

À memória de Ana Maria Cardoso

Agradeço a todos os meus amigos do *Facebook* que não hesitaram em colaborar comigo, e aos meus orientadores pela motivação e confiança.

## **Resumo**

**O Eu *Online*, Etnografia reflexiva sobre práticas dos portugueses no *Facebook***

**Palavras-chave: desempenho, *Facebook*, partilha, utilizadores**

Luísa Remechido

I.S.C.T.E. – I.U.L.

Lisboa – Portugal

A proposta deste trabalho é conhecer que práticas têm os portugueses no *Facebook*, como lidam com as tecnologias e como se apresentam através delas aos outros. Procurou-se descortinar uma correspondência entre as suas condutas *online* e *offline*, através de uma pesquisa etnográfica, observando-se tipos de actividades desenvolvidas. Foram identificados vários desempenhos *online*, nomeadamente a dedicação a formas de activismo, e se alguns dos utilizadores transportaram para a plataforma causas que já defendiam *offline*, outros iniciaram já na plataforma as suas formas de activismo.

Apesar de não ser correcto afirmar que o desempenho *online* é totalmente diferente do desempenho *offline*, uma vez que há uma ligação estreita nas práticas sociais, reconhece-se que através do *Facebook* o utilizador tem a capacidade de modificar e/ou controlar os efeitos das suas acções. Esta capacidade, a amplitude que a tecnologia confere ao indivíduo, é conseguida através de uma transparência que deve garantir o estabelecimento do conceito de doação presente no ritual de *Potlatch*, ao nível da troca *online*, mas colide com as necessidades de privacidade dos utilizadores. Porém, relativamente a graus de privacidade e segurança, constatou-se que são os próprios utilizadores a manifestar desinteresse e desconhecimento sobre a matéria. Todavia, os descontentamentos não impedem que a ideia, “Tudo o que existe está no *Facebook*, se não está no *Facebook*, não existe”, seja generalizada.

***Abstract***

**The Online Self, A reflexive ethnography of Portuguese Facebook practices**

**Key Words: Facebook, role-play, share, users**

Luísa Remechido

I.S.C.T.E. – I.U.L.

Lisboa – Portugal

The purpose of this thesis is to find out about Portuguese Facebook practices, how they deal with technology and how they present themselves to others throughout it. We have tried to uncover a relationship between their online and offline behaviour through causes research observing different activities carried out. Various types of online role-play were identified namely involvement in activism and if some of the users carried causes to the platform with them that they had already been involved with offline, others initiated their forms of activism using the platform. Although it is not correct to state that the online role-play is totally different from the offline role-play since there is a connection in social practices, it is clear that through Facebook the users have the capacity to modify and/or control the effects of their acts. This capacity, which is the range that the technology confers to the individual, is attained through a transparency which should guarantee the establishment of the concept of donation present in the *potlatch* ritual, at the level of online exchange, but collides with the user's need for privacy. However, in terms of the levels of privacy and security, we established the presence that it is the users themselves who manifest a disinterest about the subject. Nevertheless, the dissatisfaction does not impede that the idea "everything that exists is on Facebook, if it isn't on Facebook, it doesn't exist", be widespread.

<b>Dedicatória</b> .....	II
<b>Agradecimentos</b> .....	III
<b>Resumo</b> .....	IV
<b>Abstract</b> .....	V
<b>Índice</b> .....	VI
<b>Índice de Figuras</b> .....	IV
<b>Glossário</b> .....	VII
<b>Introdução</b> .....	1
<b>Capítulo I</b>	
<b>A rede</b> .....	7
<b>“Em que estás a pensar?”</b>	
a) O utilizador e a imagem .....	8
b) O desempenho <i>online</i> .....	13
c) Causas .....	14
d) Empreendedorismo e lazer .....	20
e) Emigrantes .....	28
<b>Capítulo II</b>	
<b>Activismo político e movimentos sociais de protesto</b> .....	31
<b>Capítulo III</b>	
<b>Transparência ou Privacidade Limitada?</b> .....	43
<b>Conclusão</b> .....	50
<b>Bibliografia</b>	

## **INTRODUÇÃO**

Figura I.1 e I.2 – <i>Ticker</i> em Luísa Potlatch .....	4
Figura I.3 – Janela de Actividades em <i>Luísa Potlatch</i>	
Figura I.4 – Cronologia com amigos visíveis .....	5
Fig. I.5 – Cronologia com amigos ocultos	

## **CAPITULO I**

Figura 1.1 – Celebração de 1 bilião de utilizadores na cronologia da aplicação <i>Facebook</i> ...	8
Figura 1.2–Álbuns de Joana Augusto.....	10
Figura 1.3 – Fotos de perfil de Joana Augusto	
Figuras 1.4 e 1.5 – Cronologia e foto de perfil de Rosário Dias.....	11
Figuras 1.6 e 1.7 – Crianças em sofrimento extremo em hospitais.....	12
Figura 1.8 – Suposto feto humano – partilhas de páginas de entretenimento no <i>Facebook</i>	
Figura 1.9 – Cronologia de Causes no <i>Facebook</i> .....	14
Figura 1.10 – Cronologia de Sara Isabel Fonseca Parente no <i>Facebook</i> .....	15
Figura 1.11 – Fotos de Rui Miguel Germano no perfil do <i>Facebook</i> .....	16
Figuras 1.12 e 1.13 – Cronologia de Madalena Homem Cardoso no <i>Facebook</i> e <i>Causa Não quero o Acordo Ortográfico</i> em Causes.....	18
Figura 1.14– Cronologia de ASL Tomé, Soc. Vinícola, Lda .....	21
Figura 1.15 – Cronologia de Carlos Branco no <i>Facebook</i>	
Figura 1.16 – Carta de apresentação de gamas de vinhos produzidos na A.S.L.-Tomé, Sociedade Vinícola, Lda.....	22
Figura 1.17 – Cronologia da Loja Pinkpoison no Facebook	
Figuras 1.18 e 1.19 – Mural de Marisa Fernandes e Cronologia de Rui Pedro Fernandes no <i>Facebook</i> .....	23

## **CAPITULO II**

Figura 2.1 – Evento “Geração à Rasca” .....	33
Figura 2.2 – Notícia no JN <i>online</i> em 22.02.2011	
Figura 2.3 – Foto Expresso <i>online</i> de 13 de Maio de 2011.....	34
Figura 2.4 – Mapa dos protestos de 15 de Outubro de 2011 em todo o mundo.	

Figura 2.5 – Cronologia de Guilherme Antunes .....36  
Figura 2.6 – Cronologia de Norberto Alexandre Teles..... 38  
Figura 2.7 – Cronologia de Ricardo Castelo Branco .....39

**CAPITULO III**

Figura 3.1 – Menu de definições de privacidade no *Facebook* .....45

**E**

**Event** – Evento é uma ocorrência que irá decorrer durante um determinado período, que pode ser de minutos ou de meses, dependendo do tipo de acontecimento, pode ser um encontro de amigos, um seminário, uma manifestação ou outro qualquer acontecimento. É criado por um utilizador ou mais e gera a possibilidade de discussão em grupo antes, durante e/ou depois do evento.

**F**

**Feed** – Histórico de notícias, onde aparecem listadas as publicações mais recentes ou as mais importantes, consoante a opção de configuração do utilizador.

**P**

**Post** – Publicação

**S**

**Share** – Partilha, os utilizadores têm a possibilidade de partilhar publicações de outros utilizadores de acordo com as configurações de conta e de privacidade de cada um.

**Status** – é o estado do momento, aquilo em que o utilizador está a pensar, ou seja, a sua publicação mais recente, quer seja uma ideia, um pensamento, uma partilha de um jornal, de uma página, de um amigo, um vídeo ou outro qualquer dado capaz de ser partilhado na rede social Facebook.

**T**

**Ticker** – Caixa com apontamentos laterais sobre a actividade de amigos, actualizada ao momento. Surge sempre do lado direito da Cronologia, na zona superior do ecrã.

**Timeline** – Cronologia, página pessoal ou empresarial.

**W**

**Wall** – Mural era a antiga configuração arquitectónica da rede social, a aparência que tinha desde o lançamento da rede social até á chegada, recente da Cronologia.

## INTRODUÇÃO

Que práticas têm os portugueses no *Facebook*? Como lidam com as tecnologias e como se apresentam através delas aos outros? Existirá uma correspondência entre as suas condutas *online* e *offline*? Através de uma pesquisa etnográfica a várias páginas de utilizadores da plataforma *Facebook*, neste ensaio tentar-se-á compreender que tipos de actividades desenvolvem os portugueses nesta rede social que tem vindo a ganhar uma importância crescente ao longo dos últimos anos, tornando-se um fenómeno global a larga escala.

Pretende-se conhecer que práticas têm os portugueses na rede social *Facebook*, como se apresentam e quais são os seus hábitos *online*. Será a rede social uma extensão das suas vidas quotidianas, e nesse sentido, de que forma é que o seu dia-a-dia é influenciado pela utilização desta rede social?

Para este estudo, tomou-se uma amostra de 200 contas na rede social *Facebook*, de homens, mulheres e crianças portuguesas, de várias idades, a viver em Portugal continental e ilhas, bem como emigrantes em vários países. Ao longo de nove meses foram registadas e observadas diariamente as actividades desenvolvidas por estes utilizadores, procurando identificar as áreas que mais se destacavam no conjunto destes utilizadores. Assim, foram considerados os registos de actividade disponíveis na plataforma ao longo de um período de 4 meses.

Durante a investigação foi imperativo estar permanentemente atento à volatilidade dos perfis no *Facebook*, sendo que a plataforma é dinâmica, e essa dinâmica afecta toda a informação fornecida, por cada utilizador, na sua página pessoal.

Adoptou-se o método etnográfico *online*, observação participante que faculta um estudo detalhado das relações *online*. As entrevistas qualitativas, directas e indirectas *online*, quer por *instant messaging* ou *e-mail*, foram nalguns casos complementadas com recurso a telemóvel e mesmo encontros *offline* de forma a consolidar os dados recolhidos.

