



Mediações Web 2.0 numa comunidade de Software Livre¹

Frederick M.C. van AMSTEL²
Instituto Faber-Ludens, Curitiba, PR

RESUMO

Pelo paradigma Web 2.0 perpassam mediações econômicas, políticas e culturais. A adaptação ou transformação de Portais Web sob a pressão de gêneros cambiantes deve ser compreendida a partir de tais mediações, sob risco de perder a materialidade social que constrói e faz uso da virtualidade. Através da análise de mediações que constituíram o Portal BrOffice.org, revelamos contradições complexas no desenvolvimento de Portais Web e na expansão de comunidades de Software Livre. Esta análise contribuiu para o processo de reformulação deste portal, orientando a participação dos membros da comunidade no Design de Interação.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias Digitais; Design de Interação; Portais Web; Cultura.

1. Introdução

A partir de meados do século XXI, *websites* colaborativos que permitem a criação, publicação e distribuição de conteúdo gerado pelos próprios usuários alcançaram massa crítica para se tornarem referência na World Wide Web. Nestes *websites*, a interação entre os participantes é incentivada no sentido de qualificar, filtrar e classificar os conteúdos dos demais, tornando a produção e uso entrelaçados. Em alguns *websites* é possível até mesmo a meta-colaboração, ou seja, a construção coletiva da infra-estrutura compartilhada. Isto costuma ser feito de forma indireta através de fóruns de discussões ou de forma direta através da abertura dos códigos de programação licenciados pelos critérios do Software Livre (STALLMAN, 1999).

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Fundador do Instituto Faber-Ludens de Design de Interação, Mestre em Tecnologia pela UTFPR e Bacharel em Comunicação pela UFPR, email: fred@usabilidoido.com.br.



O modelo de participação massiva já afeta negócios baseados na restrição da participação, como indústrias de *software* e complexos de mídia tradicionais. Algumas empresas decidiram adaptar ou criar novos modelos para competir neste nicho, lançando ou abrindo códigos de *software* e canais de participação na mídia. Sintetizando estas estratégias de participação e ligando a outras tendências tecnológicas, Tim O'REILLY (2005) cria o termo “Web 2.0” para agrupar uma série de princípios e práticas difundidos por *websites* que estariam evoluindo consideravelmente os modos de produção e uso da World Wide Web.

Apesar de ter se tornado uma *buzzword*³, os fenômenos que o termo “Web 2.0” tenta abarcar estão fortemente relacionados. O'REILLY (2005) se dirige ao mercado de tecnologia, mas as tendências que identifica não se manifestam exclusivamente nesta área da sociedade. Na verdade, fazem parte de movimentações sociais de maiores proporções. Na Economia, URRUTIA (2008) observa que a circulação do capital por redes distribuídas (como a Internet) torna o processo ainda mais volátil e adaptável do que pelas redes descentralizadas (como as bolsas de valores). Nas redes, o valor de um negócio é proporcional à possibilidade de conexões que ele pode fazer com outros negócios, por isso, faz todo o sentido abrir portas de entrada e saída de dados e oferecer recursos para que estes sejam recombina⁴. Por outro lado, estas mesmas redes distribuídas estão sendo usadas por ativistas para promover mudanças políticas, articulando novos modos de enfrentamento e cooptação na esfera pública (UGARTE, 2008).

Este artigo traça uma breve história de produção e uso do portal BrOffice.org⁵ por sua comunidade (usuários e desenvolvedores da versão português brasileiro do OpenOffice.org, uma suíte de aplicativos de escritório baseada em Software Livre), focalizando na constituição conflitiva do portal frente aos desafios do paradigma “Web 2.0”. O objetivo deste levantamento era, originalmente, aproximar o autor das práticas

³*Buzzword* é como o mercado de tecnologia se refere a termos que se tornam imprecisos ou vazios pelo uso indiscriminado e/ou com intenções de vender conceitos para o mercado. *Buzzwords* costumam ser usadas para tangibilizar discussões sobre tendências e, assim como elas, são rapidamente substituídas por novas.

⁴Nas discussões sobre “Web 2.0” são frequentemente recomendados padrões abertos para troca de dados, tais como XML, RDF, RSS e outros desenvolvidos pelo World Wide Web Consortium.

