

## REDES SOCIAIS: COMUNICAÇÃO E MUDANÇA

### Gustavo Cardoso

Coordenador do Mestrado em CCTi (IUL), investigador (CIES-IUL) e professor de Media e Sociedade (ISCTE-IUL). Desenvolve trabalho com Departamento de Comunicação e Estudos da Performativos da Universidade de Milão. Tem cooperado internacionalmente em redes europeias de investigação com IN3 (*Internet Interdisciplinary Institute*) em Barcelona, com o WIP (*World Internet Project*) na USC Annenberg, COST A20 "The Impact of the Internet on Mass Media", COST 298 "Broadband Society" e COST 609 "Transforming Audiences". Conselheiro da Sociedade da Informação e políticas de telecomunicações para a Presidência da República Portuguesa (1996-2006) e em 2008 foi escolhido pelo Fórum Económico Mundial como "Young Global Leader". Co-editor, com Manuel Castells, do livro "Sociedade em Rede: do Conhecimento à Acção Política" e Editor Associado do journal IJOC (USC Annenberg) e do journal IC&S (Routledge). É membro dos painéis de avaliação do European Research Council e da European Science Foundation.

### CLÁUDIA LAMY

Mestranda em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação (ISCTE-IUL), licenciada em Direito na Faculdade de Direito (Universidade de Lisboa). Desenvolve trabalho de investigação nas áreas da Comunicação Política e dos Novos Media em instituições como o OberCom (Observatório da Comunicação), o LINI-ISCTE (*Lisbon Internet and Networks Institute*), o CIES-ISCTE, o CIMDE-IPL (Centro de Investigação Media e Democracia), e a ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social). Entre os seus trabalhos publicados contam-se abordagens sobre o Pluralismo nos *Media*, a Literacia Mediática, e o Activismo Político *online*.

### Resumo

As redes sociais virtuais vieram oferecer a possibilidade de um debate aberto e plural, onde todos os que detenham a necessária literacia e meios podem participar na criação e difusão de informação. Pressionando agentes políticos e determinando a *agenda* de muitos *media*, os utilizadores demonstram estarmos ante uma plataforma ideal para a criação de verdadeiros movimentos sociais ou de eventos mais ou menos fugazes, como manifestos ou campanhas virtuais. Não obstante, para que consigamos compreender o papel das redes sociais virtuais no mundo actual, haverá que responder previamente a algumas questões. Estaremos ante um novo modelo comunicacional, onde o produto da interactividade "desinteressada" cria uma aura de confiança na informação divulgada, por vezes bem superior à presente nos *old media*? Será essa interactividade a possibilidade de combate a um desprendimento crescente do cidadão ante a *res publica*? Teremos no jornalismo do cidadão, veiculado através das redes sociais virtuais, a consagração de um verdadeiro quarto poder? Por outro lado, poderemos apelidar as diversas acções colectivas a que temos assistido de verdadeiros "movimentos sociais"? O artigo que se segue pretende abordar estas e outras questões que se colocam no intrincado mundo do social cibernético.

### Palavras-chave

Movimento social; redes sociais; *Internet*; comunicação em rede; comunicação política

### Como citar este artigo

Cardoso, Gustavo; Lamy, Cláudia (2011). "Redes sociais: comunicação e mudança". *JANUS.NET e-journal of International Relations*, Vol. 2, N.º 1, Primavera 2011. Consultado [online] em data da última consulta, [observare.ual.pt/janus.net/pt\\_vol2\\_n1\\_art6](http://observare.ual.pt/janus.net/pt_vol2_n1_art6).

**Artigo recebido em Setembro de 2010 e aceite para publicação em Março de 2011**



## REDES SOCIAIS: COMUNICAÇÃO E MUDANÇA

Gustavo Cardoso e Cláudia Lamy

### Introdução

A comunicação e os *media* em geral não são apenas janelas para o mundo. Pelo contrário, constituem fontes de mudança, valores, atitudes, formas de encarar o mundo, ideologias, olhares sobre o “outro”, mundos e futuros possíveis.

A televisão foi, ou ainda é, a caixa que mudou o mundo; os jornais lançaram sementes de mudança de antigos para novos regimes; e, mesmo num tempo mais próximo, jornais, rádio e televisão contribuíram, desde Portugal, para mudar Timor-Leste (Cardoso, 2006). A Internet, os seus *blogs* e as redes sociais deram-nos outros olhares sobre o Irão; nos EUA a escolha de um candidato a vice-presidente foi anunciado via SMS; em Moçambique a revolta popular de Setembro de 2010 foi organizada via SMS e acompanhada em Maputo e no mundo via Facebook.

Esperámos cerca de 50 anos para ver surgir uma nova tecnologia de comunicação que viesse colocar em causa a importância da televisão na nossa sociedade: designamo-la por Internet. A razão pela qual ela colocou em causa a ideia de supremacia mediática da TV tem muito a ver com a sua oferta de informação, entretenimento, comunicação e espaço comercial, mas não só. Tal como a televisão, também a Internet evoluiu e, nessa evolução, acabou por se tornar um instrumento formidável de comunicação e mudança. Não existem países iguais, só tecnologias iguais, e embora a Internet sempre tenha sido um espaço social de comunicação - e não apenas um espaço de informação - ao adoptarmos a denominação Web2.0 colocámo-nos perante a possibilidade de a nossa maior motivação para o uso da Internet ser a comunicação. Esse outro olhar sobre o papel da comunicação nas sociedades informacionais (Castells, 2009) permitiu-nos constatar o papel da comunicação em múltiplos eventos de mudança social que ao longo dos últimos anos temos presenciado nos mais diversos espaços geográficos e sociais. Embora existindo múltiplos exemplos de apropriação das denominadas “redes sociais” em contextos de mudança, escolhemos nesta análise focar o exemplo da eleição de Mahmoud Ahmadinejad no Irão e os protestos assumidos em torno do “Movimento Verde”. A escolha deste exemplo obedeceu à busca de um evento que pudesse ser paradigmático da apropriação social da mediação nas redes sociais, mas que também permitisse a comparação com outros exemplos como foram os protestos de Setembro de 2010 em Moçambique e a eleição de Barack Obama em 2008. Pois, não só através a utilização da campanha eleitoral nos *spin* diários da TV e nas redes sociais se faz a mudança. Existem outros contextos para além da sociedade Norte Americana e Europeia onde a experimentação decorre. Há muitas outras práticas de comunicação possíveis em direcção à mudança social. Mas, se em teoria todos



podemos usar a comunicação da Internet para mudar as práticas e representações sobre o que nos rodeia, na prática há uma série de escolhas prévias a fazermos. Essas escolhas são essencialmente escolhas de como pensar a nossa relação com a mediação e qual o grau de intervenção que pretendemos ter. Como nos demonstra Jonathan Taplin no seu blog<sup>1</sup> depende de nós a forma como queremos relacionarmo-nos com o mundo, observando apenas, ou pensando o mundo e o nosso papel nele. No entanto, queiramos ou não assumir um papel activo na mudança, ela está em curso, como explica Manuel Castells (2009). Para este autor, a relação entre poder e comunicação nunca foi tão directa e o primeiro passo para exercer esse poder é compreender como hoje ele funciona. Esta análise procura ser um contributo para essa auscultação.

## I. Comunicação em rede e Redes Sociais

Todas as sociedades são caracterizadas por modelos de comunicação e não apenas por modelos informacionais (Wolton, 1999; Colombo, 1993; Himanen, 2006; Castells 2006; Cardoso 2006). As nossas sociedades de informação, têm assistido à emergência de um novo modelo comunicacional. Um quarto modelo que se pode acrescentar aos três modelos anteriores e que podem ser colocados em ordem cronológica, em termos dos seus ciclos de afirmação social (Ortoleva, 2004).

O primeiro modelo tem sido definido como comunicação interpessoal, que assume a forma bidireccional entre duas ou mais pessoas dentro de um grupo. O segundo modelo, também profundamente enraizado nas nossas sociedades, assenta numa comunicação de um-para-muitos, onde um indivíduo envia uma única mensagem para um grupo limitado de pessoas. O terceiro modelo, com o qual detemos uma menor experiência em termos históricos, resume-se à comunicação em massa, onde, graças à utilização de tecnologias específicas de mediação, uma única mensagem pode ser enviada a uma massa de pessoas, i.e., é encaminhada para uma audiência de dimensão desconhecida que, como tal, é ilimitada *ab initio* (Cardoso 2008; Thompson, 1995).

