom Grasty a Socaltech.com**

Título: «**Interview with Tom Grasty, Stroome**»

Autor: Benjamin F. Kuo

Data de publicação: 30 de Junho de 2010

Ligação: [http://www.socaltech.com/interview\\_with\\_tom\\_grasty\\_\\_stroome/s-0029439.html](http://www.socaltech.com/interview_with_tom_grasty__stroome/s-0029439.html)



Last week, Los Angeles-based **Stroome**([www.stroome.com](http://www.stroome.com)), a new startup originally spawned out of a project at the USC Annenberg School of Communications, won \$200,000 in the 2010 Knight News Challenge. The Knight News Challenge is a contest which highlights digital news experiments and technology, and is closely watched by those in the news industry. Interested to hear more about how the company came about--and why it has been getting some attention for its efforts--we spoke with **Tom Grasty**, co-founder of the company.

### **Tell us the story behind Stroome and how it came about?**

**Tom Grasty:** Essentially, we started off as a graduate school project at USC. We grew out of an interesting use case. My partner is a documentarian and reports for the New York Times, Time, and Newsweek, and was given a story to write about for the New York Times, about the sounds that fish make, for their Science section. It ran in April of 2008. We got lots of traction on the web, and the story was picked up in many places. Because of that, her editors asked her to create a video component for the story. In her process of creating that video component, through lost Fedex packages, all of the time spent to come up with the final edit, and all the research that needed to be done, she determined that there seemed to be a real need for a collaborative place where people could come together and create content. The idea emerged from that real life pain in the market, and as we like to say, we've grown incrementally from there. Our first success we kind of backed into, with the New School in New York. They wanted to use the platform we had developed in a class called Mashup Culture. They wanted to use it for the students' final project, and we got the sense that there was a marketplace need for this. A few months later, we won the USC New Venture Competition. From a business standpoint, we saw there was a legitimate path to profitability in it, and then we ended up winning the Audience Award for the Online News Association. Most recently, we picked up the Knight Grant last week, which has been, to date, the biggest validation of all.

### **There are lots of video sharing and editing sites and services--what's the key difference here, and what have people found is the most interesting thing here?**

**Tom Grasty:** There are, as I like to say, no shortage of online video editing platforms, online video editors, or social networking sites, even though there are fewer online editors now than eighteen months ago. What we are doing is unique and different, because, in our knowledge, there is no one else doing it. We've taken the video editing process from a silo event, where someone uploads content, edits it on their computer, by themselves--to something we've exploded across the social web, which allows people to collaborate and work together on content. They can contribute content, contribute their edits, remix video, work together as groups, and then send that content across the web to Facebook, YouTube, MySpace, or their own website. No one is really offering that kind of collaborative solution yet. It's a unique selling proposition that people respond to.

### **Why the interest in this collaboration and remixing?**

**Tom Grasty:** We looked around at lots of companies, and saw that many startups failed because they reached too far, too fast. They saw the brass ring, and they try to get it immediately out of the gate. Our go-to-market strategy is closer to Facebook. We saw that we had traction in the journalism and news organization marketplace, so we concentrated on that area. We licensed our product to USC Annenberg as a teaching tool in the classroom. We've been in discussions with news organizations to use the platform, including with large organizations and journalism sites. From that beachhead, we plan to grow it out and we're finding we're already starting to get traction with all sorts of people, ranging from musicians and students, to sports enthusiasts and travelers, to activists. Basically, it's anyone with a point of view that wants to find other people with that point of view, to work together to create content.

**It's quite interesting to see the background here from the journalism area, as you rarely see startups from that field.**

**Tom Grasty:** Although my partner does have a strong journalism background, my background, even though I was in journalism school and we met at USC Annenberg, is a little broader. It's in advertising, public relations, and for the last fifteen years, television. I was a development executive and independent producer. Where my partners saw real tangible needs for this in journalism, what I was speaking to was the notion that where we'd gotten to at this point with digital technology, is people absolutely want to create, circumvent, and distribute your own content on your own terms. I found that, as an independent producer, that is a very powerful notion. I hadn't grown up around that, I hadn't evolved in that environment. I knew that was going to be the next huge growth industry in the content business, and we've started to see that come to fruition. We both came from different industries, but there was the similar connection that the web is tearing down silo walls, and that people want to collaborate and distribute their work across the web.