⁵<<http://www.broffice.org>>



da comunidade visando adequar sua participação nas dinâmicas de produção e uso do portal. O autor havia sido convidado pela comunidade a participar da reestruturação do portal e, segundo os referenciais adotados para a prática de Design de Interação⁶, o respeito pelas práticas correntes de uso de sistemas é essencial para promover avanços que não sejam apenas técnicos, mas que incluam também outras aspirações sociais. Com esse intuito, descrevemos mediações que permeiam o portal em questão, tal como recomenda Jesus Martín-Barbero (MARTÍN-BARBERO, 1997) na análise de processos de comunicação. As referências para esta incursão foram coletadas através de informações disponíveis em seu portal, por meio de reuniões e entrevistas com membros da comunidade e pela consulta ao Archive.org, que armazena cópias de *websites* para consulta posterior.

Este trabalho situa-se, portanto, em prováveis intersecções entre Comunicação, Tecnologia e Design.

2. Apresentação da Comunidade

BrOffice.org é o nome da comunidade de língua nativa Português do Brasil da OpenOffice.org. Apesar de se tratar do mesmo software, a comunidade não pode usar o nome OpenOffice.org no Brasil, devido ao registro prévio da marca por uma empresa que não permite seu uso neste contexto. A comunidade criou, portanto, a marca BrOffice.org e fundou uma ONG para defender seus interesses.

Além de manter a tradução da suíte para sua língua, a comunidade brasileira possui projetos próprios — em sua maioria, acessórios para incrementar seu uso — e disponibiliza serviços para usuários através de seu *website* e outros canais pela Internet. A comunidade é formada por voluntários de várias regiões do país e se organiza por listas de discussões por email, ferramentas de bate-papo, áudio e videoconferência, páginas *web* e eventuais reuniões presenciais. O *website* funciona como um guia para acessar estes diferentes pontos de encontro, bem como oferecer os resultados da

⁶Design de Interação é a proposta do Design para lidar com os desafios de projetos de Tecnologia da Informação (LÖWGREN E STOLTERMAN, 2004). Dentro desta área, existem diferentes correntes metodológicas, sendo que este trabalho emprega a do Design Participativo (SCHULER E NAMIOKA, 1993), que promove a participação de usuários durante todo o projeto.



produção da comunidade a quaisquer interessados, por isso a comunidade o chama de Portal BrOffice.org.

O modelo de produção predominante na comunidade é o chamado “bazar” (RAYMOND, 2001), caracterizado pela estrutura de poder horizontalizada, colaboração e auto-iniciativa. Qualquer pessoa pode voluntariar-se a começar novos projetos ou contribuir para projetos existentes, participando ativamente de decisões estratégicas dos projetos, porém, o peso de uma contribuição para a tomada de decisão na comunidade depende de vários fatores:

- a) habilidade para especificar suas contribuições na linguagem técnica da comunidade;
- b) histórico de contribuições — o que a comunidade chama de “meritocracia”;
- c) urgência da proposição em relação a objetivos atuais e atividades da comunidade;
- d) disponibilidade de pessoal para executar a sugestão — o principal fator limitante segundo a comunidade.

3. Origens

O primeiro *website* da comunidade surge em 2002, quando é oficializada a iniciativa de voluntários a adaptar o OpenOffice.org para o português do Brasil. Inicialmente, tratava-se de uma página apresentando a iniciativa e conclamando novos voluntários (Figura 1), hospedada dentro do portal internacional, no domínio próprio da língua nativa⁷. Nesse primeiro *website* já se pode notar a expressão de identidade nacional do projeto na referência à bandeira brasileira e cor verde no menu lateral. A identidade não está associada ao produto, que seria o mesmo, mas sim às atividades do grupo de voluntários que se propunha a — além de traduzir o software — documentar suas funcionalidades em português, manter suas próprias compilações, aperfeiçoar as ferramentas e divulgar o produto.

⁷<<http://br-pt.openoffice.org>>



Figura 1: Projeto de língua nativa brasileira em 2002

No ano seguinte, o *website* mantinha o mesmo padrão, mas o menu havia recebido novos itens referentes aos objetivos acima. A seção de projetos foi desmembrada em três: L10N, Lang/Br e Desenvolvimento. Como se pode notar por tais denominações, a linguagem utilizada no website é predominantemente técnica. Timidamente, aparece uma seção intitulada “Últimas notícias” com as novidades dos projetos. Além da lista de discussão, surgem dois novos espaços de interação: o banco de dúvidas (Rau-tu) e o canal do IRC.