O quarto 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, conseqüentemente, 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, blogs 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. Todos esses padrões têm por base os supra-citados modelos de comunicação e que, através da evolução da mediação, permitem reconfigurá-los num novo modelo comunicacional.

A organização dos usos e interligação em rede dos *media* inseridos nesse novo modelo de comunicação encontra-se directamente relacionada com os diferentes graus de interactividade permitidos pelos meios de comunicação actuais (Cardoso 2008).

---

<sup>1</sup> V.g.: <http://jontaplin.com/>



Se é verdade que temos construído modelos comunicacionais nas nossas sociedades, é igualmente verdade que os principais paradigmas comunicacionais formatam o que um determinado sistema de *media* poderá ser (Cardoso 2008). Os nossos actuais paradigmas comunicacionais parecem ser construídos em torno de uma retórica baseada, essencialmente, na importância da imagem em movimento, combinada com a disponibilidade das novas dinâmicas de acesso à informação, com novos e inovadores papéis, agora também eles entregues aos utilizadores, e com profundas alterações nos modelos de informação e entretenimento.

Os nossos conteúdos - sejam eles notícias, informação ou entretenimento - parecem ter mudado graças à presença de conteúdos fornecidos pelos próprios utilizadores de *media* e não apenas as empresas de comunicação *per se*, dando origem à co-existência de diferentes modelos de informação para diferentes públicos. Mas não somente a informação noticiosa se alterou: o mesmo aconteceu com o entretenimento.

A inovação nos modelos de entretenimento reflecte-se, quer na disponibilidade de conteúdos gerados pelos utilizadores, quer nas alterações introduzidas pelas empresas de *media* aquando da sua procura de novos conteúdos e "formatos", das suas experiências com o esbater de fronteiras entre géneros tradicionais de programação e as novas abordagens aos valores sociais (tais como a privacidade e a reserva da vida privada), juntamente com as mudanças no seio da apropriação social do tempo, espaço e ética, que se reflectem na forma como são contadas as histórias e escritos os guiões.

O modelo comunicacional desenvolvido nas sociedades de informação, onde o paradigma de organização social predominante assenta na rede (Castells, 2002) é apelidado de *Comunicação em Rede* (Cardoso, 2009). 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.

Nas sociedades de informação, onde a rede é um elemento central da organização, um novo modelo comunicacional tem vindo a tomar forma: 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.

Num ambiente comunicação em rede, a mediação (Silverstone, 2006), as dietas mediáticas (Aroldi & Colombo, 2003), as matrizes de *media* (Meyrovitz, 1985) e o sistema de comunicação em si (Ortoleva, 2004) têm sido transformados. Essas transformações nas relações entre os diferentes meios de comunicação, que actualmente experienciam mais uma interligação em rede do que uma verdadeira convergência - seja em termos de *hardware*, serviços ou redes - fazem da mediação uma experiência integrada, combinando o uso de diferentes meios: do telefone à televisão, do jornal ao jogo de vídeo, da Internet à rádio, do cinema ao telemóvel, colocando os utilizadores, as suas práticas e as necessárias literacias, uma vez mais, no centro da análise (Livingstone, 1999; Cardoso, 2007; Cardoso, 2008).

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.



## II. Serão as “Redes Sociais” da internet Redes Sociais?

*“Ainda não está desvelado o fim e potencial dessas grandes redes sociais virtuais, mas sem dúvida elas afectam e promovem modos de relação”*

(Machado & Tijiboy, 2003).

O estudo das redes, iniciado no domínio das Ciências Exactas com a Teoria dos Grafos de Euler, traduziu-se no domínio das Ciências Sociais em três modelos: o *modelo de redes aleatórias*, o *modelo de mundos pequenos* e o *modelo de redes sem escala* (Recuero 2004: 4).

O *modelo de redes aleatórias*, de Erdős e Rényi, explica o funcionamento da rede social através da metáfora da festa: *bastaria uma conexão entre cada um dos convidados de uma festa para que todos estivessem conectados ao final dela* (Recuero, 2004: 4). Assim, a partir de um indivíduo comum a todos, desenvolve-se um *cluster*, conjunto de pessoas interligadas, ligação esta que permite uma relação futura entre vários *clusters*.

Já o *modelo dos mundos pequenos* de Granovetter, distingue laços sociais, separando laços tidos como fortes (entre amigos próximos) e fracos (entre meros conhecidos): se os primeiros unem pessoas que já partilham interesses, criando *clusters* ou comunidades, os segundos permitem não apenas a interacção entre indivíduos pertencentes a *clusters* distintos mas também entre as comunidades a que pertencem, criando desse modo uma rede social (Recuero, 2004: 5-6). A partir desta visão, Watts e Strogatz demonstraram quão fácil é a conexão entre elementos de diferentes comunidades: a distância média entre quaisquer duas pessoas no planeta não ultrapassa um número pequeno de outras, bastando para a sua interacção que alguns laços aleatórios entre grupos tenham lugar (Buchanan, 2002).

O *modelo das redes sem escala* surge como crítica à visão de Watts: as redes não têm na sua base uma aleatoriedade inerente mas leis específicas, como a de conexão preferencial (*“rich get richer”*) (Barabási, 2003). Por outro lado, as redes não são igualitárias e os mundos não são pequenos, em virtude da existência de elementos altamente conectados (*hubs*). Ora, qualquer indivíduo preferirá conectar-se a outro que apresente um elevado número de ligações, pois tal permitir-lhe-á aceder a todas elas. Tal comprova a existência de uma conexão preferencial: os *hubs* serão os “ricos que mais enriquecem” uma vez que, possuidores de um panóplia imensa de contactos, serão também os mais procurados por aqueles que o rodeiam (Recuero, 2004: 6).

Mas poderemos nós transpor esses modelos para as redes sociais *online*?

No *modelo de redes aleatórias* parece existir a mais-valia da explicação da conexão entre *hubs* e demais intervenientes através da aleatoriedade – afinal, os primeiros apenas contactam os demais para promoção do seu perfil, ignorando as características e interesses destes últimos. Não obstante, nem todos os convites nas redes sociais assentam nesta premissa: muitos baseiam-se em interesses próprios, como reencontrar amigos, estabelecer contactos profissionais ou procurar eventuais relações amorosas (Recuero, 2004: 7 e segs.).

No *modelo dos mundos pequenos*, o grau de separação entre membros de uma rede social *online* é muito pequeno, é um facto, mas não porque tal seja uma regra baseada



em dois tipos de laços (fracos e fortes): sê-lo-á devido à existência de indivíduos que vêem na acumulação de contactos um fim em si mesmo, ainda que jamais interajam com aqueles a quem Recuero apelida de "amigos de todo o mundo" ou Barabási de *hubs*, "pessoas altamente conectadas, com um imenso número de amigos, que contribuem significativamente para a queda da distância entre os indivíduos no sistema" (Barabási, 2004: 7 e segs.).

Relativamente ao *modelo das redes sem escala*, Recuero defende ser impossível aplicá-lo em toda a sua amplitude dada a inexistência de uma conexão preferencial: serão os *hubs* a convidar aleatoriamente outros utilizadores para a sua lista de contactos e não o inverso, em prol do seu objectivo único (a "*coleção de perfis*"). Perante a ausência de qualquer interacção que não a inicial, poderemos ter estes elementos como pertencentes a uma verdadeira rede social? (Recuero, 2004: 7 e segs.).

A análise e explicação do funcionamento das redes virtuais apenas a partir dos modelos aplicados às redes não mediadas pela Internet afigura-se difícil: pois muitas das suas características não se enquadram ou contrariam mesmo as premissas dos modelos apresentados. No entanto, tal não invalida a existência de redes sociais no meio *online*, elas existem a partir do momento em que os indivíduos nesse contexto desenvolvem actividades em conjunto. Estaremos apenas perante uma realidade que adapta ao seu contexto, limitações e mais valias o interesse das ligações sociais, partilhadas por todos os seus utilizadores (Cardoso, 2003; Schroeder, 2005: 2). 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 interacção 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 media 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 está 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).