Importa referir que numa fase exploratória foi elaborado um inquérito *online*, contendo perguntas directas e pretendia, de forma simplificada, recolher informação sobre como se apresentam os utilizadores no *Facebook*, como se processa a manutenção da privacidade e segurança *online*, e até que ponto o facto de se identificarem ao seu grupo de amigos os levará a negligenciar níveis de segurança que a própria rede disponibiliza. Foram recebidos 27 pedidos para participar, dos quais 17 foram considerados válidos e foi com base

nestes que se deu início a uma pesquisa mais sustentada dos perfis de utilizador do *Facebook* em várias dimensões.

As respostas evidenciaram de forma clara que vários dos utilizadores já participavam em outras redes sociais, mas foram progressivamente abandonando ou eliminando os seus perfis, passando a dedicar-se quase em exclusivo à rede social *Facebook*.

Como se disse, o inquérito era direccionado exclusivamente a utilizadores de várias redes sociais, contudo, alguns utilizadores que nunca haviam tido qualquer conta numa rede social acabaram por responder também. Esse equívoco acabou por fornecer dados pertinentes uma vez que utilizadores que nunca tiveram contas noutras redes – alguns com manifesta rejeição por redes sociais assumiram o *Facebook* como algo totalmente distinto. Dir-se-ia que o *Facebook* debelara um *cliché*, que rotulava os utilizadores de redes sociais como por exemplo *Netlog* ou *Badoo* como libertinos e imorais.

Partindo da premissa que o *Facebook* conquistara não só antigos utilizadores de redes sociais mas de igual modo os que nunca haviam pensado em tal aventura *online*, surgiu então uma questão que poderia direccionar a investigação: o que os alicia a todos para a mesma rede?

Foi assim identificada a necessidade de observação de vários perfis de utilizadores do *Facebook* com o objectivo de compreender de forma aprofundada que práticas e que actividades desenvolvem os utilizadores portugueses na plataforma, e com que regularidade.

Foi elaborada uma tabela esquematizando diversas actividades no *Facebook*, onde foram listadas as actividades de mural/cronologia, *feed* de notícias, *ticker*<sup>1</sup>, e dados relativos a cada utilizador, género, idade, interesses pessoais, formatos de perfil e opções de segurança e privacidade disponíveis.

A tabela, composta de 12 páginas formato A3, identifica 200 utilizadores portugueses do *Facebook*, com idades entre os 9 e os 70 anos, portugueses, residentes no continente, ilhas e emigrantes em vários países. Com base nesta tabela pretendeu-se encontrar regularidades, padrões, organizar particularidades de acordo com o tipo de uso e publicações dos utilizadores, para uma melhor compreensão do que fazem os portugueses no *Facebook* e com que regularidade.

---

<sup>1</sup> *Ticker* – Caixa com apontamentos laterais sobre a actividade de amigos, actualizada ao momento. Surge sempre do lado direito da Cronologia, na zona superior do ecrã.

Para a realização da pesquisa foi criado um perfil específico ao qual os sujeitos que aceitaram participar no estudo foram adicionados como amigos/as. Através deste procedimento tornava-se possível ter acesso à totalidade ou quase totalidade dos conteúdos dos perfis, aos quais não seria possível aceder sem esta imposição, sendo que, por questões de segurança e privacidade, muitos utilizadores mantêm os seus perfis fechados ao público. Assim, os 200 contactos que compõem a amostra em estudo são amigos do perfil investigatório, *Luísa Potlatch*.

Na Tabela de Registo de Actividades do Facebook, foram anotadas as actividades dos 200 utilizadores, incluindo interesses pessoais, culturais, filosóficos ou políticos, tendências ideológicas, activismo, mensagens pessoais, partilhas, publicações, *likes*, jogos, número de amigos e a sua interacção com eles. O registo compreendeu os últimos quatro meses de publicações de cada um, entre Abril de 2012 e Julho de 2012, embora tenha regressado a algumas cronologias, pontualmente, em momentos posteriores, para confirmação de dados. Neste registo foi igualmente anotado o número de amigos de cada utilizador, quando essa informação era disponibilizada aos amigos e, analogamente, se a informação era ocultada, o género e a data de nascimento, quando esta informação também era facultada.

Quanto à frequência dos utilizadores no acesso à rede, a mesma foi medida de acordo com 3 tipos de regularidade e registada em 3 níveis:

- Diária: publicações, comentários, *likes*, ou jogos diários ou apenas interrompidos nos fins-de-semana e feriados, ou ainda saltando um dia ou 2 na semana;
- Regular: publicações, comentários, *likes*, ou jogos periodicidade semanal;
- Pontual, publicações, comentários, *likes*, ou jogos com intervalos de 3 ou mais semanas.

As observações foram feitas com base nos perfis de cada utilizador, no *ticker*, na janela de actividades de cada utilizador, no *feed* de notícias e nas notificações recebidas pelo perfil de *Luísa Potlatch*.



Fig. I.1 e I.2 – Ticker em Luísa Potlatch



Fig. I.3 – Janela de Actividades em Luísa Potlatch

Na sequência dos dados recolhidos através da Tabela de Registo de Actividades do Facebook, formularam-se as seguintes observações: dos 200 utilizadores, 175 disponibilizam a sua lista de amigos, e 25 ocultam-na, razões que tentaremos compreender no último capítulo deste trabalho, no qual analisaremos a privacidade e segurança na rede. Foi possível encontrar uma média de amigos que revela que a teia de laços de “amizade online” é alargada: para cada utilizador, foi encontrada uma média de 745 amigos.

Esta média de amigos por utilizador é significativamente superior à média indicada por Miller em *Tales from Facebook* (2011) relativa a utilizadores na Ilha de Trinidad, que apontava para a existência de 130 amigos por utilizador. Contudo, não é possível inferir se os portugueses

são mais sociáveis que os habitantes de Trinidad, uma vez que se registou um duplicar de utilizadores nos últimos dois anos, colocando-se ainda como hipótese que a crise económica e financeira, a nível global, desde 2008, acentuada em 2011 e 2012, agregue os cidadãos em torno do debate político e social, criando laços, fomentando contactos entre pares.



Fig. I.4 – Cronologia com amigos visíveis



Fig. I.5 – Cronologia com amigos ocultos

A frequência de acesso ao Facebook dos utilizadores que compõem esta amostra, revelou que 17,5% do total acede pontualmente; 34% acede regularmente; e 47,5% acede diariamente. 81,5% dos utilizadores observados acedem à plataforma, pelo menos, todas as semanas.

Os utilizadores desta amostra usam o seu perfil para a divulgação de actividades pessoais e profissionais, são artistas ou profissionais liberais em várias áreas; empreendedores com novos projectos de *marketing* e publicidade de bens e serviços; estudantes; trabalhadores por conta de outrem; reformados; desempregados, embora num ou noutro caso pontual não seja revelada actividade profissional. Todos os utilizadores empreendedores, que fazem uso do perfil empresarial possuem outras contas de perfil pessoal para lazer. Os momentos de lazer envolvem diferentes tipos de acção: publicações, partilhas, jogos, comentários e *likes*.

Os portugueses desta amostra que preferem assumir uma postura mais argumentativa, de opinião e intervenção, fazem-no regra geral a propósito da actual crise económica e financeira, com as medidas de austeridade do governo, e da a intervenção financeira da *troika* no país. Estes utilizadores são também os que divulgam movimentos sociais como manifestações, encontros de discussão, participando também em fóruns de páginas da imprensa nacional e internacional. Estes activistas políticos *online* representam, nesta amostra, 21%. Contudo a tendência revela um aumento diário.

63% (percentagem que inclui 21% de activistas políticos) é activista de causa, ou publica causas regular ou pontualmente, convida amigos para assinar petições em *causes.com* e/ou

publica artigos sobre causas. O número de aderentes às mais variadas causas emerge como extremamente significativo nas actividades no *Facebook*.

Esta dissertação organiza-se da seguinte forma: O Capítulo I, “Em que estás a pensar?” apresenta o perfil do utilizador do *Facebook*, no qual será abordada a relação do utilizador com a imagem, o “desempenho *online*”, bem como os grupos com maior expressividade na amostra em estudo, em especial os activistas de causas; o empreendedorismo e o lazer, a relação que na plataforma emerge entre ambas as categorias; e a ligação dos emigrantes com o seu país, via *Facebook*.

O Capítulo II, “Activismo político e movimentos sociais de protesto” centra-se no activismo político no contexto social, político e cultural que Portugal atravessa, na actualidade. De modo particular recorro a acontecimentos recentes que tiveram grande repercussão *online* e *offline*, tais como o que ocorreu em 2 de Maio de 2011, intitulado “Geração à rasca”. Criado através de um evento no *Facebook* pelo grupo M12M (Movimento 12 de Maio) juntou cerca de 300.000 pessoas em Lisboa e Porto; e ainda a que ficou conhecida como a “Manifestação dos Indignados”, a 15 de Outubro de 2011, um protesto à escala mundial, no qual estiveram envolvidos 82 países, 911 cidades, e que em Lisboa, segundo dados da organização e imprensa, terá reunido cerca de 100.000 pessoas.

No capítulo III reflectir-se-á brevemente sobre privacidade e segurança no *Facebook*: configurações de segurança e privacidade da rede, aspectos éticos da vigilância e o valor da privacidade contextualizados no conceito de transparência de Mark Zuckerberg.

## Capítulo I

### “*Em que estás a pensar?*”

#### a) A rede

“Tudo o que existe, está no *Facebook*, se não está no *Facebook*, não existe.” - afirmam alguns utilizadores da rede social. Esta parece ser a dimensão que a maioria das pessoas lhe dá.

A rede social *Facebook*, lançada em Fevereiro de 2004, por Mark Zuckerberg em parceria com três colegas de quarto na Universidade de Harvard, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, tem um conceito estrutural, distinto de todas as outras existentes até então, assenta na ideia do “livro de curso” americano. Dirigido inicialmente apenas a alunos da Universidade de Harvard, a sua utilização foi rapidamente alargada a outras universidades americanas e posteriormente a outras escolas, empresas, tornando-se um fenómeno global, onde basta existir um equipamento com acesso a *Internet*, seja um *desktop*, um portátil ou um telemóvel.