4. Unidade na diversidade

Em 2005, o *website* muda radicalmente. Rompendo com o novo padrão do *website* internacional — o entorno dos cantos esquerdo e superior, esta versão enfatiza ainda mais a identidade nacional, agora reconhecida não como uma unidade integradora — a bandeira nacional, mas como a união de partes diversas através de imagens representativas de diferentes regiões do país (Figura 2). A marca internacional é reproduzida com algumas alterações, visando contextualizar o projeto na realidade brasileira. As gaivotas esverdeadas fazem a ligação com as cores da bandeira brasileira, o pingüim é o mascote do Linux — projeto de Software Livre mais conhecido na época — e o “org.br” ao final da marca denota a regra de nomeação de domínios de Internet brasileiros para organizações de terceiro setor. A linguagem ao longo do *website* torna-se menos técnica e mais próxima do vocabulário coloquial, com o objetivo de permitir que pessoas que não tenham conhecimento técnico nessa área possam também



contribuir e fazer parte da comunidade. As notícias ganham destaque na primeira página e uma página dedicada à elas, permitindo um acompanhamento global do projeto.



Figura 2: Projeto de língua nativa brasileira em 2005

5. Portal próprio

Desde 2004, a comunidade enfrentava problemas jurídicos com o uso da marca OpenOffice.org no Brasil. Uma empresa havia registrado a marca Open Office no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual em 1998 — quando ainda nem existia o projeto OpenOffice.org internacional — e queria processar a Sun Microsystems e a comunidade OpenOffice.org brasileira pelo uso indevido de sua marca no Brasil. Para evitar maiores problemas, a comunidade decidiu deixar de usar a marca OpenOffice.org e criar uma nova: BrOffice.org. Para garantir os direitos legais de uso da marca, criaram também a ONG BrOffice.org Projeto Brasil. Como parte da tática⁸, a comunidade lança, imediatamente, um novo *website*, funcionando independentemente do projeto internacional: o Portal BrOffice.org. Ao resolver o problema jurídico, a comunidade ganha também pretexto para ter maior liberdade em relação ao projeto internacional. O portal adota uma estrutura completamente diferente das anteriores, muito influenciada pelas características do modelo padrão do sistema gerenciador de conteúdo

⁸A comunidade redefiniu sua identidade não por uma estratégia de marca, como é tradicionalmente feito por departamentos de marketing de empresas como a própria Sun Microsystems, mas por uma tática de reação à uma situação emergencial. Sobre a diferença entre estratégia e tática no cotidiano, vide DE CERTEAU (1994, pág. 27).



Drupal,⁹ um *software* usado para atualizar dinamicamente portais Web através de interfaces integradas.

6. Web 2.0: um novo gênero?

Após a implementação do sistema gerenciador de conteúdo, o portal passa a ter algumas das características “Web 2.0” identificadas por O’REILLY (2005), como “conteúdo gerado pelo usuário” e mecanismos de visibilidade baseados na “popularidade”. O sistema gerenciador de conteúdo utilizado também é um projeto de Software Livre que se desenvolve de forma similar ao OpenOffice.org. Sua proposta é oferecer um meio para a publicação e organização de grandes massas de conteúdo criadas em comunidades. As estruturas de navegação e organização fornecidas pelo Drupal combinam modelos adotados pelo portal Slashdot — o primeiro exemplo de portal com milhares de colaboradores voluntários — e pelos diferentes *blogs* disponíveis na rede. Estes, por sua vez, combinam elementos de jornais *online* e impressos e diários pessoais. Cada qual, porém, implica num modo de escrita e leitura parecido, mas diferente. Enquanto o jornal impresso e o diário são escritos e publicados uma vez por dia, o jornal *online* e o *blog* podem ser atualizados várias vezes ao dia; enquanto o jornal pode ser lido em qualquer lugar do lar ou da rua, o jornal *online* é lido no computador do trabalho ou da casa; enquanto no primeiro as pessoas ao redor podem dar uma espiada no que se lê, no segundo elas podem saber precisamente quantas pessoas acessaram o que é lido.

