

Redes sociais: comunicação e mudança

A INTERNET, os seus blogues e as redes sociais deram-nos outros olhares sobre o Irão; nos EUA a escolha de um candidato a vice-presidente foi anunciada via SMS; em Moçambique a revolta popular de Setembro de 2010 foi organizada via SMS e acompanhada em Maputo e no mundo via Facebook.

O modelo comunicacional, que parece caracterizar as nossas sociedades contemporâneas, é formado pela capacidade de globalização comunicacional, juntamente com a interligação em rede dos meios de comunicação de massa e interpessoais e, consequentemente, pela emergência de mediação em rede sob diferentes padrões de interacção. Esses padrões poderão tomar a forma de Auto-comunicação de Massa (Castells, 2009), que tem lugar quando utilizamos o Twitter, blogues ou SMS; de Comunicação Interpessoal Multimédia, que acontece quando usamos o MSN ou o Google Chat ou mesmo o Skype; de Comunicação Mediada de Um para Muitos, quando usamos o Facebook com os nossos “amigos”; e, claro está, os casos de comunicação de massa e comunicação interpessoal não mediada.

Este modelo não substitui os anteriores, tendendo antes a interligá-los, produzindo novos formatos de comunicação e permitindo novas formas de facilitar a capacitação, logo, a autonomia comunicativa: um modelo caracterizado por uma nova rede interpessoal, de um para muitos e de massa, que conecta públicos, participantes, utilizadores, empresas de difusão e editoras sob uma só matriz de rede mediática.

É neste contexto que o uso das redes sociais se desenvolve, ora como auto comunicação de massa, como no caso do Twitter, ora de comunicação mediada de um para muitos, como acontece com o Facebook.

Serão as “redes sociais” da internet redes sociais?

Falar de formas de relação social na Internet é discutir como os cidadãos apropriam as novas possibilidades de comunicação, como se posicionam face às suas vantagens e dificuldades. Ou, como afirma Bennett, é a in-

teracção entre a Internet e seus utilizadores – e, por seu turno, as suas interacções em contextos sociais materiais – que constituem a matriz dentro da qual podemos localizar o poder dos novos média na criação de diferentes espaços de discurso e de coordenação de acções (2003:18).

Alguns autores nada vêem de excepcional nestas novas redes, que não passarão de formas de sociabilidade transpostas para novas plataformas: é, por exemplo, a opinião de Wellman, para quem a “Comunicação Mediada por Computador é apenas uma das muitas tecnologias utilizadas pelas pessoas através das quais as redes de comunidades existentes comunicam” (Hamman, 1998). Claro que Wellman se baseia na premissa de que grande parte dos contactos virtuais terão como propósito serem transpostos para a vida *offline*, o que nem sempre acontece: muitos dos laços

virtuais tendem a ser mantidos nesses mesmos espaços, podendo nunca passar para o contacto presencial, inclusivamente devido à distância geográfica (Recuero, 2004: 9).

Contudo, partindo do cruzamento da análise entre as teorias das redes e a dimensão empírica associada aos sítios denominados Social Networking Sites (SNS) como o Facebook, Hi5, Orkut ou microblogging, como o Twitter, parece claro que estamos perante redes sociais na acepção de espaços de interacção social e de criação de autonomia.

A prática social em rede na internet

Existe uma pergunta base no contexto de análise das redes sociais na Internet: o que fazemos nós com as redes sociais?

Desse contexto de usos ressalta uma divisão possível em actividades de fortalecimento de laços sociais para com amigos e conhecidos (Mensagens, *Chats*, Alertas de Aniversários, Escrita na Parede), gestão de capital social (Procura de Amigos, Envio de Presentes, Jogos, Criação de grupos) entretenimen-