No debate sobre a territorialidade das comunidades na Internet é sugerida uma distinção entre comunidades *online* e comunidades virtuais. Associada a comunidades *online* encontra-se a recriação no ciberespaço – espaço sem a dimensão e características do espaço físico – de locais aos quais já se encontravam associadas comunidades *offline*. Já associada a comunidades virtuais encontra-se a formação de comunidades no ciberespaço sem qualquer correspondência com um espaço físico pré-existente, ou seja, pontos de encontro para todos quantos partilhem um mesmo conjunto de interesses, mas cuja reunião numa mesma localização cibernética não é possível dada a distância geográfica ou outros constrangimentos (Cardoso, 1999).

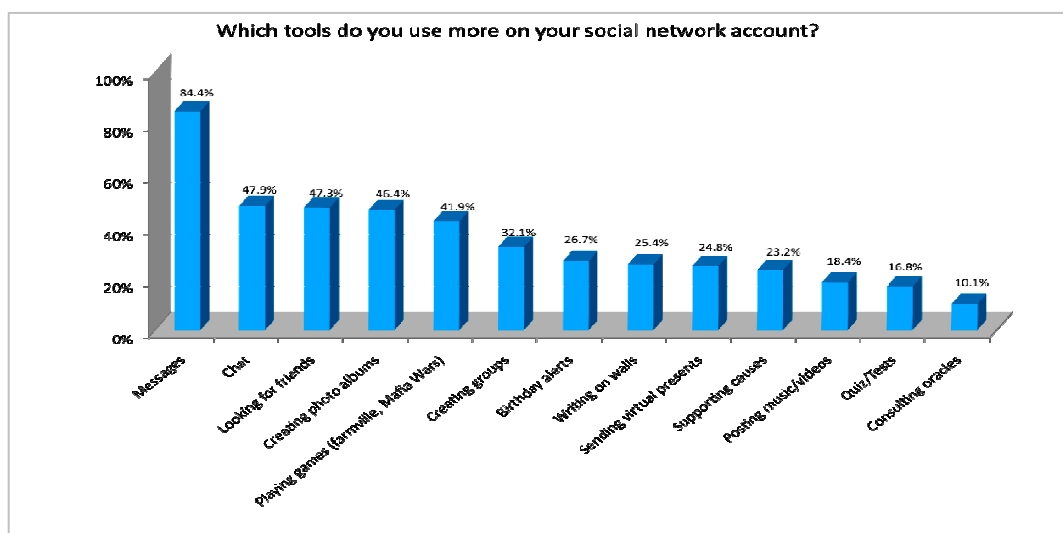


Partindo do cruzamento da análise entre as teorias das redes e a dimensão empírica associada aos sítios denominados *Social Networking Sites* (SNS) como o Facebook, Hi5, Orkut ou *microblogging*, como o Twitter, parece claro que estamos perante redes sociais na acepção de espaços de interacção social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

### III. 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? Entre as possibilidades tecnológicas e os reais usos há todo um processo de domesticação (Silverstone, 1994) que marca para onde a tecnologia evoluiu nos seus usos. A figura seguinte mostra-nos o tipo diversificado de usos, no contexto dos SNS, que podemos encontrar em Portugal

**Fig I – “Quais as ferramentas que mais utilizas na tua rede social?”**



Fonte: CIES ISCTE, *A Sociedade em Rede*, 2010

N=1255 (total de respostas); n=35 (utilizadores de Internet e plataformas de redes sociais)/ 25% do total de respostas; 56% de utilizadores de Internet.

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) entretenimento (*Quizzes* e Testes), expressão identitária (Colocação de Vídeos) e intervenção social (Apoio a Causas). Este artigo irá incidir essencialmente sobre a dimensão de intervenção social nas redes da Internet.

Existem evoluções bastante significativas no que respeita à 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<sup>2</sup>. A confiança neste tipo de fontes parece

<sup>2</sup> V.g.: <http://www.agenciafinanceira.iol.pt/empresas/media-cnn-facebook-twitter-hi5-agencia-financeira/1146270-1728.html>





ter vindo a incentivar a sua utilização, suplantando a procura de informação noutros *media*.

Claro está que nunca poderemos esquecer estarmos a analisar o mundo cibernético e não a realidade mundial – como se sabe, a televisão e os seus conteúdos continuam a ser aqueles aos quais os cidadãos dão primazia, nomeadamente pelo acesso facilitado que têm à tecnologia utilizada e pela desnecessidade imediata de literacia específica. Dado o crescimento exponencial das redes promovidas pelo Facebook e Twitter, necessitamos compreender melhor a sua oferta.

Tal como outras redes sociais, o Facebook permite a criação de um perfil, nele sendo inserida informação pelo utilizador, desde dados como nome, idade ou estado civil, a informação como opções ideológicas, políticas, ou causas abraçadas. Existem mecanismos de manutenção de privacidade nesta rede, quando não mesmo o anonimato: a utilização de *nicknames*, a não colocação de fotos ou elementos pessoais, não parecendo as opções mais comuns, são possibilidades reais.

Os utilizadores podem apoiar causas, instituições ou pessoas, tendo igualmente a oportunidade de se juntarem a fóruns de discussão e debate. Podem ainda comunicar através de mensagens assíncronas (a priori, apenas visíveis para os mesmos), de um *chat*, e mediante *posts* públicos, acessíveis a todos os seus contactos. Nestes, os contactos directos do utilizador (ou indirectos, se assim determinado) poderão comentar o seu conteúdo, tendo ainda a possibilidade de partilhá-lo.

Actualmente, o Facebook é a rede social na Internet que reúne um maior número de adeptos (517.480.460 utilizadores a nível mundial, 149.976.980 indivíduos inscritos apenas na Europa<sup>3</sup>), suscitando uma tal devoção a ponto de suscitar a emergência de comportamentos patológicos<sup>4</sup>. 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<sup>5</sup>. 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*<sup>7</sup> 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.

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

<sup>3</sup> V. g.: <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/>

<sup>4</sup> Clínicas para tratar obsessão: <http://www.ionline.pt/conteudo/52583-viciados-no-facebook-ja-ha-clinicas-tratar-obsessao>.

<sup>5</sup> V.g.: <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/>

<sup>6</sup> V.g.: <http://www.tvi24.iol.pt/media-e-comunicacoes/facebook-redes-sociais-media-internet-agencia-financeira/1171052-5239.html>.

<sup>7</sup> Distingue-se do *blogging*, nomeadamente, pelo facto de apenas permitir um parco número de caracteres e por se encontrar relacionado com uma frequência de actualizações muito superior à do *blogging* (Java, Song, Finin & Tseng, 2007: 2).





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<sup>8</sup> (Correia, s/d: 4). De facto, com a convergência dos *media*, é agora possível a utilização do telemóvel para o envio de mensagens em substituição do acesso à *homepage*, permitindo a divulgação dos mais variados conteúdos a partir de qualquer local.

Claro que toda esta facilidade de acesso e não restrição de conteúdos detém implicações menos positivas: o perigo da desinformação, em especial de propagada pelos *hubs* mais fortes; rumores são rapidamente repetidos e amplificados através desta rede, em especial se gerados ou partilhados pelos membros com mais contactos.

Entre adeptos e pessimistas, ambos com fortes argumentos relativamente à matéria em apreço, 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 *media*, 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 *townhall* da Nova Inglaterra, algo que não parece ocorrer nos dias de hoje (Cardoso, 2003). Esta exigente mas desejável visão dos *media* foi grandemente criticada, em especial porque jamais seria igualitária: se, outrora, apenas os burgueses literados poderiam aceder aos conteúdos dos jornais, de forma a fomentar a troca de ideias, também agora apenas uma elite conseguiria participar plenamente numa tal instância.

Perante este estado da arte, alguns autores vêem nos novos *media* em geral, e nas redes sociais *online* em particular, uma forma não apenas de atingir o debate não conseguido nos *media* 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)

---

<sup>8</sup> A organização Reporters Sans Frontières (v.g. <http://en.rsf.org/>) luta pela liberdade de imprensa. Com sede em Paris, tem representações em vários países, sendo o seu *site*, construído em três idiomas, é um roteiro sobre agressões cometidas por governos autoritários contra jornalistas e órgãos de comunicação social (Moraes, 2001:8).



Esta possibilidade é ainda mais relevante se atentarmos ao desalento ante a vida política e ao descrédito crescente na Democracia<sup>9</sup> 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 *media* de massa e as elites políticas já mostraram o seu interesse em aderir à comunicação mediada por computador, em especial às redes sociais. Como afirma Castells, o estudo da transformação das relações de poder no novo espaço comunicacional deve considerar a interacção entre os actores políticos, agentes sociais e o negócio dos *media* (2007:254).