De acordo com dados fornecidos pela própria rede social *Facebook*, a 1 de Setembro de 2012<sup>2</sup>, o número de utilizadores activos em todo o mundo ascendia a 955 milhões mensais<sup>3</sup>, sendo cerca de 81% deste total utilizadores activos nos E.U.A. e Canadá. A plataforma informava ainda que em média estariam activos diariamente 552 milhões de utilizadores. A 4 de Outubro de 2012 Mark Zuckerberg anunciava na sua página pessoal<sup>4</sup> que o número de utilizadores da plataforma atingira 1000 milhões.

---

<sup>2</sup> Dados estatísticos de Junho de 2012

<sup>3</sup> Elementos chave (*Key Facts*) da Plataforma disponíveis na sua Cronologia  
<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/zuck>

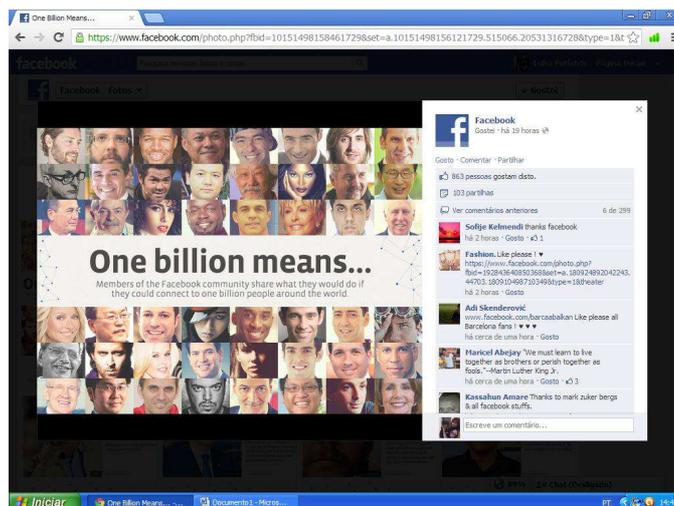


Fig. 1.1 – Celebração de 1 bilhão de utilizadores na cronologia da aplicação Facebook

Para entrar na rede social é obrigatório abrir uma conta, em que cada novo utilizador cria o perfil respondendo a um inquérito, cujas informações ficarão posteriormente disponíveis, de acordo com a sua própria opção, para que outros utilizadores o possam encontrar através de dados disponibilizados, por exemplo, sobre as escolas onde estudou ou estuda, empresas onde trabalhou ou trabalha, locais que frequentou ou frequenta, interesses comuns ou apenas pelo apelido de família.

Neste sentido, a plataforma *Facebook* é dinâmica, e essa dinâmica afecta toda a informação fornecida por cada utilizador, quer ao nível do conteúdos que disponibiliza, quer a nível de número de amigos, ambas em permanente actualização, quer nas imagens de capa ou de perfil que são alteradas por vezes, diversas vezes ao dia, ou mesmo o eliminar do perfil e a criação de um novo.

Neste estudo estes serão alguns dos elementos pertinentes a considerar na medida em que no *Facebook* tudo se altera constantemente e os números têm uma importância particular.

## b) O utilizador e a imagem

1. Publicar uma imagem envolve sempre a pretensão de transmitir uma mensagem pessoal, aquela que é, do ponto de vista do utilizador, a mais atractiva de acordo com os seus objectivos. Numa primeira análise, *online*, o utilizador e a sua imagem de perfil são um só.

No *Facebook* a fotografia do utilizador é o primeiro recurso de que o utilizador dispõe para se apresentar aos outros, o que, em princípio, implica uma escolha mais ou menos criteriosa nessa fase. É o “acreditar no próprio desempenho” de que Goffman nos fala em *Teoria do Palco* (1959):

Quando um indivíduo desempenha um papel exige implicitamente dos seus espectadores que levem a sério a impressão que neles procura suscitar. É pedido aos outros que acreditem que a personagem que estão a ver realmente possui os atributos que parece possuir, que a acção que desempenha tem as consequências que implicitamente afirma, e que, de um modo geral, as coisas são o que mostram ser.

(Goffman, 1959:28)

A escolha de uma imagem implica acção e para alguns utilizadores a escolha da foto é realmente importante e depende das suas motivações ao apresentar-se na rede, uma foto pessoal, uma imagem bucólica, simbólica, abstracta, mas sempre uma escolha muito pessoal.

A imagem é, antes de mais, *o acreditar no próprio desempenho*, e tem como propósito convencer os outros de que é uma realidade plausível. Não é somente uma realidade capturada, ela expande-se além dessa característica. De acordo com Lutz (1993), é o espaço dinâmico onde convergem várias perspectivas e pontos de vista, transpondo a sua limitação a uma “moldura” divulgando contextos além desse enquadramento.

Mas antes ainda de nos centramos sobre as fotografias de perfil, é necessário observar que nem todos os perfis *online* têm foto ou imagem, constituindo em si mesmo um dado informativo a considerar analiticamente. De facto, não possuir uma imagem de perfil é, antes de mais, indicativo de que o utilizador não pretende transmitir uma informação exacta sobre si próprio (embora esteja presente uma informação), pode preferir liberdade para a sua criatividade ou pretenderá mais privacidade, poderá inclusivamente desejar criar ilusão no outro. A imagem não está visível, contudo, está implícita uma informação silenciosa que abre caminho a várias interpretações.

A imagem tem um poder infinito, imprevisível e sempre intencional. Produzir imagens tornou-se um acto contínuo, e nem sempre os seus enunciados são claramente compreendidos devido à sua produção massiva. Mas todas as imagens, fotográficas ou não, têm uma história que começa com a intenção da sua criação. Esse pedaço de realidade e/ou criatividade,

fantasiada ou não, é uma fatia capturada do tempo. A partir desse instante ela também se reveste de um poder sobre a realidade posterior, o de afirmar um momento do tempo. Decifrar a sua história é descobrir os tais enunciados presos nesse instante.

Joana, 28 anos, de Sobreda, Setúbal, é uma prova destas inferências. A jovem, antiga aluna do Chapitô, entende que as fotos de perfil são uma expressão do seu estado de espírito.

A foto de perfil do Facebook, para mim, pode representar, não só a minha imagem mais actual, mas também a que mais se enquadra no meu estado de espírito presente. Sou capaz de a alterar todos os dias, consoante aquilo que de momento sinto, tendo sempre um texto que a justifique. Quando estou mais sem “estado” algum que queira evidenciar, por norma coloco uma fotografia mais neutra que possa simbolizar a minha normalidade.

Joana, usa o Facebook também para comunicar com os amigos e familiares, mas confessa a sua paixão por fotografia e o apreço pela versatilidade da plataforma nesse aspecto. Poder alterar a sua foto de perfil de acordo com o que sente em cada dia é quase um jogo artístico de emoções que faz diariamente.

A nossa imagem de perfil é um bocado a imagem de marca para um primeiro julgamento dos outros nas redes sociais. Tal como até numa ‘carta de apresentação’, etc. Por vezes, através da foto e da disposição que com ela vem, consegue-se perceber um pouco a importância da imagem para o utilizador e como a utiliza com os outros (...) eu própria gosto de ter fotos onde exponho as minhas tatuagens quase que como arte.

Para Joana é importante dedicar alguma atenção aos álbuns de fotografias, uma vez que eles promovem a sua imagem junto de possíveis subscritores, “Agora ando em mudanças nos álbuns pois considero que as fotos são um chamativo para os seguidores.”



Fig. 1.2 – Álbuns de Joana Augusto

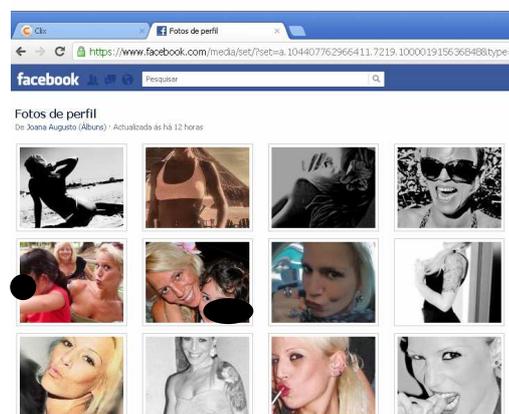
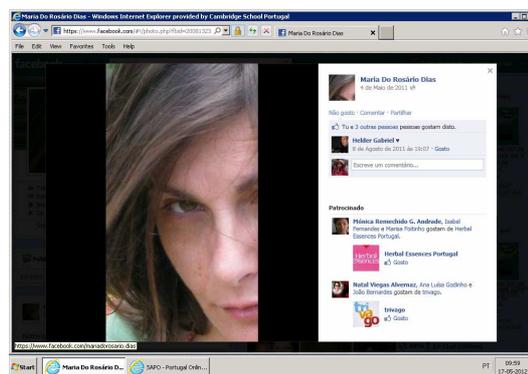


Fig. 1.3 – Fotos de perfil de Joana Augusto

A interacção entre Joana e os outros é notória no seu perfil. À data desta entrevista, apresentava 155 fotos de perfil, que aumentam quase a cada dia.

Contrariamente a Joana, Rosário mantém a mesma foto desde 4 de Maio de 2011, apesar de ter 15 fotos no álbum “Fotos de Perfil”.

Rosário, de Lisboa, diz que a foto de perfil resulta sempre do “estado de espírito na altura da escolha”.



Figs, 1.4 e 1.5 – Cronologia e foto de perfil de Rosário Dias

Recorda que no início da criação do perfil alterou algumas vezes a foto, mas diz não sentir actualmente necessidade de a trocar.

Não sinto necessidade de alterar, embora tenha amigos que dizem que custa a encontrar-me pois a minha foto revela pouco a minha pessoa... Não a coloquei para os outros, coloquei-a para mim. Como afirmei, representa o estado de alma do momento e depois não ligo mais a isso.

