

A Internet é a grande universidade aberta

Arrancaram quase ao mesmo tempo dois grandes projetos universitários nos Estados Unidos para oferecer cursos gratuitos pela Internet. Em meados de abril, as universidades de Princeton, Stanford, Michigan e Pensilvânia anunciaram uma aliança para oferecer cursos gratuitos pela Internet através da Coursera, uma *web* criada pela empresa do mesmo nome. No início de maio, a universidade de Harvard e o MIT deram a conhecer um novo projeto comum, a edX, para fazer o mesmo.

Estas iniciativas não se limitam a disponibilizar aulas gravadas ou materiais de estudo, como muitos outros sítios na rede, especialmente o maior de todos, o OpenCourseWare (OCW), promovido e mantido pelo MIT. Pretendem oferecer verdadeiros cursos, dirigidos por professores, para completar em determinado número de semanas, com exercícios e exames. Mas são seguidos à distância e a matrícula é gratuita. Aquilo que não dão é título oficial, nem créditos: só um comprovativo da realização do curso.

A Coursera já tem programas ativos. A empresa foi criada pelos autores do sistema que aloja e gere os cursos, dois Professores de informática de Stanford chamados Daphne Koller e Andrew Ng. As quatro universidades que fornecem os cursos investiram nela 16 milhões de dólares.

A edX começará a atividade no próximo outono. É o resultado da adesão de Harvard a um projeto do MIT, a MITx, que funciona desde março passado, de momento com um único curso sobre circuitos e eletrónica. As duas universidades vizinhas entram a meias, tanto no investimento (30 milhões de dólares cada uma), como na gestão e governo da edX. Diversamente da Coursera, a edX não é uma sociedade comercial.

O curso mais popular

Outras universidades, como a Carnegie Mellon, têm programas semelhantes. Mas o de maior sucesso até hoje não é de nenhuma delas, mas de um Professor de Stanford, Sebastian Thrun, que conseguiu recrutar 160.000 alunos de quase todos os países para o seu curso gratuito de inteligência artificial, ministrado de outubro a dezembro do ano passado.

Agora disponibiliza seis cursos de outras matérias na Udacity, a empresa que fundou juntamente com outros dois especialistas em robótica.

Como se vê, as universidades estão a investir no desenvolvimento de cursos gratuitos. Mas esperam recuperar, pelo menos, parte do investimento. Podem vender os seus cursos a outras universidades que queiram adotá-los ou cobrar por alojar nos seus sistemas cursos alheios. Também confiam que o ensino gratuito lhes faça aumentar a fama e lhes traga mais donativos ou matrículas.

O facto de a Coursera ser uma empresa não significa necessariamente que Stanford e os seus sócios pretendam obter lucros. O mesmo se pode dizer da Udacity, financiada com um investimento de um fundo de capital de risco e dinheiro do próprio Thrun. Em ambos os casos procurava-se, mais do que rentabilidade, a maior flexibilidade permitida por uma sociedade comercial, em comparação com uma organização sem fins lucrativos. Mas uma empresa, se os cursos atraírem um grande número de alunos, pode acabar por obter receitas, como os meios de comunicação na Internet ou as redes sociais, cobrando a empresas que queiram procurar, entre os estudantes profissionais, aqueles a quem contratar, ou clientes a quem oferecer produtos.

Motiva menos os alunos

Em todo o caso, o presente entusiasmo pelo ensino gratuito na *web* justifica-se pelo enorme potencial de difusão e pela crescente qualidade dos cursos. Mas estas iniciativas também têm os seus limites. São especialmente adequadas para as línguas e as matérias técnicas, mas não tanto para as humanidades. Como avaliar tantos alunos sem poder dedicar um professor nem sequer para cada milhar? Na edX, a correção de exercícios será automática nos cursos de engenharia; para os de humanidades experimentarão programas que leem linguagem natural e recorrerão a voluntários. Na Coursera, os companheiros corrigem e classificam, com a supervisão final dos professores.

A experiência ensina também que o ensino à distância motiva menos os alunos. Centenas de milhares de pessoas inscrevem-se nos cursos gratuitos, mas só uma pequena parte os termina. A taxa de abandono é muito elevada, adverte Anka Mulder, presidente do OCW Consortium (cfr. "The New York Times", 18-03-2012). Por exemplo, no curso de circuitos e

eletrónica da MITx, que começou em março passado, inscreveram-se 120.000 estudantes e aos exames parciais chegaram 10.000. As universidades pela Internet propriamente ditas, que não são gratuitas e conferem graus, conseguem resultados muito melhores; mas não admitem um número ilimitado de alunos.

Por outro lado, os cursos na Internet proporcionam sobretudo flexibilidade, com maiores possibilidades de personalizar a aprendizagem. Pelo contrário, segundo a opinião geral, algo se perde sem o contacto direto com os professores, e o estudante tem de ser mais autodidata. A *web* torna a informação universalmente acessível, mas isso é apenas o primeiro passo para estudar. Como adverte a própria Mulder, os recursos educativos abertos não servem para tudo. “Não são a educação: são somente conteúdos. Transformam-se em aprendizagem quando existe bom ensino”. A pergunta a fazer, então, é que qualidade pode oferecer o ensino gratuito pela Internet.

Twitter: o que é que faz o pássaro piar

As mensagens no Twitter tendem a ser disparadas quando acontece algum evento significativo como o terramoto e o *tsunami* do Japão a 11 de março de 2011, data em que foram enviados mais de 37 milhões de *tweets* em todo o mundo. Embora não tenham chegado a números tão espetaculares, outros dias de mensagens maciças foram os do Furacão Irene, o de uma goleada do Manchester United ao Arsenal na Premier League, ou quando Beyoncé anunciou que estava grávida em plenos prémios da MTV.