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 lobbies: 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<sup>10</sup>: 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 se congregam 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 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 redes sociais representam, assim, um papel extremamente relevante no tocante a grupos social, económica ou politicamente excluídos, dando voz a minorias ou permitindo a angariação de meios e a constituição de redes que partilhem os seus fins.

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,

---

<sup>9</sup> Segundo o Eurobarómetro, no tocante a Portugal, "*apenas 40 por cento dos inquiridos consideram-se satisfeitos com o funcionamento da democracia nacional, em comparação com uma média europeia de 53 por cento. Os níveis de satisfação com o funcionamento da democracia nacional são superiores apenas aos de Estados-membros do alargamento (NEM-12) como a Eslováquia (40%), a Eslovénia (37%), a Hungria (23%), a Letónia (21%), a Bulgária (21%), a Roménia (18%) e a Lituânia (18%)*" (Sumário Executivo, 2009, pág. 4).

<sup>10</sup> Mais de 70 milhões de europeus já acedem à Internet através do seu telemóvel, fazendo-o uma vez por semana e durante uma hora diária em média - Estudo da European Interactive Advertising Association (EIAA), v.g. [http://dn.sapo.pt/inicio/ciencia/interior.aspx?content\\_id=1512132&seccao=Tecnologia](http://dn.sapo.pt/inicio/ciencia/interior.aspx?content_id=1512132&seccao=Tecnologia).



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 cidadãos e ONG que tenham como objectivos a denúncia, a pressão e a consciencialização política<sup>11</sup> (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 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). Assim, a Internet e as demais tecnologias, tais como os telemóveis e o vídeo digital, capacitam as pessoas para a organização da política de uma forma que supera os limites de tempo, espaço, identidade e ideologia, resultando na expansão e coordenação de actividades que, possivelmente, não ocorreriam através de outros meios (Bennett, 2003: 6).

As redes activistas em torno de causas têm sido abordadas de modo diferente por diversos autores, existindo quem nelas veja um "exército em rede" (Holstein, 2002, n.p.) ou uma "máfia inteligente" (Rheingold, 2002). Não obstante, Bennett chama a atenção para a dificuldade em aceitar em tais visões, mais bélicas ou aproximadas de grupos de interesse, quando a organização não institucional e a inexistência de uma hierarquia a respeitar constituem elementos essenciais para a compreensão do trabalho em rede das comunidades activistas (2003: 9 e segs.). Como tal, o autor propõe a abordagem apresentada por Gerlach e Hines denominada SPIN: falamos de redes que sejam *segmentadas*, *policêntricas* e *integradas* :

- *segmentadas*, dada a fluidez das suas fronteiras em relação a organizações formais, grupos não institucionalizados e activistas singulares, onde a cooperação é uma constante;
- *policêntricas*, uma vez não existirem líderes mas sim centros de coordenação das actividades das redes;
- *integradas*, dada a sua estrutura horizontal, pressupondo o activismo por parte de todos os membros.

O primeiro caso estudado de uma movimentação popular organizada através da Internet teve lugar em Seattle, em 1999, aquando da reunião da Organização Mundial

---

<sup>11</sup> Veja-se o caso da Amnistia Internacional, uma das primeiras ONGs a aderir a utilizar a Internet: em 2001, dispunha de um milhão de membros em 160 países e de 50 *websites* (Moraes, 2001:7).



do Comércio. O mundo assistiu não somente à manifestação de cerca de cinquenta mil pessoas que encheram as ruas de Seattle num protesto contra o neoliberalismo, mas também a protestos em 82 outras cidades, incluindo EUA, Europa e América do Sul (Bennett, 2003: 25; Moraes, 2001: 9).

Nestes casos, a Internet demonstrou-se essencial quer para a organização das manifestações, quer para a transmissão e difusão global dos eventos. Deste modo, o protesto ganhou uma força global, determinando a *agenda setting* dos *mass media* e, conseqüentemente, da opinião pública. Como resultado, as cúpulas políticas foram obrigadas a cancelar o encontro, mostrando que as forças "perdedoras" do sistema económico haviam conseguido, através de uma relação de conflito, conquistar o poder que reivindicavam (Della Porta e Diani, 2006: 167).

#### IV. A comunicação em rede e os movimentos sociais

*Um movimento social é a tentativa colectiva, por um determinado número de pessoas, de alteração de indivíduos ou instituições e estruturas sociais*

(Zald and Ash, 1966).

O activismo parece hoje uma prática regular bem recebida pelos utilizadores das redes sociais: causas ambientais, defesa de direitos humanos ou reacção ante factos políticos são alvo de frequente atenção. Mas será ele o reflexo de movimentos sociais ou simplesmente o somatório de um conjunto de actos individuais de protesto partilhados?

Muitos autores têm procurado definir aquilo a que, entre as várias acções colectivas possíveis, comumente se apelida de *movimento social*. Esta reflexão tem gerado, ora maior exigência na descrição dos elementos que compõem tal realidade (criando noções mais ou menos abertas), ora a negação do próprio conceito<sup>12</sup>.

Para Della Porta e Diani (2006: 20), os movimentos sociais compreendem necessariamente três componentes: *relações de conflito*; *redes* intrincadas *entre os actores envolvidos*; e uma *identidade colectiva*, duradoura, que vai para além da vontade singular ou do mero evento delimitado no tempo. Detenhamo-nos nestes aspectos.

Aquando da eclosão de um movimento social, os indivíduos encontram-se envolvidos em relações de conflito com adversários claramente identificados, ambos procurando o controlo de um mesmo objecto. Deste modo, aqueles directamente envolvidos em movimentos sociais deverão ser considerados desafiadores/defensores da autoridade institucional existente, seja ela de índole política, corporativa, religiosa ou educativa (Snow, Soule & Kriesi, 2007: 8/9).

A definição de estratégias, a coordenação de iniciativas e a regulação das condutas individuais dependem de permanentes negociações entre indivíduos e organizações envolvidas, desenvolvidas através de contactos estabelecidos em redes informais. Esta

---

<sup>12</sup> A título de exemplo, é esta a posição de Dieter Opp, quando afirma preferir a noção de grupo de protesto à de movimento social, definindo-o como *uma colectividade de actores que pretendem alcançar o seu objectivo ou objectivos partilhados, influenciando as decisões de um alvo* (2009: 41).



organização pode assumir diversos tipos e graus, mas em nenhum caso um indivíduo, por si só, representa um movimento dado que este último pressupõe a existência de vontades comuns de diferentes actores.

Finalmente, estes actores partilham uma identidade colectiva que traduz um compromisso com a causa para lá de um determinado número de protestos ou do cúmulo de algumas campanhas específicas (Snow, Soule & Kriesi 2007: 10/11). Assim, como afirmam Della Porta e Diani (2006: 23), *a dinâmica de um movimento social encontra-se em curso quando episódios individuais de acção colectiva são percebidos enquanto componentes de uma acção mais duradoura, em vez de discretos eventos (...)*.

Ainda que uma Democracia representativa pressuponha representados os interesses dos cidadãos, não deixa de ser visível a desilusão destes últimos face às organizações políticas institucionalizadas, conduzindo ao desenvolvimento de novas formas de participação (Cardoso & Neto, 2003: 108). A par de ferramentas institucionais há muito utilizadas, como o trabalho prestado a partidos políticos ou a participação em reuniões politizadas, surgem novos meios de realização da política como assinatura de petições, boicotes, ocupações, manifestações, cortes de trânsito e greves não sindicalizadas (2006: 166), algumas das quais começam a ser, quando não iniciadas, pelo menos divulgadas através das redes sociais.

O conceito de *protesto* é, também ele, controverso. Constituindo uma das formas de acção colectiva, não é a única, nem possui necessariamente um intuito radical ou conflituoso, antes assumindo-se como meio de acção não-ortodoxo que visa a mobilização da opinião pública para exercício de pressão sobre os decisores políticos (Della Porta e Diani, 2006: 165).

Isto reconduz-nos à questão da origem dos movimentos sociais: dada a influência que já detêm, as organizações próximas do poder não recorrem a este tipo de estratégia. Pelo contrário, *o protesto é uma fonte política dos não poderosos* (Lipsky, 1965): àqueles comprometidos com uma causa comum e que visam pressionar os seus "opositores" institucionalizados impõe-se dar visibilidade às suas acções de modo a angariar a simpatia da opinião pública.

