

O 'mago' Kevin Kelly

«São tempos ótimos para se ser jovem»

Estórias à beira mar contadas de como a Revolução da Web o 'pegou' e de como o editor mais famoso do ciberespaço se tornou num dos principais pregadores da nova economia e um entusiasta do empreendedorismo jovem

Jorge Nascimento Rodrigues, sem sapatos, no canto da sala de estar da vivenda dos Kelly, em Pacifica, na costa californiana



Pacifica é, como o nome indica, mesmo muito pacífica. Para fugir do calor abrasador do Silicon Valley nesta época e do buliço permanente que é o 'hi-tech' não há melhor. A água do Pacífico está mesmo bem fria e a praia não tem vivalma. Há umas lojas de antiguidades e um motel mesmo junto à areia, onde os turistas e os vizinhos se contam pelos dedos das mãos.

A poucos quilómetros de São Francisco faz lembrar vagamente a 'nossa' Ericeira. Está tudo muito enevoado até às montanhas, onde fica a outra Pacífica, de vivendas entre as árvores, onde marcámos encontro com este nosso primeiro 'convidado' dos Alquimistas do Digital: Kevin Kelly.

Kevin tornou-se conhecido na Europa pelo seu papel na revista «Wired», a primeira de culto, que tinha a fechar na antepenúltima página outro Alquimista de renome, Nicholas Negroponte.

Os primeiros cibernautas lusos, os 'históricos', beberam ali o alento, ainda que hoje já seja de bom tom ouvir dizer com enfado que a «Wired» passou à história.

Com 47 anos Kevin subiu ao panteão dos Gurus e para o trazer a algum lado é preciso passar pelo crivo de um escritório de super-agentes em Nova Iorque e pagar uma nota preta. Quando ele carrega nas teclas do seu computador transforma, como que por magia, os caracteres em tendências e desvenda novos paradigmas. Mas ele é convictamente uma anti-estrela. É um tipo simples, bem rosado nas bochechas, de quem é difícil encontrar uma foto dita oficial, e muito menos com gravatinha de designer e pose VIP.



Recebe-nos de camisa à «pescador» e ganga, e será assim que, algumas horas depois, dará uma entrevista para a super-global BBC, que chegou ali com vários carros de exteriores e um batalhão de gente cheia de 'stress', que nos provocou uma boa risada.

A vivenda, tipicamente americana, tem uns dizeres em chinês à porta de entrada, mas não tive tempo de ouvir a tradução que o meu anfitrião soletrou. Percebi o sinal, depois, ao ter de tirar os sapatos no tapete e passar umas horas em meias, o que me acarreta sempre uma terrível revolta da bexiga (o calvário que já passei no Japão!). Kelly é casado com uma chinesa de Taiwan, uma biotecnóloga da Genentech (a pioneira nesta área), e provavelmente rege-se por algumas normas orientais de boa higiene. Aliás, o Oriente foi o culpado da sua viagem literalmente acidental que o levaria de editor de guias turísticos para aquela parte do globo a narrador da nova cultura do mundo das redes. As coisas passaram-se, sem qualquer romanceado, como ele vos vai contar, em directo do seu canto artilhado de cultura Mac (PC e portátil), numa sala ampla, recheada de livros, jornais e revistas absolutamente nada virtuais que encham até o parapeito.

Como é que o ciber o 'pegou'?

KEVIN KELLY - De uma forma absolutamente inesperada. Você vai rir-se, mas foi por causa de uma lista de mailing. Em 1981, eu estava a trabalhar na Universidade de Georgia - que fica do outro lado da América [na costa atlântica, acima da Flórida] - e decidi-me a criar o meu próprio negócio de edição de guias turísticos para a Ásia. Eu era, naquela altura, um viajante por aquelas paragens e preocupava-me em arranjar soluções baratas. Abreviando, fazia catálogos turísticos e enviava-os pelo correio. Ocorreu-me, então, que não fazia sentido passar a vida a correr para a gráfica e ter aquelas chatices todas com a impressão. Preferia colocar a informação directamente junto dos clientes. Foi, então, que trouxe um Apple II para casa, ainda os PC estavam na era primitiva.