O que Rosário pretende transmitir é que a escolha é sua e que a opinião dos outros sobre a sua foto não a afecta. Esta asserção também se revela na sua observação sobre as fotos de perfil dos outros utilizadores, Rosário afirma que as fotos não têm importância no momento de percorrer os perfis de outros utilizadores, contudo declara “irrita-me um pouco os que não têm foto”. Dito por outras palavras, esta utilizadora do Facebook não é neutra quanto à inexistência de uma imagem num perfil, não é, indiferente à existência de imagem na apresentação. A ausência de uma imagem é uma ruptura com a esperada apreensão de

significados gerados no processo de entendimento, representa um constrangimento na aproximação, pois invalida uma associação do utilizador a uma informação imediata.

2. A frase “Hoje tudo existe para terminar numa foto”, de Susan Sontag é absolutamente significativa e adequada à actualidade, revelando a complexidade da sua pertinência quando considerada no contexto do Facebook. A proliferação de imagens fotográficas deu-se, segundo Sontag, culminando num resultado que veio a determinar uma relação “voyeurista” entre o individuo e o mundo que o rodeia,

Este fenómeno ocorre, por exemplo, com muitas das fotos chocantes que proliferam no Facebook, partilhadas em páginas de entretenimento, como as de crianças em sofrimento extremo em hospitais, autênticas ou alteradas, onde são explorados a sensibilidade e o grau de afectação dos utilizadores.



Figs. 1.6 e 1.7 – Crianças em sofrimento extremo em hospitais



Fig. 1.8 - Suposto feto humano – partilhas de páginas de entretenimento no Facebook.

Ver implica por isso uma aprendizagem daquilo que a própria imagem oferece ao indivíduo, em simultâneo com o poder que lhe confere, ainda que ilusório, o que Sontag designa de “magia equívoca da imagem”, isto é, a ilusão de posse de algo através da apreensão das imagens.

### c) O desempenho *online*

Quando Goffman escreveu a *Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias* (originalmente publicado em 1959) as configurações sociais *online* ainda não eram uma realidade. Hoje em dia, as redes sociais, e em particular o *Facebook*, tornaram-se parte do quotidiano das sociedades contemporâneas.

Nessa obra Goffman argumenta que todos os indivíduos representam várias personagens de acordo com diferentes contextos, a vida é um palco que exige várias representações e o indivíduo representa cada papel de acordo com o contexto em que se move, criando personagens que adequa, no quotidiano. *Online* é um novo contexto de apresentação do eu na vida de todos os dias.

No *Facebook* ao criar o seu perfil e ao adicionar amigos, o utilizador está simultaneamente a criar um contexto de acção, tal como na realidade quotidiana, apenas com a diferença da ausência dos embaraços inerentes à relação presencial e, conseqüentemente, um maior domínio no seu desempenho. Vejamos um exemplo, se o utilizador publica algo no seu *Status*<sup>5</sup> e muda de ideias de imediato, ele pode eliminar essa actividade antes de ser lida, será como se nunca tivesse existido. Tal acção é impossível no contacto presencial, em que é impraticável eliminar uma acção ocorrida, seja um desabafo, uma opinião ou uma sugestão.

Mas centremo-nos no contexto virtual e no desempenho.

Quando o utilizador publica uma ideia no seu *Status* fá-lo por relação com outros, ele partilha uma ideia, um pensamento, uma notícia e pressupõe que se estabeleça uma ligação entre ele e os outros, quer por via de *likes* ou comentários. Mas para que esta acção possa ter efeito o utilizador tem que acreditar no seu próprio desempenho sob pena de a sua personagem não ser suficientemente credível aos outros. De acordo com Goffman o que é pedido é que os “outros acreditem que a personagem que estão a ver, realmente possui os atributos que parece possuir,

---

<sup>5</sup> *Status* é o estado do momento, aquilo em que o utilizador está a pensar, ou seja, a sua publicação mais recente, quer seja uma ideia, um pensamento, uma partilha de um jornal, de uma página, de um amigo, um vídeo ou outro qualquer dado capaz de ser partilhado na rede social *Facebook*.

que a acção que desempenha tem as consequências que implicitamente afirma, e que, de um modo geral, as coisas são o que mostram ser.” (Goffman, 1993:29). De sublinhar que em todo o processo de criação do perfil como o recurso a uma (re)construção identitária (Reis, 2011), que encontraremos igualmente presente ao longo de todo este trabalho, é importante e, como veremos, particularmente nas formas de activismo cultural e político no Facebook.

A próxima secção destina-se precisamente a fazer uma análise da *performance online*, o desempenho dos portugueses nas actividades que desenvolvem regularmente na rede social e que nos pareceram ter maior relevância neste estudo.

### c) Causas

O activismo de causas no Facebook tem uma expressão significativa na actividade dos utilizadores, atingindo 63%. Alguns dos utilizadores trouxeram para a plataforma causas que já defendiam antes de criarem o seu perfil, outros iniciaram, já na plataforma, formas de activismo e defesa de causas que promovem. Uma das causas que mais seguidores tem é claramente a que se dedica aos animais, seus direitos e protecção, não só aos animais domésticos, mas todos os animais em geral, com impacto a nível internacional; outra forma de activismo que tem crescido em termos de seguidores e de actividades *online* e *offline* é a que move os portugueses a recusar o novo acordo ortográfico, e sendo uma causa nacional, tem visto crescer a simpatia de países dos PALOP.



Fig. 1.9 – Cronologia de Causas no Facebook

As causas tomaram tal protagonismo no Facebook que existe uma aplicação na plataforma denominada “Causes” com 1.577.657 de utilizadores activos por mês, “Causes” tem também

uma página própria “causes.com” da qual gostavam 9.007.055<sup>6</sup> utilizadores em todo o mundo, em Agosto de 2012. A página informa que se trata de uma aplicação dirigida a todos os que têm uma “boa ideia” e/ou iniciativa para mudar o mundo, e motiva os utilizadores a iniciar campanhas e a tomar posições com impacto positivo no mundo.

Contudo, e ainda que existam causas de interesses diversos, cada utilizador pode ainda criar a sua causa, ou apoiar uma causa com a qual se identifique.

Com base na nossa amostra, apresentam-se em seguida as motivações de alguns activistas de causas no Facebook.

Sara e “Os animais do mundo”:



Fig. 1.10 – Cronologia de Sara Isabel Fonseca Parente no Facebook

Sara Isabel Fonseca Parente criou um perfil no Facebook incentivada por amigos e familiares, mas afirma que o que a mantém diariamente na plataforma é a sua causa, a que chama *Os animais do mundo*, é uma causa em nome próprio, que engloba todas as causas de defesa dos animais.

À data escrita deste trabalho, Sara está desempregada e tem tempo disponível, dedica-se à defesa dos animais em todo o mundo, quer através de petições que assina e divulga, quer através da divulgação de manifestações pró-animal, de pedidos de adopção, participando activamente na recolha de doações para a compra alimentos e tratamentos de animais doentes a viver em albergues, acções nas quais também participa activamente na sua vida quotidiana. Como explica, interessam-lhe sobretudo, “Os indefesos, os maltratados, os doentes, os abandonados (...) os meus amigos animais e o seu habitat”

<sup>6</sup> (como todos os números no Facebook são variáveis, estes são exactos no momento da visita à aplicação e à página de *causes.com*)

A história da sua vida direccionou-a para os animais criando e desenvolvendo laços de “amor eterno”, como lhe chama, e de protecção “Os meus pais divorciaram-se quando tínhamos 3 anos, depois o pai foi preso por pertencer à Brigadas Revolucionárias, a mãe casou com o poeta açoriano José Martins Garcia, e fomos viver com os avós.” Quando a mãe e o padrasto regressaram de *Sorbonne* traziam consigo a gata Jaqueline que sofria de cancro da mama.

Sufrimento ao qual assistimos pois fomos nessa altura viver com a mãe e o padrasto, era o Verão quente de 75! Nessa altura a mãe tinha cinco gatos num mini apartamento, duas crianças gémeas e o Zé, enfim... Em 76 fui trabalhar com a mãe, que era secretária da Vera Lagoa no jornal “O Diabo”, e conheci gente que gostou de mim e me levava ao Hipódromo do Campo Grande, para ter aulas de equitação.

Os episódios que ligam Sara aos animais multiplicam-se ao longo da sua vida, e nesse sentido a plataforma tornou-se uma extensão que complementa o seu quotidiano sendo “Um bom meio de divulgação por ser global” que segundo Sara “ajuda na causa animal a alargar o circulo de adopções, informação animal noutros pontos do globo, obter melhor práticas, sugestões, programas, trocas de experiências.”

Esta utilizadora vive, grande parte do seu tempo, entre a plataforma *online* e os seus protegidos, quando sai de casa é quase sempre para desenvolver actividades relacionadas com a sua causa, quer seja para ajudar a resgatar um animal, participar em manifestações em sua defesa, ou confirmar circunstâncias relacionadas com novas adopções.

Rui Miguel Germano dedica-se ao “Movimento Rosa Esperança”:



Fig. 1.11 – Fotos de Rui Miguel Germano no perfil do Facebook

Era mais um encontro de mulheres que lutavam contra o cancro da mama, na altura nas Caldas da Rainha, para mais um convívio de partilha de experiências sobre a doença. Foi a 27 de Setembro de 2008, ao final da tarde, que Rui Miguel Germano surgiu com a ideia de criar um laboratório de teatro.

Em Outubro do mesmo ano iniciaram-se os trabalhos no Cine Teatro Casimiros, em Rio Maior. As mulheres iam chegando e contando as suas histórias, Rui escrevia a peça conforme os relatos na primeira pessoa.

A página de “Rosa Esperança – projecto mulheres e o cancro da mama”, foi criada, no *Facebook*, em 4 de Abril de 2009. Define-se como

um movimento que pretende chamar à atenção de uma forma simples e directa, para a importância da prevenção na luta contra uma dura realidade que mata 4 mulheres por dia, em Portugal. (...) várias foram já as actividades desenvolvidas e as parcerias estabelecidas com empresas, instituições e organismos que, reconhecendo a importância deste nosso trabalho, quiseram juntar a sua voz à nossa!