O apoio de causas no quadro das redes sociais surge normalmente como resultado da acção de grupos formais, ou informais, com capacidade de mobilização de outrem, pois o seu sucesso depende da capacidade de passar a palavra e conseguir que terceiros desencadeiem uma acção que, pelo menos, resulte em apoio público de uma dada posição. O argumento que aqui podemos deixar é o de que os apoios a causas nas redes sociais possuem características de relações de conflito, redes de menor ou maior integração entre os envolvidos e a formação de uma identidade colectiva. Este último ponto, que podemos considerar mais controverso, encontra eco quando a adesão passa a ser listada nos perfis individuais de cada um dos que dão o seu apoio e, como tal, parte partilhável da identidade pessoal face a terceiros. Pode-se assim argumentar que os movimentos sociais também se forjam na Internet nas redes sociais.



## V. De Washington a Teerão, passando por Maputo: as redes entre o simbolismo e a acção

*"Percebe-se que as redes sociais virtuais são canais de grande fluxo na circulação de informação, vínculos, valores e discursos sociais, que vem ampliando, delimitando e mesclando territórios"*

(Machado & Tijiboy 2003)

A utilização da Internet durante a campanha eleitoral de Barack Obama, em 2008, tem sido muitas vezes referenciada, sendo apontada como uma das principais razões do sucesso eleitoral do actual Presidente dos EUA. O *site* da campanha, a presença de Obama nas várias redes sociais – em particular no Facebook – a *mailing list* de apoiantes, entre outros aspectos, marcaram fortemente esta campanha, a qual se tornou de algum modo num modelo inspirador das várias candidaturas que desde então têm ocorrido um pouco por toda a Europa. (Plouffe, 2009). De alguma forma poderíamos argumentar que o modelo de campanha de Obama foi apropriado e reinventado no contexto pós-eleitoral iraniano de 2009, assumindo a forma de movimento social gerado nas redes sociais e trazido para as ruas da capital Teerão. Perante o resultado das eleições de Junho de 2009 – Mahmoud Ahmadinejad declarado vencedor duas horas após o encerramento das urnas –, a população iraniana rebelou-se por conceber fraudulento o resultado. Apoiando o principal líder da oposição, o candidato reformista Mir Hussein Mousavi, os cidadãos organizam-se no apelidado *Green Movement*<sup>13</sup>, até hoje activo contra todos os esforços da polícia estatal<sup>14</sup>.

Perante as reacções populares e os sentimentos partilhados nas mesmas, pretendemos demonstrar não somente a existência de um verdadeiro movimento social transposto e desenvolvido através das redes sociais *online* mas também a existência de comunidades virtuais que o utilizam enquanto ferramenta de protesto. Aliás, a essencialidade da CMC é de tal modo evidente que os próprios visados pelo movimento não apenas censuram as informações veiculadas como chegam mesmo a inviabilizar as conexões das redes em momentos fulcrais da política interna.

Antes de mais, a relação de conflito instalada entre aqueles que detêm o poder e a autoridade institucionalizada (no presente caso o governo de Ahmadinejad e o Conselho dos Guardiães que validou a sua alegada vitória) e aqueles que pretendem afastar o mesmo poder de tais mãos, em prol de uma mudança de regime (o que inclui, claro está, não apenas Mousavi e todos os seus apoiantes políticos, como os cidadãos que, nas ruas de Teerão e nas redes sociais *online*, exigem a realização de um novo escrutínio).

A forma de organização de todos aqueles que pretendem a impugnação das eleições é, de facto, baseada numa rede informal: sem qualquer tipo de hierarquia pré-estipulada ou relações de origem vertical, os cidadãos defendem os seus interesses comuns numa

<sup>13</sup> V. g.: <http://translate.google.pt/translate?hl=pt-PT&sl=en&tl=pt&u=http%3A%2F%2Fwww.cbsnews.com%2Fstories%2F2010%2F06%2F10%2Fopinion%2Fmain6568553.shtml&anno=2>

<sup>14</sup> A Federação Internacional dos Direitos Humanos (FIDH) declarou que cerca de duas mil pessoas foram detidas em apenas 15 dias de protestos: <http://aeiou.expresso.pt/musavi-insiste-em-novas-eleicoes-no-irao=f523600>



relação democrática de igualdade – o que, obviamente, nunca porá em causa o poder de iniciativa mais ou menos presente em cada um dos elos existentes. Mousavi poderá incitar ao protesto mas não dependem dele todas as iniciativas ligadas ao Movimento Verde. Quanto muito, constituirá um *hub* mas nunca poderá ser tido como um líder nas relações entre as comunidades que professam o interesse comum da Democracia e do pluralismo no Irão.

Tão importante quanto as anteriores referências, temos bem presente uma identidade colectiva: não falamos de um protesto passageiro, de uma manifestação única: estamos perante um sentimento colectivo, partilhado por massas, de que a justiça de um processo político deverá sobrevir. Para tal, esforços são reunidos, são criadas formas de comunicação entre todos os apoiantes (singulares ou colectivos), são desenvolvidos relatos pessoais para que, globalmente, todos possam acompanhar o desenrolar dos acontecimentos políticos e sociais no Irão.

A consciencialização crescente da essencialidade do mundo político virtual não tem lugar somente entre cidadãos: os próprios *media* tradicionais começam a prestar atenção aos conteúdos divulgados por comunidades virtuais, às petições que circulam através delas, às manifestações pacíficas que vão sendo organizadas por esta via. Na verdade, a atenção a mobilizações por parte daqueles não é muita: dedicados ao “agora” e esquecendo a contextualização da informação, as acções activistas que não consubstanciem protestos ou manifestações violentas raramente captam a atenção dos *media*, o que implica, não raro, um completo desconhecimento dos fins ou pretensões das organizações envolvidas por parte do receptor mediático (Bennett, 2003: 3).

O facto de o Twitter ter sido o canal de alerta para a fraca cobertura dos *media* tradicionais sobre o Movimento Verde parece-nos demonstrativo do anteriormente advogado. De facto, “a 13 de Junho de 2009, quando começou a escalada dos protestos, ignorada pelos *media* iranianos, no Twitter, a informação corria em tempo-real”<sup>15</sup>. Referindo-se especificamente à CNN, a rede criou um movimento de *gatewatching* em que cidadãos questionavam a qualidade e verdadeiras intenções da informação veiculada pelos *media*. Influenciada ou não por este alerta, a verdade é que as atenções têm sido redobradas por parte daquela empresa (De Tolledo, s/d: 5). Assim sendo, o *agenda setting* dos activistas junto dos meios de comunicação social em geral pode produzir transformações no modo como se estabelecem prioridades nos *mass media* (Correia, s/d: 4/5) – a forma de “favorecer as “estórias” esquecidas, as fontes marginalizadas e o retorno à sociedade civil e às suas dinâmicas informais em prejuízo da informação pré-fabricada e seleccionada, concentrada nos mecanismos institucionais” (s/d: 5 e segs.).

A tal acresce o facto de os interesses políticos e económicos nem sempre se afastarem do meio da Comunicação Social, chegando mesmo a coincidir com os dos opositores do movimento social (Moraes, 2001: 4; Castells, 2007: 250). É o caso iraniano: manipulando os *media* nacionais, que apenas podem veicular manifestações de apoio a Ahmadinejad, o actual líder chegou a proibir a cobertura dos protestos pelos *media* internacionais<sup>16</sup>. Zuckerman acredita mesmo que *a razão pela qual os social media são*

<sup>15</sup> V. g.: Twitter: Uma janela para o Irão: <http://aeiou.visao.pt/twitter-uma-janela-para-o-irao=f513147>

<sup>16</sup> Perante o anúncio de uma manifestação, as carteiras profissionais dos jornalistas que trabalham para *media* estrangeiros foram declaradas inválidas por um período de 48 horas: <http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/551691>





*tão interessantes reside no facto dos meios de comunicação internacionais não possuírem correspondentes no terreno*<sup>17</sup>.

Conscientes do dinamismo destas comunidades que utilizam os novos *media* como um dos principais veículos de interacção, as forças apoiantes de Ahmadinejad têm operado de duas formas distintas: não só censuram conteúdos e inviabilizam a utilização de *sites, blogs*<sup>18</sup>, redes sociais virtuais e até da rede telefónica móvel, como encarceram os responsáveis pela veiculação de informação que não seja vista como favorável ao regime<sup>19</sup>. E tal consciência não teve lugar apenas após o início dos protestos, pois de outro modo não se justificaria a suspensão do Twitter horas antes das eleições<sup>20</sup>.