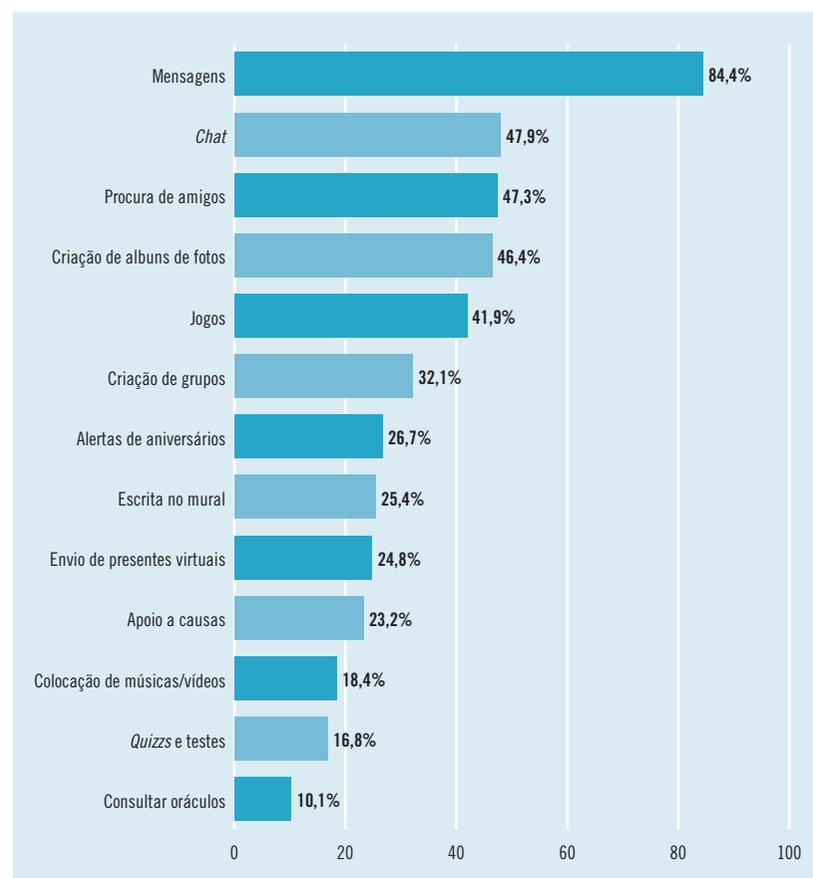
to (*Quizzes* e Testes), expressão identitária (Colocação de Vídeos) e intervenção social (Apoio a Causas).

Existem evoluções bastante significativas no que respeita às redes sociais *online*, em especial no tocante à propagação da informação e à sua fiabilidade: a título de exemplo, a CNN já afirmou temer mais a concorrência de redes como o Facebook ou o Twitter que a das demais cadeias televisivas. A confiança neste tipo de fontes parece ter vindo a incentivar a sua utilização, suplantando a procura de informação noutras média.

“ Falar de formas de relação social na Internet é discutir como os cidadãos apropriam as novas possibilidades de comunicação. ”

Actualmente, o Facebook é a rede social na Internet que reúne maior número de adeptos (517.480.460 utilizadores a nível mundial, 149.976.980 indivíduos inscritos apenas na Europa), suscitando uma tal devoção a ponto de provoca a emergência de comportamentos patológicos. Fruto deste sucesso, as suas receitas publicitárias têm vindo a aumentar de forma exponencial, ultrapassando as melhores expectativas: em 2009, atingiram 800 milhões de dólares, com um lucro líquido de dezenas de milhões. O Facebook assume-se assim como “comunicação mediada de um para muitos”, pois cada utilizador sabe quem são os seus “amigos”, pois autoriza a sua “amizade”. Só após a aceitação do próprio pode ele começar a ser “amigo” de quem o convida.

Já o Twitter evidencia outras características, constituindo uma forma de *microblogging* baseada na publicação instantânea de textos até 140 caracteres. O Twitter permite a utilização de mensagens instantâneas de texto, essencialmente para partilha de experiências e opiniões entre comunidades de cidadãos (Java, Song, Finin & Tseng, 2007: 2; Miard, 2009: 2). Mas nem todos o utilizam de forma idêntica: se uns surgem como fontes constantes de informação e comentário, outros apenas assistem à difusão de opiniões, sem uma participação activa.



“Quais as ferramentas que mais utilizas na tua rede social?” (em %).

Fonte: CIES ISCTE, A sociedade em rede, 2010. N=1.255 (total de respostas); n=35 (utilizadores de Internet e plataformas de redes sociais) / 25% do total de respostas; 56% de utilizadores de Internet.