Pois, mas substituir a máquina de escrever não chegava...

K.K. - Precisamente. Venderam-me, então, a ideia de que deveria comprar um modem. E arranhar umas coisas de programação. Assim comecei a usar o ciber.

Por uma razão bem pragmática, convenhamos. Mas daí a transformar-se numa referência daquela nova cultura, vai um abismo?

K.K. - Tudo aconteceu por pura observação. Comecei, aí por volta de 1982/83, a descobrir que estavam a acontecer imensas coisas naquele mundo, que era, então, muito fechado, muito de 'especialistas'. E comecei a escrever sobre elas - eu que não era nada tecnólogo. O ciber era um lugar muito especial e ocorreu-me a ideia de começar a escrever sobre a Nação em Rede, em 1994.

O que é que o fascinou?

K.K. - Aquele mundo de então não tem nada a ver com o ciber actual. Foi uma época romântica. Não havia comércio, nem intuitos comerciais. Repare que, naqueles anos 80, não se podia ter uma conta de ligação à Internet se não se concordasse em garantir que não se faria negócio por esta via. Veja como tudo mudou em 15 anos! É espantoso! Eu apercebi-me, desde então, que essa cultura não resistiria à massificação. Onde o choque do futuro se me colocou ainda mais claramente na minha cabeça foi quando vim para a Califórnia.

À procura do mítico Silicon Valley?

K.K. - Por uma razão menos romanceada. Sinal dos tempos, fui contratado on line para o projecto do Whole Earth Catalogue, um almanaque lançado, entre outros, por um expoente da contra-cultura de então, Stewart Brand, também co-fundador da comunidade virtual Well. Eu envolvi-me, desde o princípio, na Well. Isto era tudo inteiramente novo. Nós fomos os primeiros a democratizar o acesso à Net, abrimos o negócio do que viriam a ser os ISP (acrónimo em inglês para os fonecedores de acessos). Fomos o primeiro sítio a dar acesso ao público por um valor de uma assinatura mensal. Até ali, a Net era só para um circuito fechado, das Universidades e das grandes empresas. A Well rapidamente se transformou num elo de ligação entre professores, activistas, agricultores biológicos, repórteres de tecnologia, gente especial da Bay Area [a região em torno da Baía de São Francisco]. Foi-se desenvolvendo, assim, uma cultura do 'on line'. Muita gente aprendeu ali o a-e-i-o-u do ciber, muito antes da era dos 'browsers'. Mas a Well nunca passou de uma pequena comunidade.

Precisamente ao contrário da America Online (AOL)?

K.K. - Sim, a Well e a AOL são os dois expoentes do tal choque de que falei. São o exemplo de dois tipos de evolução. A AOL soube atacar o mercado não-elitista, o mercado dos 'simplórios', como se dizia com desdém. Eles souberam lançar uma campanha de marketing muito agressiva e perceberam o negócio emergente, e hoje transformaram-se num dos jogadores globais nos 'media' [2,6 biliões de dólares no ano fiscal de 1998 e um crescimento anual médio nos últimos cinco anos de mais de 140%]. A Well nunca passou dos 10 mil assinantes e continua a cultivar essa pequenez e o aroma de sítio muito especial. Mas foi na Well que comecei a perceber que as coisas funcionavam

economicamente de outro modo, para meu espanto!

A Well inspirou-o quanto ao que depois veio a chamar de 'leis' da nova economia?

K.K. - Tudo começou, uma vez mais, por observação. Algumas das ideias vieram-me do que eu poderia designar de cultura da oferta na Well. Em meados dos anos 80, a Well era um mercado de prendas, uma economia de gratuidade e de troca directa, sem dinheiro envolvido. Como a Internet proíbia o comércio, as pessoas ofereciam-se coisas! Se o que tínhamos era mesmo muito bom, então oferecíamos na rede. E, em troca, recebíamos outras coisas muito boas. Por volta de 1986 ajudei a organizar a 1ª Conferência de hackers e havia muita gente envolvida no Free Movement em que se dava software de borla. E, no entanto, esta gente ganhava milhões depois...oferecendo no início. Isto intrigou-me. Qual era o segredo? A curiosidade empurrou-me para tentar ver como é que isto funcionava. Misturei na minha cabeça umas coisas que tinha lido sobre sistemas distribuídos e comecei a ver que havia uma grande semelhança com os sistemas da Natureza. Para mim, a criação das redes virtuais é comparável às invenções financeiras na Veneza da Idade Média e à imprensa de Gutenberg.