Relativamente a este tipo de censura, os utilizadores de CMC têm procurado advertir para formas de difusão de informação, em especial quando utilizados os dois *tags* mais comuns: *IranElection* e *gr88* (referência à Green Revolution e ao actual ano no calendário persa: 1388)<sup>21 22</sup>. Nestes casos, aconselham-se os utilizadores do Twitter a não revelar o seu IP, a não denunciar de qualquer modo o nome ou localização de uma fonte genuína do Movimento Verde, ou mesmo a responder de forma impetuosa, uma vez que as forças de segurança se encontram a utilizar a mesma rede social<sup>23</sup>.

Assim, parece inegável que o Governo Iraniano de Ahmadinejad teme os *media* em geral e as redes sociais *online* em particular: de facto, não se censuram pólos que não detêm qualquer poder no espectro interno ou internacional. Ainda que tal não advogue a essencialidade daquelas, parece inegável que a censura, em especial em momentos fulcrais da política, indiciam uma importância, nem que seja em potência.

Tal como em outros movimentos sociais ou demais acções colectivas, também no caso do Irão as redes sociais *online* têm sido fortemente utilizadas. Se atentarmos às mesmas, veremos um vasto conjunto de comunidades virtuais, partilhando uma finalidade comum, numa relação de igualdade e lealdade entre os seus elementos, não recorrendo a quaisquer hierarquias; onde o espaço é muitas vezes ultrapassado, transpondo-se as questões nacionais para a realidade internacional; e onde a deliberação conjunta é realizada frequentemente através de mediação cibernética. Com este tipo de comunicação (de muitos para muitos), cidadãos e ONG têm conseguido mobilizar apoiantes por todo o mundo, alinhando acções de protesto mundiais ou recolhendo assinaturas para petições, permitindo visibilidade global a uma questão nacional.

Um caso demonstrativo da importância da rede social *online* Twitter teve lugar a 15 de Junho de 2009, quando se colocou a possibilidade de suspensão do funcionamento da rede para a sua manutenção. Ante a preocupação sentida pelos utilizadores iranianos e

<sup>17</sup> V. g.: [http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617\\_803990.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617_803990.htm)

<sup>18</sup> Ante a organização de um protesto estudantil, "as autoridades bloquearam a maioria dos sites de estudantes": <http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/551691>

<sup>19</sup> "Na sequência dos protestos contra a reeleição de Mahmud Ahmadinejad, quatro mil pessoas foram detidas, entre elas, mais de cinquenta *bloguers* e jornalistas": <http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/541076>

<sup>20</sup> V.g.: <http://boingboing.net/2009/06/15/iranian-election-upr.html>

<sup>21</sup> *Os dois únicos hashtags considerados legítimos e utilizados pelos bloggers neste contexto são iranelection and #gr88; os demais podem induzir à diluição da conversação* <http://www.boingboing.net/2009/06/16/cyberwar-guide-for-i.html>

<sup>22</sup> A título de exemplo: ao acedermos à página de Mousavi no Twitter, podemos ler: *#iranelection In case of the arrest of any of the Green movement's leaders, take to the streets in Tehran: Enghelab to Azadi. Tell everyone. (10:50 PM Dec 30th, 2009)*

<sup>23</sup> V.g.: <http://www.boingboing.net/2009/06/16/cyberwar-guide-for-i.html>



os seus seguidores por todo o mundo, dado terem decorrido apenas dois dias desde a divulgação do resultado das eleições e do início dos protestos, os responsáveis pelo Twitter optaram por adiar o procedimento<sup>24</sup>. Tal preocupação parece plausível quando observamos que uma das mais populares páginas do Twitter, contando com mais de 25.631 seguidores, dedicada ao candidato reformista<sup>25</sup>. A título de curiosidade, refira-se que Mousavi detém igualmente um perfil no Facebook<sup>26</sup>, onde reúne 3.966 contactos, um canal no Youtube<sup>27</sup>, cujas entradas chegam às quase 70.000 visualizações, e uma página no Flickr, onde reúne fotos dos protestos que têm lugar em seu nome<sup>28</sup>.

**Fig. II - Perfil de Mir Hossein Mousavi no Facebook**



Fonte: <http://www.facebook.com/home.php?#!/mousavi?ref=search>

Não obstante, vários autores defendem não nos encontrarmos perante uma verdadeira revolução dos meios utilizados para a concertação dos movimentos sociais, mas antes perante uma crescente utilidade para a visibilidade global, por vezes apenas fruto de um determinado contexto internacional.

Acreditamos ser impossível justificar todo o desenvolvimento e coordenação de um movimento social através de redes *online*. Mishra advoga que o número de cidadãos que utilizam este tipo de redes é demasiadamente parco quando comparado com o tamanho dos protestos a que temos vindo a assistir<sup>29</sup>. E se é verdade que o cidadão se encontra munido de meios que permitem o relato pessoal de experiências e o acesso a todo o tipo de informação e valores partilhados por determinadas comunidades (Castells, 2007: 256), não é menos verdade que nem todos terão acesso a estas plataformas. Deve, contudo, ser salientado o peculiar caso iraniano: com uma

<sup>24</sup> V.g.: [http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617\\_803990.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617_803990.htm)

<sup>25</sup> V.g.: <http://twitter.com/mousavi1388>

<sup>26</sup> V.g.: <http://www.facebook.com/mousavi1388>

<sup>27</sup> V.g.: <http://www.youtube.com/mousavi1388>

<sup>28</sup> V.g.: <http://www.flickr.com/photos/mousavi1388>

<sup>29</sup> V.g.: [http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617\\_803990.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617_803990.htm)



população muito jovem (média de 26,4 anos de idade<sup>30</sup>), mais de 23 milhões de iranianos possuíam ligação à Internet em 2007 e 29.77 milhões tinham telemóvel<sup>31</sup> – números relevantes quando a população iraniana em 2008 era de pouco menos de 66 milhões (De Tolledo, s/d: 4).

Toda esta análise deve ser moderada pelo facto de que, como acontece nas demais comunidades *online*, muitos dos participantes são meros espectadores que aderem a um grupo do Facebook ou acolhem um contacto no Twitter sem, de facto, materializarem esse apoio no mundo da política *offline* (Chong, 2009: 18). É mais razoável afirmar que apenas alguns dos cidadãos utilizam o Twitter para a organização de protestos no Irão, sendo os *blogs*, SMS e mesmo a comunicação *offline* meios mais comuns para a organização interna.

Não devemos esquecer que nem todos os envolvidos se mostram interessados numa participação activa nas redes sociais *online*: os “coleccionadores de perfis”, que raramente procuram a interacção com os seus contactos, são disso exemplo. A *contrario*, também temos verdadeiros “promotores de debate público”, como já notado por alguns autores: “*observa-se nas redes agentes estratégicos que funcionam como dinamizadores do fluxo de informações e interconexões, que estimulam o debate, propõem, desafiam os demais membros do grupo chamando-os à participação e geram ou aliviam tensões na articulação das diferenças*” (Machado & Tijiboy, 2003:4). Tal como acontece na sociedade não mediada pela Internet, a participação activa não interessa a todos os cidadãos, pelo não devemos esperar interacção e interesse por parte de todos os envolvidos nas redes sociais. Não devemos olvidar que são as pessoas a utilizar as plataformas digitais para realizarem os seus propósitos e não o inverso: através delas, poderão ser suscitadas curiosidades, poderá ser possível informar e mesmo educar. Mas as redes nunca poderão sobrepor-se à vontade humana na sua utilização: há que mostrar as possibilidades e ter consciência de que não passam disso mesmo. No fundo, a verdadeira questão reside em saber se os utilizadores fazem das comunidades virtuais um meio para se fazerem ouvir quando mais nenhum outro o permite, se apenas repercutem *online* as atitudes que apresentam *offline*, ou se os anteriores desinteressados no debate público criam novos interesses e aptidões para participarem socialmente.