Estas são algumas pistas indicadas pelo diretor gerente do Twitter, Dick Costolo, em São Francisco. Outro fator que movimenta massas no Twitter, segundo uma análise do *blog* The Next Web, são os famosos como Justin Bieber, Stephen Fry, Ashton Kutcher ou Lady Gaga. Mas não se deve confundir Twitter, por exemplo, com Tuenti (rede social para os jovens espanhóis à volta dos 20 – do inglês *twenty* - anos). Os utentes principais do Twitter são pessoas ativas, com 26 a 34 anos.

O futuro do Twitter dependerá, em grande parte, do seu modelo de negócio. Mas a plataforma oferece uma vantagem que não oferecem outras redes sociais: “Não é pegajosa”, explica Douglas Rushkoff, especialista em teoria de meios de comunicação. “Posso escrever *tweets* sem ter de responder a inúmeros *mails* pendentes (...). Posso escrever e não receber”.

Certamente, a afirmação de Rushkoff não leva em conta que o Twitter também tem uma parte de comunidade. Mas a sua ideia é compreensível. Apesar da estreiteza dos 140 caracteres, a liberdade de movimentos que nos permite o Twitter é um ponto importante a favor do crescimento desta rede.

(Fonte: “The Next Web”)

EUA: Descargas piratas suscitam admoestação

As casas discográficas e as distribuidoras cinematográficas dos Estados Unidos conseguiram, por fim, a colaboração dos fornecedores de acesso à Internet (ISP) para travar a pirataria. No seguimento de um acordo, os ISP irão impor penalizações escalonadas, sempre precedidas de advertências, aos seus clientes implicados em descargas ilegais.

O entendimento entre as duas partes é novo. Antes, os proprietários dos direitos reclamavam aos ISP que fechassem a torneira aos piratas. Os ISP respondiam que não lhes cabia vigiar o que faziam os seus clientes com a ligação e que, se havia indícios de atividade delituosa por parte de algum, teriam de avisar um juiz. Em 2003, a RIAA, a associação da indústria discográfica norte-americana, teve uma disputa judicial contra a Verizon para que esta identificasse um seu assinante que estava a partilhar música com *copyright*. Hoje, as distribuidoras abandonaram a via judicial, de que retiraram poucas compensações e a má imagem de vorazes perseguidoras de pessoas comuns (porque os piratas organizados e que lucram com as descargas não são descobertos com facilidade).

Pelo contrário, agora as empresas de conteúdos e os ISP estão no mesmo barco, em grande parte. Nalguns casos, fizeram uma única coisa: por exemplo, a televisão NBC fundiu-se com a empresa de cabo Comcast, o maior ISP dos Estados Unidos. E, de qualquer forma, existe confluência de interesses: a banda larga generalizou-se e, para serem competitivos, aos ISP já não basta dar acesso; necessitam de ser também distribuidores de conteúdos de maior valor, como música e vídeo de pagamento.

Segundo o acordo, os proprietários de conteúdos têm de detetar a atividade ilegal e comunicá-la aos ISP. Estes localizarão o infrator, mas as empresas de conteúdos não lhes dirão quem é. Enviarão um aviso ao cliente pirata para que cesse de descarregar ou partilhar sem licença arquivos com *copyright*. Se não reagir, voltarão a admoestá-lo, até mais cinco vezes, e a cada uma aplicarão uma penalização maior. Ir-lhe-ão baixando a velocidade da ligação e até o poderão impedir de navegar (não usar o correio eletrónico). O acordo especifica que os ISP não são obrigados a rescindir o contrato com o assinante infrator. Por seu turno, podem fazê-lo se ele não respeitar as condições de uso especificadas no contrato, que incluem não aproveitar o serviço para ações ilegais.

Por sua vez, o assinante poderá impugnar as medidas contra ele e apresentar alegações. Terá direito a solicitar uma revisão independente dos dados em que se baseia a “acusação”. Para que os avisos surtam efeito, terá de indicar expressamente ter sido contactado.

De qualquer modo, as duas partes do acordo insistem em que a finalidade das admoestações é educativa. Muitas pessoas, dizem, descarregam ou partilham arquivos ilícitamente sem

saber que fazem algo proibido. Em primeiro lugar, trata-se de as advertir, e a grande maioria deixará de o fazer, ou assim o esperam os subscritores do acordo.

Outros não são tão otimistas. Com este sistema, serão detetados principalmente utentes comuns que partilhem material por meio de programas P2P. Os piratas mais sofisticados e, desde logo, os profissionais, usam sistemas mais difíceis de rastrear. E se se afinar a deteção, inventarão formas melhores de a iludir.

O acordo muito menos convence organizações defensoras dos utentes e da liberdade de acesso à Internet, como o Public Knowledge ou o Center for Democracy and Technology. Alegam que os clientes dos ISP poderiam ser castigados com base em acusações não comprovadas pelos tribunais.

Por parte da indústria musical, os subscritores do acordo são a RIAA e a A2IM, que agrupa pequenas e médias empresas. Por parte do setor audiovisual, subscreveram-no a Motion Picture Association of America e as *majors*, mais a IFTA, que representa produtores independentes de cinema e televisão. Os ISP aderentes são todos os grandes: AT&T, Cablevision Systems, Comcast, Time Warner Cable e Verizon.