**We've heard it's difficult to get over the hurdle from an idea to implementation with non-technical founders. Were you able to get over that technology hurdle?**

**Tom Grasty:** The short answer is yes, only because we had to figure out fast because we started in the classroom, and had a very defined amount of time to create a prototype. We were fortunate that we were able to find third party developers, who were not only technically proficient in building the product, but were also passionate about building the product. If those two hadn't merged, we wouldn't have gotten the first prototype out of the garage. We were asking people to do what lots of startups ask, which is for our vendors to go beyond the typical call of duty. We're now in an interesting position in that we've gotten our first customers, and gotten validation and recognition, and we're beginning to see where the technology is emerging, with HTML5, streaming, and other ancillary technology. Those all influence what we're trying to do, and we'll be building and baking that into our current offering in the future.

**So what's next?**

**Tom Grasty:** We are taking our product, which is in the early public beta stage, and building it out into a highly scalable production model. We hope to have that to market within six months. As we are doing the product development, we are working on strategic business development relationships, so we can leverage the platform. It seems to have lots of applications we weren't aware of when we first created it.

**What sort of applications are those?**

**Tom Grasty:** For example, we hadn't originally conceived using it as a white label product for corporate branding. We've been seeing lots of interest from very large organizations, who are coming to us and asking us to develop it into a branding application. That's a very different direction, which we're aggressively looking at.

## **Anexo 6: Artigo de Nonny de la Peña publicado em MediaShift Idea Lab**

Título: «**An Inside Look at Stroome's Metamorphosis in Three Iterations**»

Autor: Nonny de la Peña

Data de publicação: 16 de Agosto de 2011

Ligação: <http://www.pbs.org/idealab/2011/08/an-inside-look-at-stroomes-metamorphosis-in-three-iterations227.html>



If you've used Stroome, our collaborative video remixing site, in the last few weeks, you will have noticed, and hopefully enjoyed, a complete redesign of the site.

User flow has now been streamlined, and the embedded community and collaborative elements make the process a lot more fun: Clips can be added to a bin using a quick click on any footage; new groups are offered through the recommendation engine; videos can be shared more easily across the web or friends can now be invited to remix together.

This is our third iteration of the site, and while most quick definitions call an "iteration" the act of repeating, that hasn't been the Stroome experience. Instead, the process has more in common with a chrysalis where, within that code container, grand changes actually take place.

Here's the history of Stroome's metamorphosis in three takes over two and a half years:

### **ITERATION ONE: 10K TO SPEND**

An awkward affair. We had to learn when to fire a developer, how to hire another quickly, and where to eke out as much functionality as we could with our very limited resources. We had a vision, after all, and we tried to twist Drupal modules into playing happily with each other to create a low-cost realization of that ideal. When a New School class dedicated to remixes discovered the site and produced some nice pieces, we knew we'd turned on some right lights. Yet the site had a very long way to go.

### **ITERATION TWO: BOOTSTRAPPING WITH FRIENDS AND FAMILY FUNDS**

Our second iteration was also built entirely in Drupal, but this time we had skilled Drupal hackers rebuilding the jaws of Stroome with brand-new implants. In the middle of the process, however, our designer disappeared. My partner, Tom Grasty, who has an excellent eye and is deft at design, tried to step in. I worked through the flow on every page with him, and we put together some initial mockups.

Coding began to be structured on those pages, but at a certain moment, we realized it just wasn't right. While we had moved the site forward on many levels, it became clear we needed a fresh eye, and it had to be from someone who was willing to take on the tough challenge of window-dressing the code instead of starting the other way around. Plus, all of this had to be done on that bootstrapped budget. Tempers sometimes flared under the pressure of little time and thin wallets as we tried to get up and running by the time we were heading to Boston to receive our Knight News Challenge award. Yet when this iteration launched, to our delight and astonishment, we started to attract users from around the globe.

### **ITERATION THREE: KNIGHT FOUNDATION WINNERS**

Winning a Knight News Challenge grant comes with that apocryphal Spiderman moment: great responsibility. We decided to take a deep breath and really consider what our users liked and hated about the site. We also wanted to deeply review and remedy all of the broken functionality and flow. We hired a top L.A. house specializing in design and user experience to partner with us, and we held focus groups, came up with SWOT documentation, decided on a new logo, argued over the steps to collaboration, and ultimately found short cuts to make participation and sharing more intuitive.