Contudo, a mobilização e a publicitação internacional dos acontecimentos já muito deverão àquela rede social, permitindo igualmente a ligação com os exilados políticos (Chong, 2009: 18): como afirma Correia, “*um dos mais importantes elementos da comunicação mediada por computador é a sua habilidade para permitir o diálogo de muitos com muitos e a sua capacidade para facilitar comunicação entre grupos e indivíduos geograficamente dispersos*” (Correia, s/d: 4).

Mas nem todos os resultados na utilização desta e de outras rede virtuais são positivos: o proliferar sem limites da informação corre o risco de, em vez de informar, criar o caos informativo. No fundo, falamos de uma confusão generalizada e da emergência de certas formas de autismo (Rheingold, 1993), na multiplicação de visões pessoais, de informações pouco fidedignas ou com intuítos menos claros que poderá conduzir àquilo que Correia apelida de “*ausência de reflexividade paralisada pelo novo valor fetiche que constitui a velocidade em tempo real*” (s/d: 6). A esfera pública enquanto concretização

<sup>30</sup> V.g.: [http://www.middleeastdirectory.com/cs\\_iran.htm](http://www.middleeastdirectory.com/cs_iran.htm)

<sup>31</sup> V.g.: [http://www.middleeastdirectory.com/cs\\_iran.htm](http://www.middleeastdirectory.com/cs_iran.htm)



democrática encontra, de facto, um óbice: o chamado fosso digital, o sentido crítico que nos permita deslindar a informação do ruído ou o conhecimento das "leituras baseadas apenas num qualquer senso comum" tornam-se tanto ou mais imprescindíveis na concretização da Democracia através das redes *online* (idem, 2006: 401; Correia, s/d: 6 e segs). No entanto, parece-nos seguro considerar a hipótese que a informação sobrevive fora do contexto das notícias e da mediação exclusiva dos jornalistas. Não vivemos numa realidade da comunicação de massa nem num contexto da sua total irrelevância. A comunicação em rede (Cardoso 2009) pressupõe a convivência e interdependência, não só de modelos comunicativos, mas também de diferentes actores, sejam eles utilizadores, jornalistas ou participantes (Silverstone, 2006).

## VI. Até onde chegam as vozes?

Como vimos, o debate e o fluxo de informação parecem constituir, por si só, uma mais valia. Não obstante muitas das opiniões proferidas nas redes sociais na Internet pretenderem a alteração do *status quo*, quererão ser ouvidas pelos poderes em geral: mas serão consequentes? Silveirinha acredita que não: "*na ciber-organização, pelo facto de as pessoas não desenvolverem acções face-a-face, laços fortes de 'grupos de afinidade', podem limitar-se a manter uma espécie de 'públicos virtuais', sem poder de acção e de influência, substituindo simplesmente a batalha política pela ciberluta, mais ou menos inconsequente*" (s/d: 12). Também Boyd defende a inexistência de uma relação directa entre a informação veiculada através das novas tecnologias e aqueles que deveriam ser os seus destinatários: embora a tecnologia forneça um fórum público no qual as pessoas possam expressar diferentes pontos de vista político, isso não garante que tais opiniões sejam ouvidas" (2005: 3). Segundo a autora, embora parte da população tenha sido aliciada a participar politicamente através das redes virtuais, a verdade é que as novas tecnologias não têm permitido que tais vozes atinjam, em regra, as cúpulas políticas (2005: 7). No caso em apreço, a análise não é fácil e os resultados não são pacíficos. Antes de mais, porque teremos que analisar que resultados são pretendidos e, no fundo, o que significa participação política para cada um de nós. A informação e o debate, sem um fim que não sejam eles mesmos, deverão ser descurados? Facto é que, por esta via, a autoridade iraniana é questionada, o poder dos "insiders" é posto em causa e os opositores perdem simpatias. Não obstante, estarão as vozes indignadas a atingir o seu objectivo primário – i.e., recuperar de novo o exercício de voto e o desintegrar do governo de Ahmadinejad? De acordo com Chong, o actual regime começa a revelar algumas fissuras: a libertação de alguns prisioneiros, de forma a demonstrar a boa vontade islâmica, ou mesmo o modo como tem lutado de modo ineficaz contra a divulgação internacional de informação, demonstrando alguma fragilidade ante os cidadãos revoltosos e os seus apoiantes, poderão conduzir, quiçá, a uma alteração futura da realidade política e social iraniana. No entanto, tal não passa de mera especulação, muito em prol do facto de Ahmadinejad deter a seu favor um regime militar (Chong, 2009:24). A este propósito, Boyd lembra que a Democracia não poderá ser olhada em termos puramente quantitativos, ou baseados nas instituições tidas por agentes políticos *per se*, sendo o próprio processo um elemento de extrema relevância: *é importante incentivar o contacto e a influência entre diversos grupos sem, contudo, esmagar o indivíduo. As pessoas devem ser capazes de encontrar significado pessoal no processo* (2005:11).



O Movimento Verde iraniano representa também um exemplo prático da adopção de um modelo comunicativo em rede, em que múltiplas tecnologias de mediação são articuladas entre si e em torno de um dado objectivo. Podemos assim dizer que no contexto de protesto existem representações sobre o papel que cada *media* poderá ter – i.e. as matrizes de *media* (Meyrovitz, 1985) – no atingir de objectivos de autonomia política. A par dessas representações há estratégias de autonomia comunicativa baseadas em dietas de *media* (Colombo, 1993) que combinam diferentes redes tecnológicas com o objectivo de gerir redes sociais, seja através do *bluetooth* do telemóvel, da rede de telemóveis ou da Internet. O caso iraniano aqui analisado demonstra também a predominância da rede social sobre a rede tecnológica, como é exemplificado pela adopção do *bluetooth* após o corte de envios na rede telefónica para o uso de SMS: nesse contexto a população usou o *bluetooth* para distribuir vídeos e *flyers* digitais em locais públicos como os cinemas, parques ou transportes. De algum modo as mesmas lógicas podem ser detectadas nos protestos em Moçambique de Setembro de 2010 onde, após o anúncio do aumento de preços de bens essenciais como o pão, uma mensagem de SMS começou a circular apelando ao protesto. Essas mensagens acabaram por se traduzir em protestos e depois conflito com as autoridades nas ruas de Maputo e de outras zonas do país, tendo resultado em vários mortos. Como forma de gestão desse conflito aparentemente o governo ou as próprias empresas, antes de anunciar o não aumento de preços, bloquearam durante algumas horas o envio de SMS permitindo apenas a comunicação de voz e de dados de acesso à Internet. Os protestos moçambicanos permitiram também o surgir de práticas informativas baseadas na articulação entre jornais e redes sociais, como no caso do jornal @verdade. Durante as horas de maior tumulto nas ruas de Maputo, um jornalista do @verdade e amigos do Facebook, tanto do jornal como do jornalista, trocavam a partir da rua via Blackberry ou de computadores de casas e escritórios informação sobre os locais seguros e sobre a dimensão dos protestos em diferentes zonas da cidade. O jornalista mediava e dava também a quem estava no Facebook a certificação, ou validação, da informação que ia chegando. Por sua vez, esse espaço de partilha no Facebook levou ao surgir de uma campanha pela paz em Moçambique e foi também através do @verdade nessa rede social que se questionava sobre quem tinha um dado operador e conseguia ou não enviar mensagens.

De algum modo, o caso moçambicano demonstra-nos uma realidade dual no que se refere às redes sociais. Por um lado, alguns têm apenas acesso às redes de telemóvel e não às redes de Internet móvel – dado o custo de equipamentos e ligações de dados – esses são também aqueles que nas ruas protestam contra o custo de vida. Por outro lado temos os que usam as outras redes sociais, neste caso o Facebook, para compreender o que está a acontecer em torno do protesto e como não ser apanhado pelo mesmo. Por último, temos o Governo e as empresas de telecomunicações que podem gerir que tipo de uso pode ser permitido em termos de acessos, controlando as portas de acesso à comunicação.

O que os três exemplos geográfica e socialmente diferenciados (EUA, Irão e Moçambique) nos revelam é um presente onde germina, independentemente de onde estamos ou de onde olhamos, um espaço de *Comunicação em Rede* e é pensando a partir desse paradigma que poderemos compreender como se apoia causas e se protesta no nosso tempo.