Rui é licenciado em Direito mas o seu percurso profissional acabou por levá-lo às artes performativas, sendo actualmente director artístico da companhia de teatro “Quem não tem cão – oficina de artistas”, em Rio Maior.

Rui Germano diz ter descoberto que é “um apaixonado por pessoas, o que o levou a descobrir aquela que considera ser a sua missão através do *Coaching*: transformar sonhos em realidade, ajudar os outros a transformarem as suas vidas e a viverem num estado de felicidade!” Participou em vários *workshops*, conferências e palestras, e obteve certificação Internacional como *Coach*, através do ICL-Instituto de *Coaching* e Linguística. A entrega à causa das mulheres vítimas de cancro da mama levou-o a desenvolver “Rosa Esperança – projecto mulheres e o cancro da mama”. Durante três anos trabalhou com várias mulheres pacientes de cancro da mama e onde se apercebeu da importância de ajudar a reencontrar a felicidade nas suas vidas, independentemente das adversidades. Na sua página pessoal do *Facebook*, Rui editou uma nota com uma entrevista sua à *Lookmag*<sup>7</sup>, onde transmite a base da energia que lhe permitiu concretizar este projecto e o impulsiona a projectos futuros:

Defendo que o nosso pensamento deve estar sempre focado no que posso fazer hoje, por onde posso começar e o que está ao meu alcance fazer agora, para conseguir algo mais grandioso. São os pequenos passos que damos dia após dia que fazem de nós as pessoas que somos e nos permitem alcançar grandes feitos. Hoje é sempre um bom dia para começar a agir e assim garantir que o amanhã será melhor!

---

<sup>7</sup> Site de turismo e *lifestyle*, em 02.01.2012

Os apoios chegaram de diversas áreas de produção no país, com a participação de vários estilistas nacionais na criação de vestuário para as atrizes; a produção de um perfume e até a produção de um vinho, tudo com a marca “Rosa Esperança”, estes são alguns exemplos do envolvimento da sociedade civil na causa de Rui.

“Rosa Esperança” não é um ponto de partida nem tão pouco de chegada, Rui prefere encará-lo como “uma lição de vida que me ensinou muito acerca das pessoas e que me ofereceu muitas alegrias e amigos que guardarei para sempre.”

A plataforma serviu como meio de divulgação do projecto, mas também como ferramenta de partilha entre os elementos do grupo, familiares e amigos, seja através de fotos, seja através da publicação de notícias na imprensa escrita e audiovisual.

O projecto de Rui Germano, em defesa desta sua causa, culminou com a “Nascente”, um trabalho dos artistas madeirenses Zé Diogo e Diamantino Jesus – Ddiarte. A obra partiu dum convite de “Rosa Esperança” a Zé Diogo e Diamantino Jesus para, através da sua arte, criarem uma fotografia que chamasse a atenção para uma dura realidade que mata quatro mulheres por dia em Portugal. O trabalho final é apresentado não só na Cronologia de “Rosa Esperança”, mas também na Cronologia de Rui.

O quadro teve mais de 34 figurantes, e exhibe um total de 57 personagens. Da foto fazem parte os figurantes da peça “Rosa Esperança”, bem como as 7 protagonistas, sobreviventes de cancro da mama, entre as quais aquela que terá sido a sua maior inspiração, a sua própria mãe.

Madalena Homem Cardoso recusa “O (Des)Acordo Ortográfico”:



Fig. 1.12 e 1.13 – Cronologia de Madalena Homem Cardoso no Facebook e Causa Não quero o Acordo Ortográfico em Causes

No dia 21 de Agosto de 2012, a causa *Não queremos o Acordo Ortográfico* registava 90.327 adesões.

Madalena Homem Cardoso, médica, escritora e activista, de Lisboa, autora da “Carta Aberta ao Ministro da Educação e Ciência”<sup>8</sup> é um dos rostos operantes na plataforma *Facebook* e também ela, uma aderente à causa.

Madalena conhece a sua língua e entrega-se à sua defesa pois considera-a um “património genético”. Escreveu Madalena num seu artigo de opinião, no jornal *Público*<sup>9</sup>

A nossa língua – como todas as línguas – é um ser vivo muito complexo, tem um "património genético" que a filia evolutivamente no conjunto das línguas europeias, há parentescos entre palavras, há várias formas de dizê-las, cada palavra tem uma História e todos somos nós em cada uma delas... Cada uma é um gene, e o Português de Portugal é o nosso ADN, o nosso legado aos nossos filhos e netos, não um linguajar de plástico adulterado pelo "contato direto sem espetativas" com uma escrita ao jeito da "fast-food", uma escrita artificial e artificiosa inventada sobre o joelho.

Ao identificar potencialidades na plataforma *Facebook*, Madalena planeou objectivos bem definidos para um uso mais produtivo dos recursos a que tinha acesso

assim que resolvi tornar o meu perfil activo e interactivo, defini que o meu perfil seria público, que os meus "amigos" seriam, sobretudo, uma "rede de contactos" para efeitos dos activismos cívicos múltiplos em que estou envolvida, e que aspectos mais privados da minha vida seriam, tanto quanto possível, omitidos. Faço, portanto, uma utilização sobretudo instrumental desta rede social (o que não exclui, de todo, por exemplo, a utilização lúdica, pois através do humor é possível veicular fortes mensagens!).

Aliás o humor é uma ferramenta sobejamente utilizada por Madalena nas suas argumentações, que utiliza habilmente, por vezes com o amparo de metáforas, por vezes com puzzles linguísticos, que só alguém que se passeia confortavelmente na Língua Portuguesa pode conjugar.

Madalena é uma fonte de palavras e de informação detalhada, que obriga a uma permanente atenção. Escrever na plataforma facilita a apreensão de toda a informação que produz, pelos utilizadores, todavia isso não a impede de estabelecer critérios estritos enquanto utilizadora também:

Desde que se faça uma correcta "gestão" desses activismos, que não se sature o "público-alvo" – os potenciais "partilhadores" - com "tudo e mais alguma coisa" (ausência de critérios de qualidade) ou "mais do mesmo" (conteúdos repetitivos ou monotemáticos), e desde que haja uma sólida vinculação à realidade concreta (responder implicitamente à questão de "como é necessário actuar na vida real para fazer face a este problema?", pois os "cliques" em Causas e os "likes" em publicações não resolvem problema nenhum, podem no máximo gerar mais consciencialização da opinião pública e gerar notícias nos órgãos de comunicação social.

---

<sup>8</sup> 24/03/2012

<sup>9</sup> Página 55 do jornal *Público* de 28/07/2012 – secção *Debate* – rubrica *Língua Portuguesa*.

Consciente das potencialidades da plataforma, mas atenta e prudente no seu uso, Madalena não esconde que é uma mulher de causas, de várias causas, a razão de o ser e porque o *Facebook* se tornou uma ferramenta de trabalho quotidiano imprescindível.

Contudo, no último ano Madalena sentiu-se obrigada a dividir-se menos na múltipla dedicação e concentrar-se mais naquela que é actualmente a causa que quase a monopoliza. O Acordo Ortográfico que afirma não poder sequer denominar-se dessa forma porque “não é "acordo" algo com que quase ninguém concorda, nem a totalidade dos especialistas, nem a esmagadora maioria da população; e não é ortográfico, antes a negação do próprio conceito de "ortografia", pois, caso vingasse, constituiria o maior dano passível de ser infligido à Língua e à Cultura Portuguesa”.

Madalena é activista na plataforma e no quotidiano, o activismo virtual emerge como extensão do activismo na vida de todos os dias, e o impacto do activismo de causas na sua vida pessoal, sendo a plataforma a ferramenta que viabiliza, que divulga, que difunde, que permite concretizar, alcançar objectivos.

Até aqui identificámos maioritariamente três tipologias de causa: as que defendem animais, as que defendem pessoas e as que defendem património, que engloba o material (ambientes, monumentos, espaços físicos) e o imaterial (a língua, as ideias).

Vejamos, de seguida, outro tipo de actividades que motivam a entrada de utilizadores no *Facebook*.

#### **d) Empreendedorismo e Lazer**

Os utilizadores empreendedores, que escolheram o *Facebook* para a divulgação das suas propostas, também têm o seu próprio perfil pessoal criado para jogar, fazer comentários, *likes*, ou simplesmente viajar na plataforma; e o perfil empresarial para o negócio.

Encontramos no mesmo espaço negócio e lazer. Parecem acções opostas mas não são efectivamente, não “há uma linha que divide” trabalho e lazer, pelo menos na plataforma *Facebook*. Vejamos alguns exemplos.

## Empreendedorismo

Carlos Branco e a sua empresa ASL Tomé, Soc. Vinícola, Lda.:



Fig. 1.14– Cronologia de ASL Tomé, Soc. Vinícola, Lda.

Apresentação da Sociedade Vinícola ASL Tomé, Lda. na sua Cronologia de Facebook:

A propriedade onde se encontra situada a sede da A.S.L.-Tomé, Sociedade Vinícola, Lda., foi pertença dos antepassados dos actuais proprietários e vem sendo herdada sucessivamente há, pelo menos, cinco gerações da mesma família. Contudo, foi dividida a metade há cerca de 60 anos, por ocasião de partilhas feitas na altura. Na outra metade situa-se agora um conhecido hipermercado. É composta por uma parte agrícola (vinha e outras plantações, nomeadamente três pomares e uma horta) e por uma parte composta por escritórios, adegas, lagares e cubas de vinificação, etc.

A firma possui ainda mais sete propriedades situadas no concelho de Palmela, estas destinadas exclusivamente à cultura de vinhas.