Mas isso não se aplica só ao sector digital?

K.K. - A permissão do meu último livro, *New Rules for the New Economy*, é que os princípios que hoje governam o mundo do soft comandarão, em breve, tudo o resto. Esta rede é como uma nova Mão Invisível da economia.

O que é que o impressiona mais hoje em dia em que a massificação do digital já não é novidade?

K.K. - Uma outra coisa, a que na Europa se dá pouca atenção - a verdadeira Revolução Financeira que se deu na América. Apenas começou, mas já há 7 milhões de americanos a utilizar os brokers na Web para actuar nos mercados de capitais com as suas poupanças. E, todos os dias, ao que parece, juntam-se-lhe quinze mil novos. São investidores perfeitamente debutantes. Tem o [caso da minha cunhada](#) que mora no andar de baixo. Eu já chamei a isto a cultura do accionariado. Isto cruzou-se com outro ingrediente, de que você ouve falar, porta sim, porta não, no Silicon Valley - as stock options. Desenvolveu-se uma cultura de participação dos trabalhadores no valor da empresa. É um truque de gestão que não só agarra o trabalhador ao sucesso da empresa, como permite, também, um mecanismo 'popular' alimentador desta nova economia. Se as empresas falham, os quadros mudam, desfazem-se das opções, e canalizam o dinheiro para outro. Mesmo quando as coisas correm bem, o que é que julga que essa malta faz com tanto dinheiro? Investe num portfolio das empresas em que acredita. Isto são muitos biliões sempre a girar.

Mas, um dia destes, isso tudo não vai dar um grande estouro, com tanto exagero de capitalização bolsista?

K.K. - Sim, há muito hype, como nós dizemos. Há uma febre. Mas é preciso ser rigoroso - não é só o hype que está a alimentar esta febre de todos os dias. Há que fazer um balanço justo. Para mim, neste sector emergente, o mercado tem de estar mesmo em alta. Talvez 1/3 da capitalização seja um exagero, mas 2/3 é real. Para avaliar o valor destas empresas da nova economia não se pode importar a métrica do capitalismo industrial.

A este febre junta-se o capital de risco, outro personagem de que, também, ouvimos falar porta sim porta não...

K.K. - Sim, é outra pedra do puzzle. Há muito dinheiro por aí. Há mesmo mais dinheiro e ideias do que, depois, gente qualificada para pôr as coisas em marcha. Se há um problema real de escassez, se há um factor limitativo em toda esta euforia, ele é o da falta de quadros qualificados, de líderes, de bons CEO.

Esse dinheiro todo está inclusive a ter um efeito devastador nas Universidades?

K.K. - É incrível, mas os professores já se queixam que não têm alunos para concluir as teses. Os

miúdos transformam-se rapidamente em drop-outs (abandonam os estudos, sem os concluir). Têm a chance de apanhar uma capital de risco ou um business angel que lhes põe uma pipa de massa na mão para prosseguirem uma ideia e arrancam logo a criar a sua própria empresa! Mas, atenção, isso não significa que se esteja a dar dinheiro à balda! Mas é uma ótima época para se ser jovem. Não sei se houve experiência anterior assim na nossa Civilização. Gente tão nova a ter tanto dinheiro para concretizar o que deseja e a ganhar tanto dinheiro depois aos 20 e 30 anos!

Mas não há um certo fetichismo em torno do «.com»?

K.K. - O «.com» está a ser, de facto, extravagantemente financiado. A biotecnologia já se lamenta de que essa moda está a prejudicá-la. Diz que não consegue arranjar o dinheiro que precisa para esta indústria que consome rios dele.