Entre os modos de escrita e os modos de leitura, medeiam os gêneros, constituídos de estratégias de comunicabilidade de uma determinada cultura (MARTÍN-BARBERO, 1997, pág.303). Poderia se argumentar, dentro de uma visão determinista de gênero, que o sistema gerenciador de conteúdo implantado no portal condicionou suas estruturas de produção e de recepção, obrigando os colaboradores a publicar suas contribuições no formato de notícias e aos leitores a voltarem sempre ao portal para acompanhar as novidades, ou, em última análise, que o sistema gerenciador de conteúdo seria o único responsável pela elevação do Portal ao paradigma “Web 2.0”. Porém, se percebemos os gêneros como categorias moveidças, articuladas tanto na produção quanto na recepção como competências comunicativas, a própria noção de portal como

⁹Disponível em <www.drupal.org>



um novo gênero não se sustenta. As competências de escrita/leitura, o gênero, que compõe o portal já estavam ativas antes de sua implementação, se bem que este permitiu que estas se manifestassem e desenvolvessem em um ou outro aspecto. Em relação ao paradigma “Web 2.0”, pode-se dizer que o sistema gerenciador de conteúdo permitiu articular a participação na comunidade de modo mais abrangente: ao mesmo tempo em que representava a participação direta dos membros da comunidade, permitia a participação indireta de leitores que estavam apenas interessados em acompanhar as últimas notícias sobre BrOffice.org e Software Livre e que, muito embora não conscientes disto, estavam agendando a produção de conteúdo pelo volume de seus acessos.

7. Contra-hegemonia contraditória

Em meados de 2007, o portal estava recebendo mais acessos, devido, principalmente à publicação regular de notícias, se tornando uma das referências nacionais em Software Livre. Porém, o coordenador da comunidade acreditava que não estava sendo explorada a visibilidade que o projeto tinha para desenvolver a comunidade. Então, iniciou-se mais um processo de reformulação, desta vez com ajuda externa, convocando conhecidos que trabalhavam especificamente com projetos de *websites* e que não eram necessariamente programadores. Estes formaram a EquipeWeb, responsável por definir os parâmetros da reformulação e documentá-los no *wiki* da comunidade¹⁰. Nesta ocasião, foram apontados problemas como elementos visuais e animações que poluem visualmente a página, inflexibilidade de ajuste a monitores de baixa resolução, espaços privilegiados em branco (“latifúndios”) e informações importantes enterradas em páginas secundárias.

Os objetivos da reformulação foram, então assim propostos na *wiki*¹¹:

ter um portal agradável a usuários finais e corporativos. o usuário final (nós), precisa se sentir em casa... "fun"... mas ao mesmo tempo, tem que manter uma postura consistente, para transparecer leveza, mas consistência, para o corporativo; é preciso que o portal

¹⁰*wiki* é um formato de texto que pode ser escrito por múltiplas pessoas, preservando as contribuições individuais. O *wiki* da comunidade está disponível em <http://wiki.broffice.org>

¹¹Disponível em <<http://wiki.broffice.org/wiki/EquipeWeb>> Acesso em 14/11/2008



seja o melhor organizado possível, tentando levantar os problemas de usabilidade, clareza, leveza e acesso dele.

Nesta definição parece haver contradições. Porque usuários corporativos não seriam usuários finais? Pois bem, a comunidade acredita que existe um perfil de usuário do portal que lhe é crucial: o administrador de tecnologia da informação de uma organização, o qual decide ou influencia sobre a implantação de sistemas para uma ampla gama de membros da organização. No Brasil, o BrOffice.org, assim como outros aplicativos livres, tem sido implantado verticalmente em diversas repartições públicas como forma de reduzir custos, sem considerar as dificuldades que os usuários finais teriam na transição.

Apesar da comunidade enfatizar a importância de incluir treinamento na migração e até mesmo oferecer serviços de ajuda gratuitos para usuários vítimas de migrações não avisadas — executadas da noite para o dia para evitar retaliações, ainda assim ela incentiva e comemora quando acontecem tais migrações, pois acreditam que o Software Livre é melhor para o país não só porque evita a fuga de bilhões de dólares gastos com licenças de *software* proprietários, mas porque permite o desenvolvimento localizado e adaptação dos sistemas. Os grupos regionais de usuários costumam acompanhar as licitações abertas e, eventualmente, move ações para impetrá-las, visando promover a implantação do BrOffice.org.