A propriedade em Pinhal Novo onde está instalada a sede ocupa, na totalidade, cerca de 5,5 hectares, sendo o espaço ocupado pela vinha de cerca de 4,5 hectares. A adega actual foi construída em 1947, substituindo uma outra que já existia no local desde fins do século XIX.<sup>10</sup>

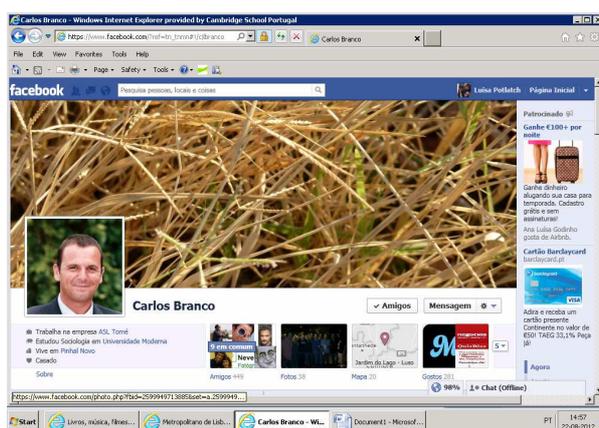


Fig. 1.15 – Cronologia de Carlos Branco no Facebook

<sup>10</sup> Excerto da descrição da sociedade vinícola ASL Tomé na página empresarial, no Facebook.

Carlos Branco, jovem empresário de Pinhal Novo, tem um perfil pessoal no *Facebook* e uma página empresarial da sua empresa vinícola ASL Tomé, Soc. Vinícola, Lda., e partilha regularmente informação entre ambas as páginas. Sobre o seu perfil pessoal explica “Esta conta foi aberta muito antes do *boom* de utilizadores, ainda era uma plataforma pouco utilizada, que me pareceu mais interessante que as existentes na altura.” O propósito empresarial foi posterior, como relata

Os objectivos profissionais surgiram numa fase posterior, quando comecei a perceber as potencialidades desta plataforma. Num primeiro momento, o interesse acontece pelas possibilidades de comunicação impossibilitadas pelo factor distância, tempo ou disponibilidade de manter um contacto regular com pessoas conhecidas. Portanto, há um objectivo também pessoal, embora numa vertente de lazer e de informação.

Carlos tem uma opinião clara sobre o *Facebook* enquanto ferramenta, porque considera a plataforma um meio de divulgação por excelência, mas sublinha que é importante saber usar os recursos que são disponibilizados. Para Carlos, o *Facebook* tornou-se uma aplicação essencial no seu negócio.

Tem uma importância crescente; ainda é algo que muitas firmas não deram muita atenção, mas é um fenómeno que tende a ter uma importância cada vez maior. Num futuro próximo será impensável para uma firma ficar fora das redes “social media”. Antecipar o futuro é essencial e, se agora já começa a ser interessante pela divulgação e por motivos comerciais, no futuro será obrigatório, seja nesta ou noutras plataformas. Por agora, notei uma adesão a campanhas que temos realizado, um dado interessante é a visita à adega de pessoas desconhecidas que, pela abordagem que fazem durante a visita, se percebe que é devido à página de *Facebook*.



Fig. 1.16 – Carta de apresentação de gamas de vinhos produzidos na A.S.L.-Tomé, Sociedade Vinícola, Lda.

Na sua cronologia pessoal, Carlos publicita a página de A.S.L. – Tomé, mas também publica notícias da actualidade, fotos com amigos e faz partilhas onde essencialmente se revela um grande sentido de humor.

Marisa Fernandes e Rui Pedro Fernandes criaram a LOJA PINKPOISON:



Fig. 1.17 – Cronologia da Loja Pinkpoison no Facebook

Rui e Marisa são casados, ambos estão empregados e partilham o espírito empreendedor que os levou a criar a loja *Pinkpoison* no Facebook.



Fig. 1.18 e 1.19 – Mural de Marisa Fernandes e Cronologia de Rui Pedro Fernandes no Facebook

Marisa relata como abriu a sua conta pessoal e a página da Loja *Pinkpoison* no Facebook, e, o uso que faz da aplicação “Abri conta no Facebook porque é uma forma fácil de partilhar a informação, uma vez que as pessoas estão ligadas em rede permitindo uma maior e mais rápida divulgação. O Facebook une e aproxima as pessoas.”

“Utilizo-o”, explica Marisa, “com fim profissional/comercial mas também de uma forma lúdica e mesmo filantrópica. Um dos nossos objectivos é levar a cabo uma campanha que reverta parte dos lucros para uma associação de resgate de animais em risco.”

A Loja *Pinkpoison* é um projecto conjunto, mas por ter mais disponibilidade é Marisa que faz a gestão e escolhe as peças. Rui, porque ambos entendem que tem um perfil mais comercial, é ele que visita os clientes quando se trata de revenda. Optaram essencialmente por bijuteria uma vez que Marisa é apreciadora de moda e tudo o que está ligado a ela. “Pretendemos também, quem sabe num futuro próximo inserir malas e outros acessórios”. Também Marisa e Rui identificaram as potencialidades da plataforma,

Fizemos um *site*, mas depois considerámos ser vital também ter uma página no *Facebook*. Parece que não é só quem não está na Internet que “não existe”. Hoje em dia quem não está no *Facebook* também desperdiça uma óptima ferramenta de *marketing* e divulgação. O *Facebook* é uma excelente plataforma de *marketing*. É possível fazer campanhas, definir o nosso público-alvo e dessa forma ter um maior impacto junto dos nossos potenciais clientes. A forma como o próprio *Facebook* organiza a informação facilita também a exposição e a possível compra. O facto de poder haver interactividade entre vendedor/comprador propicia uma maior proximidade e confiança. De salientar também o facto das actualizações diárias aparecerem no histórico dos fãs/amigos e relembrem sempre a “nossa” existência e novidades.

A dedicação de Marisa e Rui à causa animal marca regularmente presença nas suas actividades no *Facebook*, quer através de publicações partilhadas de páginas de abrigos para animais abandonados, com objectivo de promover adopções responsáveis; quer na divulgação de campanhas de recolha de alimento ou tratamentos para esses animais. Entenderam que o seu projecto não seria indiferente a esta realidade que tanto os afecta, por isso decidiram compatibilizar o espírito empreendedor com o espírito solidário, “existem muitas associações que também identificaram no *Facebook* uma boa plataforma para divulgarem aquilo que muitos de nós ignoramos e tentamos não ver.”

Estes casos revelam dois tipos de empreendedor, aquele que tem uma empresa com marca firme no mercado há vários anos e o que decidiu concretizar um sonho antigo abrindo um pequeno negócio pessoal. Todos são unânimes em afirmar que na actualidade é essencial, seja para que negócio for, abrir uma conta na plataforma *Facebook*, pelas suas características específicas e pelas possibilidades de divulgação e expansão a uma velocidade única.

Todos os empreendedores têm, pelo menos, uma página empresarial e uma página pessoal, aliando empreendedorismo e lazer.

## Lazer

Na plataforma *Facebook* trabalho e lazer podem estar interligados, associados ou como consequentes um do outro. Na maioria dos casos observados, imperativos ligados ao trabalho fomentaram o interesse pela aplicação e a curiosidade exploratória. Rui e Conceição, como observaremos em seguida, criaram conta no *Facebook* por razões profissionais, mas não perderam a oportunidade de criar momentos de lazer; Açucena, Nuno e Miguel abriram contas na rede social não por razões profissionais, apenas por lazer, mas por razões diferentes, como a seguir também veremos.

Sublinha-se que alguns utilizadores desta plataforma confidenciaram que trabalham mais bem-dispostos se tiverem acesso ao *Facebook* durante o horário de trabalho, pois de acordo com as suas experiências, alivia a tensão de muitos momentos, estimulando um apaziguamento emocional no decorrer das tarefas, diminuindo *stress* e irritabilidade, rentabilizando assim o seu tempo que, sublinham, passa também a ser de melhor qualidade.

Rui Cardoso, 48 anos, vive no Barreiro e é actor, produtor, encenador e fotógrafo.

O seu objectivo inicial com a abertura de conta no *Facebook*, era a divulgação e promoção pessoal, enquanto profissional liberal, “publicando fotos da minha actividade de palco e de fotógrafo”. No entanto, Rui decidiu explorar outras possibilidades da rede social. “Deixei de jogar há algum tempo, manifesto a minha opinião sobre acontecimentos sociais e políticos”. Com efeito, a sua personalidade forte e interventiva, não esconde preocupações com os direitos dos animais, e enfatiza sem receios ser anti-tourada. Rui comenta várias publicações de amigos, de páginas de entretenimento ou de *media*, e publica com regularidade, exteriorizando um espírito argumentativo, firme, por vezes contundente, mas solidário com várias causas.

Rui confessa que actualmente passa cerca de uma hora na rede social mas chegou a passar 4 horas.

O que Rui mais aprecia no *Facebook* é “a forma de pensar e de estar de alguns amigos” e claro, “as fotografias, a minha paixão”. E o que menos lhes agrada na plataforma? “Confesso que o que me desgosta mesmo é a impessoalidade e, algumas opiniões contrárias mais desgarradas e sem respeito pessoal e social.”

Rui não só divulga o seu trabalho fotográfico, como as suas actividades artísticas, mas também actividades de amigos, a nível artístico, de *marketing* ou moda na sua página pessoal, actividade possível de observar na sua Cronologia.

Conceição Malhó Gomes, 49 anos, é professora e vive em Coimbra, entrou na rede social na sequência de um trabalho de investigação que vinha a desenvolver (suporte de um trabalho exploratório de uma dissertação de mestrado na área da supervisão pedagógica e formação de formadores), mas após terminado o trabalho de investigação Conceição continuou a usar esta rede. “Publico e Comento. Não utilizo este espaço para jogos”. Conceição diz dedicar entre 30 a 60 minutos diários ao *Facebook*.

Considera que o mais positivo na plataforma é “a possibilidade de participar em grupos restritos de discussão de temas, contactar com amigos que há muito não vejo pessoalmente e estar “updated” sobre diversos temas do meu interesse: educação; música; actualidade”. Não aprecia algumas circunstâncias ocasionadas pelo peso da plataforma mundial e a falta de privacidade, “dificuldades com a plataforma (demora; "cair" da ligação); má utilização da rede social por outros usuários (nomeadamente, utilização desta rede como meio de promover encontros amorosos); possibilidade de aceder, através do *feed* de notícias, a todos os *posts* colocados pelos amigos.”