De acordo com um estudo realizado relativamente a estes *microbloggers*, os *posts* mais comuns centram-se na rotina diária, no que o utilizador se encontra a fazer no momento, e qual o seu estado de humor (Java, Finin, Song & Tseng, 2007: 6/7). Já relativamente a conversações, não existe qualquer possibilidade de resposta directa a um *post* colocado por uma terceira pessoa, tal como acontece com o Facebook, razão pela qual os utilizadores optaram por usar o símbolo “@”, seguido do *username* do utilizador com quem querem comunicar.

Também a difusão de informação diária constantemente actualizada constitui uma das mais interessantes aplicações do Twitter, tendo já provado permitir uma sensibilização muito rápida da população utilizadora, para além de constituir um modo simples para aqueles que não têm outras formas de comunicar a sua indignação ante regimes ditatoriais ou restritivos da liberdade de expressão (Correia, s/d: 4).

Uma nova ágora ateniense

Entre adeptos e pessimistas, ambos com fortes argumentos, a verdade é que as redes sociais na Internet e noutros espaços de mediação, como as redes telefónicas, nos obrigam a repensar o social e o político nas sociedades do séc. XXI. O que motiva os indivíduos a participar em novas formas de relacionamento social através da mediação? A ideia de uma plataforma em que todos os cidadãos são convidados a debater, de modo racional, as questões da sociedade onde se inserem, favorecendo o fluxo da informação e conhecimento, constitui o ideal de quarto poder: os média, em geral, deveriam efectivar-se como tal, permitindo que as vozes populares alcançassem os poderes decisores (Hartley, 1992) – a materialização da visão habermasiana de esfera pública, da ágora ateniense ou do *townball* da Nova Inglaterra, algo que não parece ocorrer nos dias de hoje (Cardoso, 2003).

Alguns autores vêem nos novos média em geral, e nas redes sociais *online* em particular, uma forma não apenas de atingir o debate não conseguido nos média tradicionais, mas um modo de realização da participação cívica, onde interesses comuns permitem a angariação de opiniões, decisões e intervenções em matérias específicas. Em parte, tal

parece encontrar algum eco: como aponta Castells, “na arena internacional, estão a crescer novos movimentos sociais transfronteiriços na defesa das causas das mulheres, dos direitos humanos, da preservação do ambiente e da democracia política, fazendo da Internet uma ferramenta essencial para disseminar informação, organizar e mobilizar” (2002: 475).

Esta possibilidade é ainda mais relevante se atentarmos ao desalento ante a vida política e ao descrédito crescente na democracia e nas suas instituições. Discutir, deliberar, aplicar decisões seriam vertentes transpostas ou partilhadas entre as instituições da modernidade e os cidadãos, através da Internet (Cardoso, 2003). De tal modo que, dispostos a reconquistar novos públicos e simpatizantes, os média de massa e as elites políticas já mostraram o seu interesse em aderir à comunicação mediada por computador, em especial às redes sociais.

Uma forma de “jornalismo comunitário”

A utilização destas redes também provou ser uma hábil forma de comunicar sem deixar rasto, útil em países em que a comunicação ainda é alvo de censura explícita, como acontece na China ou em Myanmar (Ekman, 2007: 39). De facto, torna-se mais difícil a censura ou manipulação de informações por parte de grupos políticos ou lóbis: a transmissão de informação horizontal, muitas das vezes em directo, pelos cidadãos cria uma aura de verdade muito distinta da que, actualmente, povoa o mundo político (Castells, 2007:251).

Esta forma de “jornalismo comunitário” é ainda simplificada pela actual convergência de plataformas: a possibilidade de colocar uma qualquer informação no mundo *web* através do telemóvel ou fazendo a convergência de conteúdos através de redes *online* presta-se não somente a uma maior globalização da interacção social através das redes virtuais, como permite a circulação quase simultânea de qualquer facto que mereça a atenção do seu emissor. Aliás, a utilização do telemóvel para propagação de imagens e consequente sensibilização da comunidade internacional já se mostrou essencial em situações tão distintas como o caso de Seattle ou dos protestos iranianos ou moçambicanos.

Na arena da Internet, organizações e pessoas congregam-se para mudar algo nos mais diferentes temas e perspectivas, lutando por visibilidade e projectando as suas consequências. Como afirma Moraes, “a Internet vem dinamizar as lutas das entidades civis a favor da justiça social num mundo que globaliza desigualdades de toda a ordem. (...) A maioria dessas entidades visa o fortalecimento da sociedade civil no processo de universalização de valores e direitos democráticos. Congregar interesses e necessidades concretas ou simbólicas, promovendo acções em prol da cidadania” (2001:2).