A comunidade passa, portanto, por um momento de expansão acelerada: de um *software* usado apenas por um grupo de tradutores voluntários a *software* livre mais usado no Brasil — com 10 milhões de usuários, segundo a comunidade. Nesse processo de reviravolta, os valores de liberdade que defendiam foram relativizados, sinal de que talvez a prioridade não seja transformar radicalmente as estruturas de poder, podendo até mesmo se aproveitar das mesmas para expandir-se. Muitos membros que colaboram hoje com o projeto entraram pela via da implantação vertical, procurando ajuda. Porém, não resolveram colaborar porque foram obrigados ou incentivados pela organização e sim porque se sentiram inspirados pelos gestos de solidariedade de outros membros da comunidade.

A contradição entre a sede pela hegemonia e o dever da solidariedade foi também motivo de mudança no portal, pois este valorizava mais esta segunda intenção.



A comunidade queria um portal que representasse bem sua comunidade, mas que tivesse uma identidade similar à de *websites* comerciais, como os de empresas lucrativas. Foram usados como exemplos para discussão, os *websites* da IBM, Skype e até mesmo da Microsoft, considerada pela comunidade como o principal concorrente na produção de suítes de *software* de escritório. Pela mimese das expressões comerciais, a comunidade pretende atrair novos usuários e difundir suas práticas e valores.

8. O peso da virtualidade

Alguns membros da EquipeWeb, entretanto, não puderam permanecer no processo até o final e, por isso, o novo *layout* lançado ainda em 2007 (Figura 3) manteve praticamente a mesma estrutura de navegação e disposição de informações.



Figura 3: Portal BrOffice.org em 2007

Ganharam destaque, porém, os sinais da sustentação material da comunidade, através do pedido de doações e exposição de empresas patrocinadoras. A maior parte dos valores arrecadados pela ONG são destinados à manutenção e expansão dos computadores servidores que disponibilizam a transferência dos aplicativos da comunidade pela Internet. Estes computadores ficam ligados à Internet 24 horas por dia servindo os arquivos solicitados, porém, quando há sobrecarga de acessos, eles travam



ou reiniciam, interrompendo o acesso ao portal completamente. Segundo a comunidade, a infra-estrutura disponível no momento da escrita desse texto não é suficiente para atender à demanda, por isso as interrupções acontecem quase que diariamente.

O envolvimento da comunidade não se dá apenas no nível abstrato do *software* ou da virtualidade, mas também inclui o suporte material que o sustenta, entretanto, poucos são os membros que percebem esta dimensão, ou por falta de interesse no assunto ou por falta de conhecimento técnico para compreendê-lo. Segundo os registros de acesso, a maior parte das pessoas entra no portal somente para transferir o *software*, ignorando as páginas que descrevem quem faz o *software*, quais são os custos que isso tem e como pode-se contribuir. Não se pode censurar estas pessoas, já que a própria rede e o Software Livre estão imersos nesse “regime de imaterialidade” que, escondendo a dimensão material do consumo, está “fazendo-nos esquecer de que nosso mundo está a ponto de naufragar sob o peso e a estrutura do lixo acumulado pelo processo de produção das técnicas” (MARTÍN-BARBERO, 2004, pág.264).

9. Identidade local na comunidade global

Segundo VIRILIO, 1998, o desprezo pela matéria está ligado à predominância do tempo sobre o espaço nos processos de globalização e transnacionalização. Para o capital, não importa onde ele está, mas sim quão rápido ele pode circular e se multiplicar. Daí vem a obsolescência programada do *software*, produtos, estilos de vida e valores culturais. “O que preocupa o capitalismo, de forma predominante, é a produção de signos e imagens” e, portanto “a competição se centra na construção de imagens.” (HARVEY, 1989, pág.288) Embora a ONG BrOffice.org Projeto Brasil seja uma entidade sem fins lucrativos, os produtos da comunidade são definidos pelos mesmos critérios de competitividade de empresas com fins lucrativos e, apesar de ter sido impulsionada pela imposição jurídica, a criação da identidade visual própria foi delineada com a intenção de representar tanto as aspirações de reconhecimento no mercado quanto a identificação dos membros da comunidade.¹²