Mas não será a biotecnologia o próximo grande negócio?

K.K. - Isso é o que toda a gente diz. Mas não me cheira. A minha mulher está muito envolvida na biotecnologia. Mas não sei. Poderá tornar-se mediática nos próximos tempos, mas é uma indústria muito mais complicada do que fazer computadores.

Então, qual vai ser a next big thing?

K.K. - Está a ser a Revolução Financeira, de que ainda há pouco falávamos. É muito mais importante do que o comércio electrónico, de que toda a gente fala agora. E tem-se falado ainda menos de uma coisa absolutamente revolucionária em termos de mercado - o conceito de leilões lançado pela eBay.com. Creio que ela acabou por definir uma tendência. O conceito dos leilões vai estender-se a toda o comércio de retalho. Vai criar-se uma economia de leilão, um mercado em que o preço passa a ser negociável. Vai ser outra nova lei.

E, tecnologicamente, falando, o que está no virar da próxima esquina?

K.K. - Nos próximos cinco anos vai ser uma mistura de três coisas, a meu ver: a TV digital, o MP3(para a música) e as redes de banda larga. Estes três ingredientes vão ter um impacto económico e cultural enorme.

Cuscovilhando, agora, um pouco. O que é que mais usa no ciber?

K.K. - Confesso que a Net para mim é basicamente correio electrónico. Eu sou um viciado no email. A Web uso-a para consulta e pesquisa de livros e música sobretudo. Gasto imenso dinheiro na Amazon.com. A Amazon é, para mim, o site comercial mais inteligente na Web. Chegará a um bilião de vendas este ano. Estou totalmente impressionado com o que Jeff Bezos fez. O Jeff em puto queria ser astronauta, veja lá. A Amazon é um Ovo de Colombo - trata-se de usar novas ideias, a Web, para fazer coisas bem antigas, sabendo vender livros com gosto e total serviço aos leitores. Tenho depois alguns sites de estimação que marquei nos meus preferidos, por exemplo, para quando viajo.

Se tivesse de escolher três ou quatro empresas do Silicon Valley, o que é que lhe vinha à ideia?

K.K. - Bom, primeiro, a 'avó', a Hewlett-Packard. Depois a Yahoo!, que me continua a impressionar. Já se deu conta disto - no final de 1993, dois estudantes de engenharia começaram tudo num atrelado no campus de Stanford com uma lista de favoritos por puro gozo, a que chamaram 'O Guia de Jerry para a Web'. Mas depois, esse Jerry (Yang) e o colega, David Filo, souberam fazer os movimentos certos, adaptaram-se rápido, foram dos primeiros a entender o que era um 'portal' na Web. Estou convencido que a Yahoo! vai ser um grande jogador da nova economia. Mas, voltando, ao seu desafio - crescente, no hardware, a Intel, e nas start ups, a Critical Path Inc, de São Francisco. São conhecidos como os gurus do «email». Eles fazem em outsourcing serviço de «email» para ISP, portais, empresas de telecomunicações, empresas em geral. Criaram serviços em torno de uma coisa tão cinzenta como o «email»!

Curiosidade final, quantas vezes sai daqui do paraíso para ir à Wired?

K.K. - Muito pouco ultimamente. Eu trabalho aqui em casa desde há uns nove anos. Até ao ano passado trabalhava de manhã aqui e pegava a estrada à tarde para ir 'interagir' a São Francisco, na Wired. Agora faço isso muito menos. Mantenho o cargo de editor at large, uma coisa que não vai ser fácil você traduzir. O meu papel é dar ideias, sugerir histórias e contactos, alertar para tendências, e ainda faço muita edição de texto. Sobretudo, o meu papel é 'farejar' coisas, vou a muitas conferências ver o que se passa. Mas agora até vou tirar uma sabática.

Um anito de folga sabe sempre bem, de facto...

K.K. - Aqui na América uma sabática não é como na Europa. São apenas seis semanas!

LEIA AINDA:

- A [Recensão](#) de New Rules for the New Economy
- O Próximo 'Alquimista do Digital': [Paul Romer](#) fala da nova economia