As ONG nas redes

As organizações utilizam a Internet desde há muito para mais fácil e gratuitamente difundirem os seus propósitos e acções, e angariarem o maior número de associados. Com estas práticas nasceram ferramentas de intervenção como as campanhas virtuais, os grupos de discussão, os manifestos *online* e os murais de *links*, criando uma arena complementar de mobilização. A possibilidade de uma abrangência sem limitações impostas por *gatekeepers* (como acontece na televisão ou na imprensa) torna a Comunicação Mediada por Computador (CMC) extremamente relevante para todos os cida-

dãos e ONG que tenham como objectivos a denúncia, a pressão e a consciencialização política (Moraes, 2001: 3; Bennett, 2003: 3). As ONG virtuais começaram também a potenciar a sua interligação com o objectivo de repartirem competências, recursos, custos e espaços, sendo que cada nó incorpora novos usuários, os quais se convertem, potencialmente, em produtores e emissores de informações (Moraes, 2001:3). Não existem dúvidas de que as redes sociais vieram permitir um debate mais aberto e pluralista, oferecendo-se enquanto fomentadores de uma participação cívica e política que parece esmorecer (Cardoso & Neto, 2003).

Se é através do fenómeno da globalização que corremos riscos de uniformização do pensamento e da análise crítica, também é este fenómeno que permite que regiões outrora distantes se tornem acessíveis a todos: os seus problemas, as suas vitórias, os seus movimentos sociais não somente são difundidos, como podem encontrar simpatizantes em locais distantes do globo. Detemos, desta forma, um conjugar entre questões singulares, pensadas a título local, e um mundo global: de facto, os cidadãos pensam no contexto das suas realidades próprias, mas recorrem a meios virtuais para a sua difusão, agindo de modo global (Castells, 2007:249). ■

Referências bibliográficas

- BENNETT, W. (2003) — *New Media Power: the Internet and global activism*. In *Contesting Media Power*, Nick Couldry and James Curran, Rowman and Littlefield. Disponível em: <http://depts.washington.edu/gcp/pdf/bennettmnpower.pdf>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- CARDOSO, G. & Neto, P.(2003) — *O Movimento por Timor: mass media e os protestos online*. In *Novas Formas de Mobilização Popular*. Porto: Campo das Letras.
- CARDOSO, G. (2003) — “Internet”. Lisboa: Quimera.
- CASTELLS, M. (2007) — *Communication, Power and Counter-Power in the Network Society*. Disponível em: http://www.itu.dk/stud/speciale/specialeprojekt/Litteratur/Castells_2007%20-%20Communication%20power%20in%20the%20network%20society.pdf. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- CASTELLS, M. (2009) — *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- EKMAN, C. (2007) — *Cyber Activism and SMS Propaganda*. Disponível em: http://kiosk.nada.kth.se/utbildning/grukth/exjobb/rapportlister/2007/rapporter07/ekman_carolin_07101.pdf. Acedido em 18 de Setembro de 2010.
- HAMMAN, R. (1998) — *The Online/Offline Dichotomy: Debunking Some Myths about AOL Users and the Effects of Their Being Online Upon Offline Friendships and Offline Community*. In Raquel da Cunha Recuero (s/d) — *Comunidades virtuais – Uma abordagem teórica*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- HARTLEY, J. (1992) — *The Politics of Pictures: the creation of the public in the age of popular media*. In Pieter Boeder (2005) — “Habermas’s Heritage: The Future of the Public Sphere in the Network Society”. *Revista First Monday*, Volume 10, Nº 9. Disponível em: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1280/1200>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- JAVA, FININ, SONG & TSENG — *Why We Twitter: An Analysis of a Microblogging Community*. Disponível em: <http://www.springerlink.com/content/5jx017u8158r7q14/>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- MORAES, D. (2001) — *O Activismo Digital*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- RECUERO, R. C., (2004) — *Comunidades virtuais – Uma abordagem teórica*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.

Este texto está publicado, na íntegra, na revista *JANUS.NET, e-journal of International Relations*, Vol. 2, n.º 1 (Primavera 2011). Disponível em: http://observare.ual.pt/janus.net/pt_vol2_n1_art6