Açucena Tricotinho é um *nickname* que a utilizadora preferiu usar na rede social, tem 44 anos e vive em Lisboa. Não se recorda quando ou por que razão criou a sua conta no *Facebook* mas “Sei que estive muito tempo sem *Facebook*, mesmo quando já se falava muito disto. Acho que foi mais por curiosidade porque não sabia o que era.” Actualmente, Açucena joga alguns dos jogos disponibilizados pela plataforma, faz comentários e aproveita as funcionalidades da rede, de múltiplas formas porque entende que “é veículo para combinar encontros com amigos, saber do que se vai fazendo em Lisboa como concertos, noites de homenagem, em clubes, discotecas ou outros, entre outras actividades.” Não tem noção clara do tempo que dedica à plataforma, uma vez que é variável, podendo “até estar mais de uma hora a conversar com amigos por aqui.”

O que mais aprecia na rede é “a facilidade de comunicação com os amigos, uma vez que toda a gente tem *Facebook* e toda a gente cá vem amiúde, a facilidade com que se encontram pessoas, aprecio o bom humor.” Açucena não gosta das “constantes alterações no *layout*, os

recadinhos privados que algumas pessoas gostam de postar, as frases feitas de senso comum, a iliteracia.”

Doutor Nuno Nunes, 36 anos, é de Oeiras, antecedeu, recentemente, o seu nome com “Doutor” numa atitude de ironia e repúdio pelo mediático caso da licenciatura de Miguel Relvas. Nuno é mais uma voz que se ergue contra as circunstâncias políticas e sociais nacionais actuais.

Nuno recorda porque decidiu abrir conta na rede social “Criei o meu perfil no *Facebook* no dia em que achei que não ter perfil nesta rede social, era como "estar fora do mundo", ou seja, quando tive a sensação que o mundo estava a acontecer no *Facebook*. Isto foi no dia 12 de Março de 2011.”

Nuno tenta utilizar ao máximo as potencialidades da plataforma “A utilização que faço do *Facebook* é variada, gosto de criar as minhas publicações, faço alguns comentários e passo algum tempo a jogar.”

Sobre o tempo que dedica à rede social, menciona que “durante a semana creio que nunca mais do que uma hora. Apesar de poder aceder através do telemóvel, tenho um emprego que não se coaduna com estar sempre *online*. Ainda assim, à noite gosto de estar um pouco no *Facebook* a ver o que se passou durante o dia e a jogar um pouco para desanuviar. Ao fim de semana acabo sempre por estar mais tempo no *Facebook*.”

Mas Nuno não gosta da plataforma, dizendo que,

pode parecer estranho mas eu não gosto do *Facebook*. A única razão da minha presença nesta rede social é mesmo ter acesso a informação não filtrada pelos habituais meios de comunicação social, estar um pouco a par das movimentações sociais que vão acontecendo e acreditar que sou capaz de mudar algumas mentalidades com o que penso e escrevo.

O que Nuno menos aprecia na rede social é a falta de privacidade, temática que abordaremos mais tarde.

Miguel Gonçalves, vive em Lisboa, recorda-se de ter criado o perfil “ainda não estávamos no advento da *web 2.0*, surgiu da necessidade natural de comunicar, uma alternativa ao *myspace* que utilizava para a minha veia artística.” Explica que o seu perfil no *Facebook* no início era “algo latente, lembro-me que só após alguns meses coloquei a foto de perfil.”

Para Miguel a plataforma é mais do que um espaço de lazer, “talvez uma terapia de grupo *online* com as suas limitações óbvias, encontrei pessoas disponíveis para conversar sobre assuntos mais profundos e receber palavras de ajuda quando precisei.” Encontrou grupos de

entrajuda que afirma operarem muito bem e recomenda-os. Recentemente o *Facebook* tem funcionado também como terapia ocupacional, explica Miguel, “exponho através da música e das palavras sentimentos que não são os mais fáceis de expor.”

Miguel revela a razão porque a rede social funciona, para si, como terapia,

Foi-me diagnosticado há cerca de 6 meses Transtorno de Personalidade *Borderline*, em poucas palavras traduz-se em caminhar na corda da bamba entre a sanidade e a insanidade mental. O facto de utilizar a rede social para me abrir tem ajudado imenso a combater a solidão e até em certa medida a preencher parte do espaço vazio.

Comunicar assume uma importância maior para Miguel recordando que “a comunicação é por si só positiva e qualquer ferramenta que a possibilite à escala do *Facebook* tem de ser positiva. O que pode ser negativo ou positivo é a forma como a rede social, é utilizada”, adianta.

No caso de Miguel, o utilizador afirma que

positivo é partilhar algo que ainda é visto com imenso preconceito e em certa medida ajudar na batalha de quem sofre de alguma doença do foro psiquiátrico ser visto como um ser humano igual a todos. O que pode ser visto como negativo porque tudo é um pau de dois bicos e eu próprio sofro com o preconceito até de pessoas mais próximas, por isso é necessário algum cuidado com a exposição que é feita.

Miguel acede à plataforma todos os dias, e embora não publique regularmente e tenha uma interacção ocasional com outros utilizadores, ele vai comunicando ao seu ritmo.

Quer seja para divulgar actividades pessoais, participar em grupos de discussão, contactar amigos que há muito não se vê e aproveitar-se para combinar encontros, tudo é possível fazer através da plataforma. Os momentos de lazer parecem ser sempre profícuos para os utilizadores da amostra em estudo. Também o acesso a “informação não filtrada” pela comunicação social e estar actualizado é um factor preferencial. Ainda são expressos, como efeito terapêutico, da rede social, os benefícios da facilidade de comunicar com os outros e o combate à solidão.

### **e) Emigrantes portugueses no mundo**

Catarina Vasconcelos vive em Londres no Reino Unido. É estudante, gosta de viajar para fora de Portugal e manter simultaneamente o contacto regular com amigos e familiares, vive em Londres desde Setembro de 2011 e recorda porque criou conta no *Facebook*:

Abri conta no *Facebook* porque fui forçada a isso: estava a viver na Holanda em 2006/07 e nessa altura nenhum amigo meu português tinha conta, mas na Holanda toda a gente tinha! E

todas as fotografias de passeio, festas e outros eventos iam parar ao *Facebook*. Quando pedia para me mandarem fotografias diziam “It’s on Facebook!”.

Catarina não tinha e não sentia necessidade ou curiosidade por estar na rede social, contudo sentiu-se pressionada a criar uma conta “e passados uns dois meses a dizer que não queria uma conta no *Facebook*... cedi! E tive finalmente acesso às memórias de um ano a viver na Holanda!”

Quando decidiu viajar para Londres, criou um Evento no *Facebook* para encontrar alojamento e, com efeito, conseguiu.

Em Londres, Catarina não só mantém os contactos habituais em Portugal, como continua a encontrar memórias,

Neste momento o *Facebook* serve-me para chegar a pessoas que não vejo há muitos anos. Ainda ontem estive a “falar” com a minha professora de ginástica de quando tinha cinco anos. Sei que isso não aconteceria se não fosse o *Facebook*.

Esta utilizadora da plataforma afirma que a distância lhe ocasiona novas formas de olhar o seu país “estando fora, tenho a necessidade de encontrar um “Portugal” que não via há anos (como o caso dos meus amigos da escola primária e os meus professores).”

Catarina entende o *Facebook* numa dualidade de opostos pois observa que é positivo “estar próximo do mundo todo” e é negativo “saber que o mundo todo pode saber tanto sobre mim!”

Tilde Inha vive em Madrid, Espanha. O *nickname* de Matilde na plataforma, vive em Madrid há 4 anos, para onde viajou com familiares porque em Portugal não tinha emprego. Criou conta no *Facebook* porque gosta de conhecer pessoas e fazer novas amizades, e também manter o contacto com amigos que deixou em Portugal.

Considera que a plataforma é um bom meio de interacção e proximidade com o país onde nasceu e com a sua língua materna porque “é através dela que tenho contacto com amigos de longa data, e de pessoas que não vejo há muito tempo. Também é através dela que vou “falando” mais vezes a minha língua materna, para não a perder.”

A proximidade com família, amigos e conhecidos é o factor mais positivo que Tilde Inha encontra na rede social, mas refere haver alguma ausência de veracidade em alguns utilizadores “algumas vezes quem diz ser quem é, não o é.”

Rosa Lótus Branco vive em Paris, França. Abriu a conta no *Facebook* na sequência de convites de amigos da sala “Kotas” do Sapo *Messenger*. É portuguesa mas nasceu e vive em Paris. A rede ajuda-a

a manter o contacto com pessoas queridas que estão bem distantes, porque é muito complicado ter amigos que vivem a cerca de 2000 km de nós. Nasci e sempre vivi em França, mais propriamente em Paris, onde, através das redes sociais consegui guardar amigos, reencontrar alguns perdidos de vista com os anos e o decorrer da vida de cada um de nós, e não obstante o facto de ter feito novas amizades, mesmo à distancia, amizades que se criaram com os anos e vão crescendo.

O *Facebook* é um instrumento que lhe permite proximidade com Portugal, a rede social é o meio através do qual tenta atenuar a distância, e manter-se actualizada de forma rápida, cómoda e com um custo reduzido:

Poderia usar as cartas, como antigamente, mas o tempo de escrever, enviar, receber resposta e responder, mata a espontaneidade de uma conversa, poderia até optar pelo telefone mas não tenho a carteira dos nossos políticos... Optei por o *Facebook* porque assim, posso falar em linha com as pessoas, trocar ideias, imagens, fotos recentes e menos recentes... Ter notícias das pessoas, dos eventos, das peripécias do país... Uma plataforma de actualidades em todo género...

Para Rosa a rede social é também um espaço de decompressão das tarefas do dia-a-dia, e expressa que é muito positivo descobrir, conhecer, assimilar os fenómenos sociais através da rede.