## Referências bibliográficas

- AROLDI, P. & COLOMBO, F. (2003). *Le Età della Tv*, Milano:VP Università
- BARABÁSI, A. (2002). "Linked. How Everything is Connected to Everything else and What it means for Business, Science and Everyday Life" in RECUERO, Raquel da Cunha (2004). *Comunidades virtuais na Internet: Considerações iniciais*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- BENNETT, W. (2003), *New Media Power: the Internet and global activism in Contesting Media Power*, Nick Couldry and James Curran, Rowman and Littlefield, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://depts.washington.edu/gcp/pdf/bennettmnpower.pdf>
- BOEDER, P. (2005). "Habermas's Heritage: The Future of the Public Shpere in the Network Society", *Revista First Monday*, Volume 10, Nº 9 [Consulta em 20 Jun. 2010] disponível em <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1280/1200>
- BOYD, D. (2005). *Sociable Technology and Democracy*, [Consulta em 20 Jun. 2010] disponível em <http://www.danah.org/papers/ExtremeDemocracy.pdf>
- BUCHANAN, Mark (2002). "Nexus: Small Worlds and the Groundbreaking Theory of Networks" in RECUERO, Raquel da Cunha (2004). *Comunidades virtuais na Internet: Considerações iniciais*, [Consulta em 22 Set. 2010] disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- 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. (1999). "A Internet Enquanto Comunidade: uma caracterização qualitativa e quantitativa da realidade portuguesa" in *Internet, Telecomunicações e Sociedade de Informação – 2000-2010*, Lisboa: Instituto de Comunicações de Portugal
- CARDOSO, G. (2003). *Internet*, Lisboa: Quimera
- CARDOSO, G. (2006). *Os Media na Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- CARDOSO, G. (2007). *The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship*, Lisboa: lulu.com and CIES-ISCTE, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.obercom.pt/en/content/mPublications/35.np3>
- CARDOSO, G. (2008). *From Mass to Network communication: Communicational models and the Informational Society* in *International Journal of Communication*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/19/178>
- CASTELLS, M. & CARDOSO, G. (2005). *The Network Society: From Knowledge to Policy*, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations
- CASTELLS, M. (2002). *A Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- CASTELLS, M. (2006). *Observatorio global: crónicas de principios de siglo*, Barcelona: La Vanguardia Ediciones
- CASTELLS, M. (2007). *Communication, Power and Counter-Power in the Network Society*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em [http://www.itu.dk/stud/speciale/specialeprojekt/Litteratur/Castells\\_2007%20-%20Communication%20power%20in%20the%20network%20society.pdf](http://www.itu.dk/stud/speciale/specialeprojekt/Litteratur/Castells_2007%20-%20Communication%20power%20in%20the%20network%20society.pdf)





- CASTELLS, M. (2009). *Communication Power*, Oxford: Oxford University Press
- CHONG, S. (2009). *Social Media and the Social Movements in Contentious Politics: Understanding New Movements in Iran and Egypt*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em [www.scribd.com](http://www.scribd.com)
- COLOMBO, F. (1993). *Le nuove tecnologie della comunicazione*, Milan: Bompiani
- CORREIA, João Carlos (s/d). *Cidadania, Comunicação e Literacia Mediática*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/correia-joao-carlos-Media-Publico-Literacia.pdf>
- DE TOLLEDO, G. (2009). *Conflitos Pós-eleições no Irão e Ciberactivismo no Twitter*, [Consulta em 18 Set. 2010] disponível em <http://www.scribd.com/doc/17882410/Conflitos-POSELEICOES-no-Ira-e-Ciberativismo-no-Twitter>
- DELLA PORTA, D. and DIANI, M. (2006). *Social Movements – an introduction*, USA: Blackwell Publishing
- DIETER OPP, K. (2009). *Theories of Political Protest and Social Movements*, New York: Routledge
- EKMAN, C. (2007). *Cyber Activism and SMS Propaganda*, [Consulta em 18 Set. 2010] disponível em [http://kiosk.nada.kth.se/utbildning/grukth/exjobb/rapportlistor/2007/rapporter07/ekman\\_carolin\\_07101.pdf](http://kiosk.nada.kth.se/utbildning/grukth/exjobb/rapportlistor/2007/rapporter07/ekman_carolin_07101.pdf)
- 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 RECUERO, Raquel da Cunha (s/d). *Comunidades virtuais - Uma abordagem teórica*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)
- HARTLEY, J. (1992). "The Politics of Pictures: the creation of the public in the age of popular media" in BOEDER, Pieter (2005). *Habermas's Heritage: The Future of the Public Shpere in the Network Society*, Revista First Monday, Volume 10, Nº 9, [Consulta em 20 Jun. 2010] disponível em <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1280/1200>
- HIAMANEN, P. (2006). "Challenges of the Global Information Society" in CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (2005). *The Network Society: From Knowledge to Policy*, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations
- HOLSTEIN, W. J. (2002). *Online, the Armies Have No Borders* New York Times, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.nytimes.com/2002/04/28/business/business-online-the-armies-have-no-borders.html>
- JAVA, FININ; SONG & TSENG, *Why We Twitter: An Analysis of a Microblogging Community*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.springerlink.com/content/5jx017u8158r7q14/>
- LIPSKY, M. (1965). *Protest and City Politics*, Chicago: Rand McNally & Co
- LIVINGSTONE, S. (1999). *New Media, New Audience?*, New Media & Society 1 (1): 59-66





- MACHADO, J.R. & TIJIBOY, A. V. (2003). *Redes Sociais Virtuais: um espaço para efectivação da aprendizagem cooperativa*, [Consulta em 20 Jun. 2010] disponível em [http://www.cinted.ufrgs.br/renote/maio2005/artigos/a37\\_redessociaisvirtuais.pdf](http://www.cinted.ufrgs.br/renote/maio2005/artigos/a37_redessociaisvirtuais.pdf)
- MEYROVITZ, J. (1985). *No sense of Place. The impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press
- MIARD, F. (2009). *Mobile Phones as a Tool for Civil Resistance*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em [http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research3\\_miard.pdf](http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research3_miard.pdf)
- MORAES, D. (2001). *O Activismo Digital*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>
- ORTOLEVA, P. (2004). "O Novo Sistema dos Media" in Paquete De Oliveira, J.M.; Cardoso, G.; Barreiros, J. (2004). *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, Lisboa: Quimera
- PAQUETE DE OLIVEIRA, J.M.; CARDOSO, G.; BARREIROS, J. (2004). *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, Lisboa: Quimera
- PLOUFFE, D. (2009). *The Audacity to Win – The Inside Story and Lessons of Barack Obama Historic Victory*, New York: Viking
- RECUERO, R. C., (2004). *Comunidades virtuais - Uma abordagem teórica*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/>
- RHEINGOLD, H. (1993). "The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier" in CORREIA, João Carlos (s/d). *Cidadania, Comunicação e Literacia Mediática*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/correia-joao-carlos-Media-Publico-Literacia.pdf>
- RHEINGOLD, H. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, New York: Perseus;
- SCHROEDER, S. (2005). *The Internet as a Tool for Political Activism in China*, [Consulta em 20 Set. 2010] disponível em <http://globalmon.civiblog.org/attachments/1774557/Chinainternettoolforpoliticalactivism2.pdf>
- SHIHAO, C. (s/d). *Social media and social movements in contentious politics: Understanding new movements in Iran and Egypt*, [www.scribd.com](http://www.scribd.com)
- SILVEIRINHA, M. J. (s/d). *Novos Media, Velhas Questões*, [Consulta em 20 Jun. 2010] disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-maria-joao-novos-media-velhas-questoes.html>
- SILVERSTONE, R. (1994). *Television and Everyday Life*, London: Routledge
- SILVERSTONE, R. (2006). *Media and Morality: on the Rise of Mediapolis*, Oxford: Polity;
- SNOW, SOULE & KRIESI (2007). *The Blackwell Companion to Social Movements*, Oxford: Blackwell Publishing
- THOMPSON, J. B. (1995). *The Media and Modernity*, Cambridge: Polity Press
- WOLTON, D. (1999). *Internet et Après? Une Théorie Critique des Nouveaux Médias*, Paris: Flammarion



ZALD and ASH (1966). "Social Movement Organizations: Growth, Decay and Chang" in OPP, Dieter (2009). *Theories of Political Protest and Social Movements*, New York: Routledge

### **Relatórios e peças jornalísticas:**

Department for Communities and Local Government, UK: *On Line Social Networks, Research Report*, [Consulta em 18 Set. 2010] disponível em <http://www.communities.gov.uk/documents/communities/pdf/1000435.pdf>