MARTÍN-BARBERO (2004, pág. 267) não concorda com VIRILIO (1998) que a reestruturação do espaço signifique sua desvalorização em relação ao tempo, mas

¹²Disponível em http://www.broffice.org/broo_a_marca



acredita no paradoxo de que quanto menos irrelevante são as barreiras geográficas para o capital, mais ele exige que os lugares se esforcem por diferenciar-se, apresentando vantagens para atraí-lo. “A identidade local é assim levada a se transformar em uma representação da diferença que possa fazê-la comercializável, ou seja, submetida ao turbilhão das colagens e hibridações que impõe o mercado.” (MARTÍN-BARBERO, pág.268) A marca do Projeto BrOffice.org, constituída a partir da hibridação da marca global OpenOffice.org com características locais, é exemplo claro de tal fenômeno, porém, é única dentre as comunidades de língua nativa do projeto internacional. Quando a comunidade brasileira precisou incorporar sua marca no código oficial do OpenOffice.org, foi barrada pela comunidade internacional, que questionava a excessiva diferenciação da marca brasileira. A marca brasileira havia sido composta com a tipografia Humanist, enquanto a marca internacional havia sido composta com a tipografia Frutiger. Ambas são tipografias proprietárias, cujo uso comercial depende da compra da fonte. Como a Sun Microsystems havia comprado a fonte Frutiger para gerar a marca OpenOffice.org, a marca BrOffice.org foi reconstituída com a fonte Frutiger, porém, a comunidade brasileira teve que se comprometer a futuramente alterar a marca para torná-la mais parecida à marca internacional, algo que não foi feito até o momento por falta de pessoal disponível, segundo a comunidade.

A questão da identidade é central para uma comunidade. Como observa HALL (2002), a identidade cultural se justifica pela diferença, porém, na modernidade tardia, os movimentos sociais procuram afirmar publicamente suas diferenças somente para serem reconhecidos e incluídos nos processos globalizadores ou transnacionais. No encontro com as culturas dominantes, porém, as diferenças afirmadas podem não ser aceitas e motivar conflitos étnicos. No caso da comunidade BrOffice.org, além do conflito com o próprio projeto internacional, existe a desconfiança dos que desconhecem sua história. A comunidade relata que algumas pessoas preferem instalar o OpenOffice.org internacional e depois instalar apenas o pacote de tradução do que baixar direto a compilação traduzida do Broffice.org, ocasionalmente supondo que seria um *fork*¹³. Também os autores estrangeiros de distribuições de sistemas operacionais

¹³*fork* é o termo utilizado nas comunidades de Software Livre para determinar um grupo de pessoas que participavam de um projeto e que, a partir de um determinado momento, desvincularam-se do projeto inicial para fazer sua própria versão do projeto, aproveitando parte do código original. Os *forks* não são



livres preferem incluir o OpenOffice.org em seus pacotes mesmo quando distribuem para o mercado brasileiro.

10. Design Participativo

Alguns meses após o lançamento da versão 2007 do Portal BrOffice.org, uma empresa especializada no desenvolvimento de *websites* se voluntariou à comunidade. O coordenador da comunidade direcionou a empresa ao desenvolvimento de um novo portal, mas resolveu convidar também o autor deste texto para participar após encontrar um artigo publicado em seu *blog* em que o autor se disponibilizava a ajudar quem quisesse aprender sobre reformulações de portais¹⁴. O autor, por sua vez, estendeu o convite ao instituto de pesquisas do qual faz parte, que entrou no projeto com o objetivo também de obter visibilidade pelo trabalho, mas principalmente para desenvolver sua pesquisa. A nova EquipeWeb foi formada, então, pelo coordenador da comunidade, pela empresa voluntária — que se responsabilizou pelo desenvolvimento e *design* gráfico — e pelo instituto de pesquisas — que se responsabilizou pela pesquisa e planejamento da estrutura de acesso à informação. Foi a partir daí que iniciou-se a participação efetiva com a comunidade.