Crucially we also recognized that Drupal was not the ideal choice for Stroome. There were too many complex moving pieces for Drupal's independent modules to connect elegantly. We agreed to start from scratch using Ruby on Rails.

Next, we turned to the Singapore-based Favorite Medium to do the coding. With the unexpected opportunity to relaunch at TEDxUSC, Favorite Medium had to agree to get a basic version of the site up in less than a month. Just a few weeks ago, the final version went up, and bugs have been minimal. In fact, our analytics now show we have users from 80 different countries -- without a marketing budget.

### **CONTINUED TWEAKS**

Yet the maintenance and the tweaks continue. A power outage in Fremont, Calif., this past week very briefly took Stroome down with it. It was painful but informative -- a tiny bit of code, that little missing jigsaw piece, had sucked Stroome into a 404 black hole. It won't happen again, but something else will, no doubt.

As we consider where to go now, we have a new vision, one to make Stroome a robust member of the web's video future. While the coding may be the most ambitious challenge yet, it in fact pales in audaciousness compared with the first iteration. Who would be crazy enough to think that something as complicated as Stroome could be launched on 10K? Let it be an inspiration ... then iterate, iterate, iterate.

## Anexo 7: Páginas iniciais de Stroome

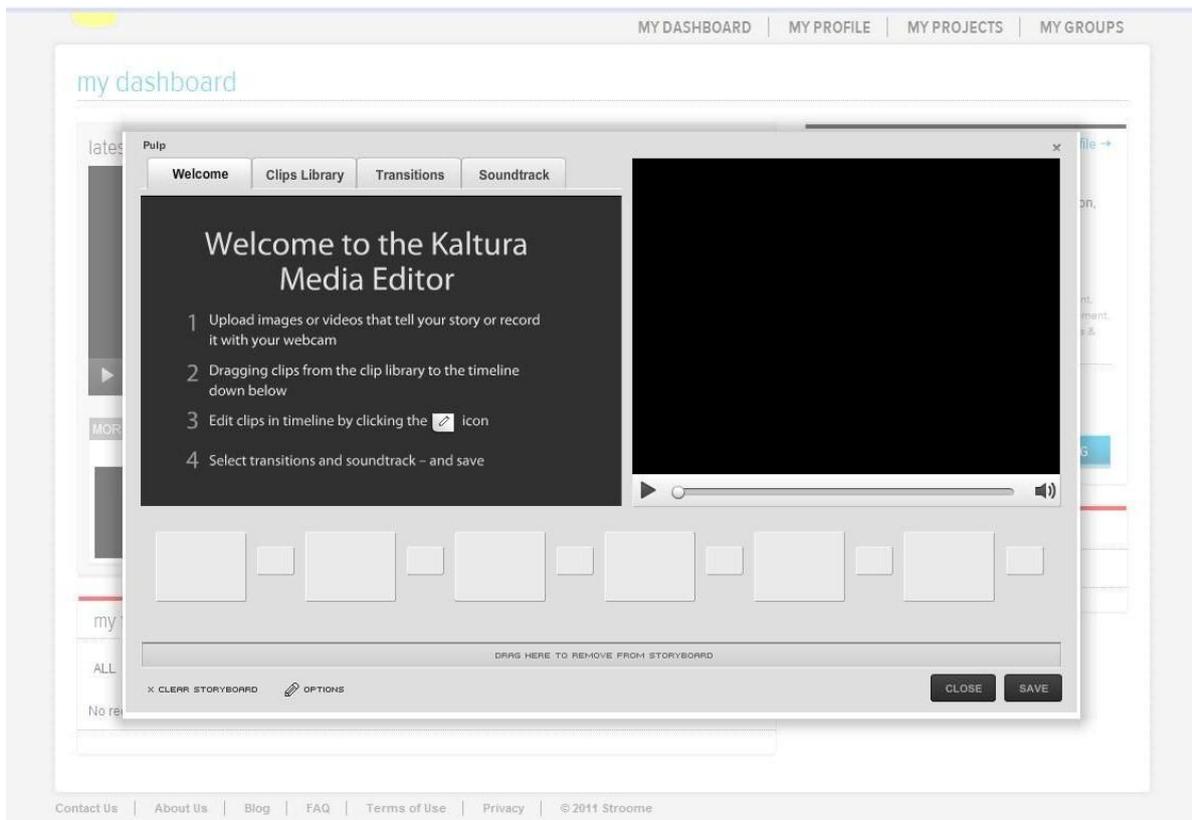


Página inicial de Stroome desde Abril de 2010 a Abril 2011

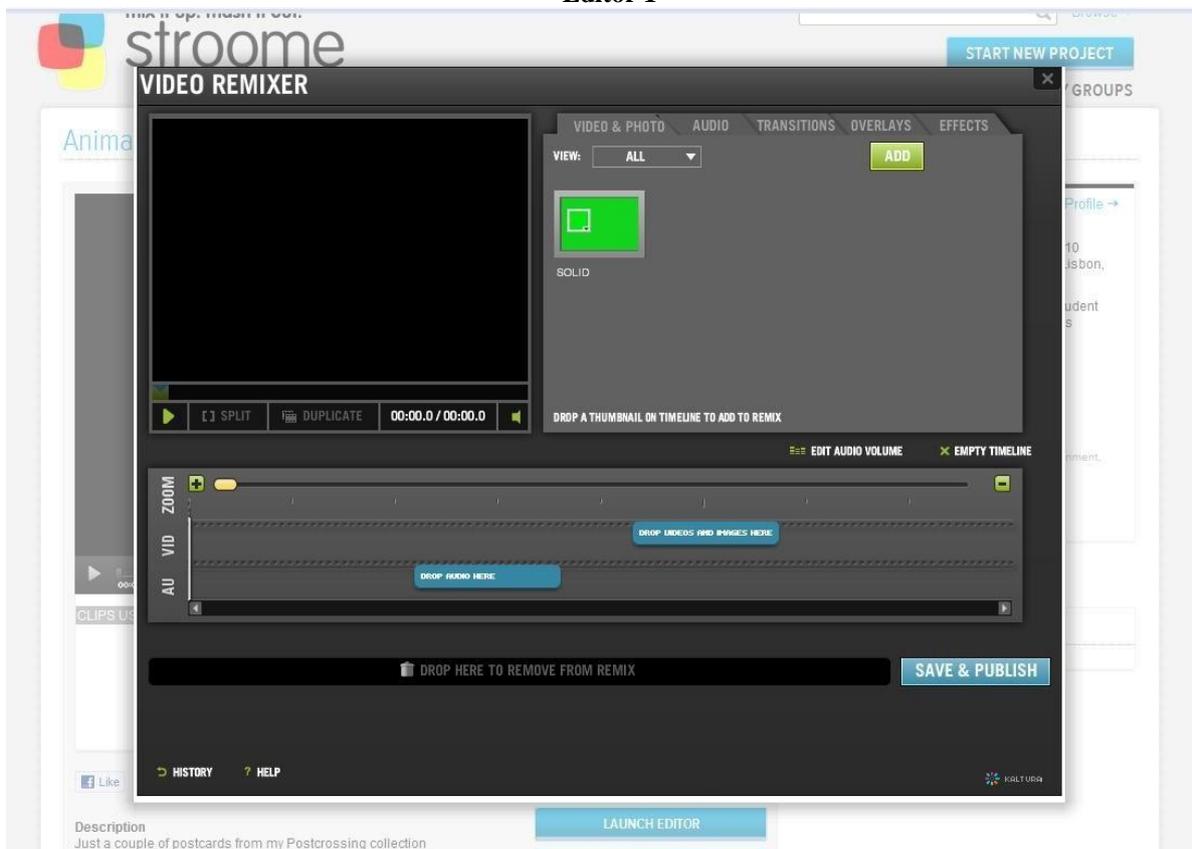


Página inicial de Stroome desde Abril de 2011 até à actualidade

## Anexo 8: Editores de vídeo de Stroome



Editor 1



Editor 2

## Anexo 9: Curriculum Vitae

### DADOS PESSOAIS

Nome	Peres, Sara
Morada	Rua Belo Marques, 5C, 2.º C 1450-409 Lisboa – portugal
Telefone	003 51 966 914 780
E-mail	saraperes@sapo.pt
Nacionalidade	Portuguesa
Data de Nascimento	[ 28 Maio 1985 ]

### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- Duração *De Fevereiro 2011 até Julho 2011*
  - Nome Booktailors – Consultores Editoriais
- Tipo de empresa Consultoria e formação
  - Cargo Colaboradora
- Principais funções e responsabilidades Redacção de textos para o Blogtailors, comunicação do I Festival Literário da Madeira e da 37.ª edição da Festa do Livro do Funchal
  
- Duração *De Junho 2009 até Janeiro 2011*
  - Nome Media XXI (Formalpress)
- Tipo de empresa Consultadoria, investigação e edição
  - Cargo Junior researcher
- Principais funções e responsabilidades Investigação, realização de actividades empíricas e coordenação de projectos diversos, nomeadamente: “Estudo de Impacto dos Incentivos Directos Concedidos pelo Estado aos Órgãos de Comunicação Social Regional e Local” (parceria FCSH-UNL para GMCS); “A Imprensa Local e Regional em Portugal” (ERC); “Categorias Profissionais e Profissões nos Meios de Comunicação Social” (GMCS); “Mulheres e Media: competências, desenvolvimento profissional e equidade” (GMCS); Participação na emma Summer School Lisbon 2009
  
- Duração *Julho 2009*
  - Nome LIV
- Tipo de empresa Volvo lifestyle magazine
  - Cargo Colaboradora
- Principais funções e responsabilidades Repórter
  
- Duração *De Setembro 2008 a Janeiro 2009*
  - Nome Região do Castelo
- Tipo de empresa Semanário regional
  - Cargo Chefe de redacção e jornalista
- Principais funções e responsabilidades Repórter e coordenadora da edição
  
- Duração *De Setembro 2007 a Abril 2008*
  - Nome Jornal Tribuna de Macau
- Tipo de empresa Jornal diário
  - Cargo Estagiária
- Principais funções e responsabilidades Repórter

- Duração *Março 2008*
- Nome *Via Latina*
- Tipo de empresa *Revista universitária*
- Cargo *Colaboradora*
- Principais funções e responsabilidades *Contribuição com um conto*
  
- Duração *Junho 2007*
- Nome *Revista 365*
- Tipo de empresa *Revista trimestral de escrita de ficção*
- Cargo *Colaboradora*
- Principais funções e responsabilidades *Contribuição com um conto*
  
- Duração *Maio 2007*
- Nome *Cadernos de Jornalismo*
- Tipo de empresa *Revista universitária*
- Cargo *Colaboradora*
- Principais funções e responsabilidades *Repórter e revisora de texto*
  
- Duração *Outubro 2006*
- Nome *A Cabra*
- Tipo de empresa *Jornal universitário*
- Cargo *Colaboradora*
- Principais funções e responsabilidades *Repórter*

## **FORMAÇÃO ACADÉMICA E PROFISSIONAL**

- Início *Setembro 2009*
- Instituição de ensino *ISCTE-IUL*
- Designação do curso *Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação*
- Grau académico *Mestrado*
  
- Duração *Setembro 2005 a Janeiro 2006*
- Instituição de ensino *Università degli Studi di Firenze, Facoltà di Scienze Politiche*
- Designação do curso *Media e Giornalismo*
- Grau académico *Licenciatura (Programa Erasmus)*
  
- Duração *Setembro 2003 a Setembro 2008*
- Instituição de ensino *Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras*
- Designação do curso *Jornalismo*
- Grau académico *Licenciatura*
- Média final *Dezasseis (16) em vinte (20)*

## **COMPETÊNCIAS LINGUÍSTICAS.**

LÍNGUA NATIVA *Português*

OUTRAS LÍNGUAS

• Compreensão escrita  
• Escrita  
• Oralidade

**INGLÊS**  
BOM  
BOM  
BOM

• Compreensão escrita  
• Escrita  
• Oralidade

**ITALIANO**  
BOM  
MÉDIO  
MÉDIO

• Compreensão escrita  
• Escrita  
• Oralidade

**FRANCÊS**  
BOM  
MÉDIO  
MÉDIO

• Compreensão escrita  
• Escrita  
• Oralidade

**ALEMÃO**  
MÉDIO  
FRACO  
FRACO

**COMPETÊNCIA TÉCNICAS** - Conhecimento na óptica do utilizador, nomeadamente em ambiente Windows (Word, Excel, Outlook);

**COMPETÊNCIAS ARTÍSTICAS** - Guionismo;

**CARTA DE CONDUÇÃO** - C – 699769 2