O portal foi reformulado sob a metodologia de Design Participativo (SCHULER E NAMIOKA, 1993) envolvendo membros mais ou menos integrados à comunidade. Para lidar com a dispersão geográfica dos participantes, foram usadas ferramentas de comunicação pela Internet para suportar diversas atividades projetuais. A síntese das discussões levou a uma nova estratégia de apresentação dos produtos da comunidade — enfatizando seus benefícios práticos — e no tratamento dos usuários, que teriam acesso mais fácil aos serviços disponibilizados. Com base nas discussões, foram elaborados modelos para o desenvolvimento do novo portal.

A proposta foi aceita pela comunidade e encaminhada para S.Toledo dar prosseguimento na implementação. Neste ponto do projeto, encerrou-se a participação

reconhecidos pelo projeto original, tal como o NeoOffice, uma transposição não-oficial do OpenOffice.org para a plataforma MacOS X. A comunidade BrOffice.org faz questão de afirmar que não são *fork*.

¹⁴Arquitetura da Informação comparada. Disponível em

<http://www.usabilidoido.com.br/arquitetura_da_informacao_comparada.html>



aberta devido à preocupação da EquipeWeb com possíveis reações indesejáveis de concorrentes do BrOffice.org. Os membros da comunidade acreditam que a suíte que disponibilizam livremente tem conquistado mercados antes dominados por grandes indústrias de *software* proprietário, como, por exemplo, o setor governamental. Os concorrentes poderiam se aproveitar das informações disponibilizadas para adiantar sua reação a novidades introduzidas, logo, não valeria a pena correr o risco com a participação aberta.

O processo aqui descrito ocorreu entre os meses de dezembro de 2007 e agosto de 2008 e, desde então, encontra-se em fase de implementação. Uma descrição exaustiva do processo encontra-se na dissertação do autor (AMSTEL, 2008).

11. Considerações Finais

A constituição conflitiva de um meio de comunicação — como é o Portal BrOffice.org — precisa ser abordada por diferentes perspectivas e disciplinas, mas, para que seja viável na prática corrente, é preciso que hajam elementos em comum entre elas. Dentre as visões de Comunicação, Tecnologia e Design citadas ao longo do artigo, conseguimos distinguir a dimensão da Cultura como sendo fundamental para a compreensão de processos sociotécnicos. Tomando a Cultura como referência dinâmica — e não estável, as questões políticas, sociais, comunicativas e técnicas que envolvem os processos de produção e de uso de artefatos são abordadas como numa rede recombinate de práticas e significados. Como já se discutiu em Design de Interação (LÖWGREN E STOLTERMAN, 2004), os processos que ocorrem no interior da rede não podem ser linearizados, sob risco de perda de vínculo com a realidade. As ligações entre os nós não se dão apenas na abstração, como entre a identidade do Projeto BrOffice.org e a identidade nacional brasileira, mas inegavelmente concreta, como entre as ações para impetrar licitações vencidas por *software* proprietário e as estruturas de suporte solidário a vítimas de migrações. Estas relações não são estáveis nem deterministas, sendo melhor caracterizadas pela contradição.

Em projetos futuros pretendemos explorar sistematicamente o mapa de mediações traçado por MARTÍN-BARBERO (1997) para trabalhar em conjunto as relações entre comunicação, cultura e política no Design de Interação.



REFERÊNCIAS

AMSTEL, Frederick van. **Das Interfaces às Interações: design participativo do Portal BrOffice.org**. Curitiba, 2008. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) - Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, UTFPR.

DE CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DPA, 2002.

HARVEY, David. **The Condition of Postmodernity**. Cambridge: Basil Blackwell, 1989.

LÖWGREN, Jonas; STOLTERMAN, Eric. **Thoughtful Interaction Design: A Design Perspective On Information Technology**. Cambridge: MIT Press, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0**, 2005. Disponível em:

<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>

RAYMOND, Eric. **The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2001.

STALLMAN, Richard. **Open Sources: Voices from the Open Source Revolution**. O'Reilly Media, Sebastopol, 1999.

UGARTE, David de. **O Poder das Redes**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

URRUTIA, Juan. **El capitalismo que viene**. Barcelona: Ediciones del Cobre, 2008.

VIRILIO, Paul. **Estética de la desaparición**. Madri: Anagrama, 1988.