Os emigrantes portugueses da amostra em estudo, todos escrevem maioritariamente na sua língua materna, e usam-na nas publicações, nas actualizações de estado (*Status*) e em comentários, esse é um mecanismo para atenuar distâncias, mas o *Facebook* é uma ferramenta diversificada.

O acesso a memórias em formato digital, as fotos, por exemplo, é uma forma de manter a ligação a lugares e pessoas. É também através da rede social que se mantêm contactos com amigos de longa data e familiares, e se pratica a escrita na língua materna.

Por fim, o acesso à plataforma é considerado de grande utilidade pela diversidade de lugares e equipamentos a partir dos quais se pode aceder, mantendo-se actualizado de forma rápida, cómoda e com um custo reduzido, particularmente para quem está a milhares de quilómetros de casa.

Conhecemos a rede e os seus utilizadores bem como o seu desempenho *online* ao nível da imagem, as causas que defendem, as suas formas de empreendedorismo, de lazer e mesmo como a plataforma funciona como terapia para algumas pessoas. O próximo capítulo, “Activismo Político e Movimentos Sociais de Protesto” dará continuidade à apresentação do eu *online*, mas revelará também os cenários de interacção e como a dinâmica de activismo político *online* se dissemina e materializa *offline*.

## Capítulo II

### Activismo político e movimentos sociais de protesto

1. David Kirkpatrick, antigo editor sénior da revista *Fortune* para as áreas da *Internet* e tecnologia, relata, no seu livro “*O Efeito Facebook*” (2011), que uma noite, durante um jantar com Mark Zuckerberg o questionou sobre os efeitos da rede social na sociedade, em âmbitos específicos como na política, na governação, nos meios de comunicação social e nas empresas Zuckerberg evocou então o *potlatch*.

“Conhece o conceito de economia de doação?”, perguntou Zuckerberg. “É uma alternativa interessante à economia de mercado em culturas muito menos desenvolvidas. Contribuirei com algo a dá-lo-ei a alguém; depois, não por obrigação ou generosidade, essa pessoa retribuir-me-á com algo. Toda a cultura funciona nesta estrutura de doação mútua. O que liga aquelas comunidades e faz com que o *potlatch* funcione é o facto de a comunidade ser suficientemente pequena para que as pessoas possam ver as contribuições de cada um. Mas assim que uma dessas sociedades ultrapassa uma certa dimensão, o sistema falha. As pessoas deixam de poder ver tudo o que se passa e aparecem os parasitas.” (2011:367)

Kirkpatrick, explica como funciona esse conceito ao nível do *Facebook*, uma vez que na plataforma essa economia de doação funciona precisamente, de forma oposta, isto é, em larga escala. A condição que, de acordo com Zuckerberg, permite esse funcionamento é a transparência. Mas como funciona então a transparência como condição para uma economia da doação ao nível do activismo político no *Facebook*? Zuckerberg recorda que na rede o utilizador assume a sua identidade através do seu nome (ou *nickname*), ao fazer uma afirmação política está a expor a sua opinião e simultaneamente, a expor-se à opinião crítica dos outros, que poderá não ser exactamente concordante, ele entende que a “doação” está nesse acto de livre partilha de ideias, ficando vulnerável à crítica dos outros. O fundador da rede classifica esta “doação de opinião política”, como uma atitude positiva no fortalecimento da política.

O que emerge da argumentação de Mark Zuckerberg é que a configuração, a estrutura e a dinâmica do *Facebook* convergem no sentido e na condição de que as partilhas se façam sempre com transparência, ou seja, com a evidência e a nitidez suficientes para que não haja espaço para incerteza ou dúvida. Mas se por um lado esta ideia parece ser perfeita, por outro lado alerta-nos para uma questão, ignorada neste ponto, entre Kirkpatrick e Zuckerberg, a da segurança e privacidade, que adiante debateremos, adiantado porém, que quanto maior for a transparência, maior será o grau de exposição de um utilizador aos outros, e em consequência, menor o grau de protecção da sua privacidade.

No entanto é plausível a ideia da doação de uma opinião à política em si e aos outros utilizadores. A intensidade que resulta dessa doação é muito maior na rede social do que no quotidiano e, neste sentido, a explicação de Zuckerberg é crível. Trata-se de uma questão já assinalada neste trabalho quando no capítulo anterior estudámos o desempenho *online*, que se prende com a intensidade do compromisso com os outros. O que pensa Zuckerberg da diferença de compromisso *online* e *offline* no que respeita ao activismo político em movimentos sociais?

Aderir a um grupo de protesto no *Facebook* é diferente de ficar no meio de uma multidão com um lereiro na mão em sinal de protesto. Pode ser mais fácil de fazer em termos de conveniência, mas é um maior compromisso público. É semelhante a assinar uma petição com o nosso nome e morada, de uma forma que muitos outros podem ver imediatamente. (Kirkpatrick, 2011:369)

O compromisso com os outros, no *Facebook*, parece-nos mais durável, mais intenso uma vez que, como já foi mencionado, no quotidiano uma acção não pode ser eliminada após ter ocorrido, tendo repercussões temporais, de forma limitada à memória de cada um, até ao esquecimento. Já na plataforma em estudo, uma acção que não seja eliminada permanecerá indeterminadamente na página do utilizador, ou seja, uma actividade publicada ficará disponível para ser recordada em qualquer outro momento posterior, e as repercussões serão indubitavelmente diferentes, pela intemporalidade da palavra escrita. Esta, acreditamos, será a característica mais expressiva do compromisso evocado por Zuckerberg, embora deva ser tomado em consideração a dimensão da divulgação, que poderá ascender a milhares de utilizadores, entre amigos, e/ou amigos de amigos e/ou subscritores.

Kirkpatrick reconhece o *Facebook* como “um dos primeiros locais onde pessoas insatisfeitas fazem queixas, activismo e protestos.” Os eventos no *Facebook*, precisamente pelas ferramentas disponibilizadas pela plataforma, viabilizam a sua divulgação de forma muitas vezes viral.

Portugal não é uma excepção nesta matéria. Em Fevereiro de 2011 o Jornal de Noticias *online* noticiava que a auto-denominada “Geração à Rasca” se preparava para uma grande manifestação. O Evento fora criado no *Facebook*, e à data já tinha mais de 20.000 aderentes.



Fig. 2.1 – Evento “Geração à Rasca”



Fig. 2.2 – Notícia no JN online em 22.02.2011

A 12 de Março, mais de 200 mil pessoas manifestaram-se nas ruas de Lisboa, insurgindo-se contra a precariedade laboral. A adesão à manifestação da "geração à rasca" ultrapassou largamente os números inicialmente previstos, com cerca de 300 mil pessoas em todo o país.

O Expresso *online* de 13 de Março de 2011 noticiava<sup>11</sup>

A organizadora do protesto considerou que a adesão de manifestantes mostra que "a precariedade afecta toda a gente na sociedade, tendo ultrapassado largamente os 60 mil que se previam". "Esperemos que seja o primeiro passo para uma democracia participativa em Portugal", disse. Paula Gil adiantou que a organização recebeu ao longo do protesto milhares de folhas nas quais a maioria dos participantes apontava as razões para a sua presença na iniciativa.

Cerca de 300.000 pessoas em Lisboa e Porto aderiram a um evento convocado pela rede social, mas nem todos tinham perfil no *Facebook*, alguns dos participantes tomaram conhecimento através de amigos, familiares ou colegas de trabalho. Este Evento divulgado através do *Facebook* previa inicialmente cerca de 60.000 participantes. Contudo, precisamente pelo dispositivo de divulgação através do *Facebook*, tomou proporções inesperadas. Convocado por 4 jovens, inicialmente marcado para Lisboa e Porto, apelava aos “desempregados, ‘quinhentoseuristas’ e outros mal remunerados, escravos disfarçados, subcontratados a prazo, falsos trabalhadores independentes, trabalhadores intermitentes, estagiários, bolseiros, trabalhadores-estudantes, estudantes, mães, pais e filhos de Portugal”. Porém, o eco da iniciativa levou à presença de todos os outros também, e a concordância de gente com tendências políticas diversas, da extrema-esquerda à extrema-direita, incluído anarquistas e monárquicos.

<sup>11</sup> <http://expresso.sapo.pt/manifestacao-geracao-a-rasca-chega-ao-rossio-com-mais-de-200-mil-pessoas-fotos-e-video=f637298>



Fig. 2.3 – Foto Expresso online de 13 de Maio de 2011

O êxito do evento levou então à criação de um grupo de trabalho que se viria a auto-denominar M12M (Movimento 12 de Março) e prometiam voltar à rua a 15 de Outubro seguinte, em nova manifestação para a qual se criara o evento "15 de Outubro a Democracia sai à Rua"

Paula Gil falava de novo à imprensa, desta vez ao jornal *Público* "O dia 15 de Outubro foi escolhido por ser uma manifestação internacional de solidariedade com Espanha, sendo que há questões transversais aos dois países".

O Manifesto esclarecia a comunidade do Facebook e era reenviado por *e-mail* para quem não tinha perfil na rede social, a mensagem da rede disseminava-se *online* e expandia-se pela população nacional.



Fig. 2.4 – Mapa<sup>12</sup> dos protestos de 15 de Outubro de 2011 em todo o mundo.

---

<sup>12</sup> Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/2011\\_Portuguese\\_protests](http://en.wikipedia.org/wiki/2011_Portuguese_protests)

E, de facto, no dia 15 de Outubro de 2011, 950 cidades em 82 países do mundo aderiram ao protesto global. O jornal *Expresso* de 15 de Outubro informava “Acho que [a apresentação das medidas de austeridade] poderá contribuir para que [a manifestação] cresça muito”, afirmou à Lusa Paula Gil, adiantando que a comunicação do primeiro-ministro “provocou uma reacção no *Facebook* que foi crescente”. E no Manifesto dos “Indignados”, no *Facebook*, afirmava-se,

Somos pessoas comuns. Pessoas com deveres, direitos e responsabilidades. Pessoas que se levantam todas as manhãs para estudar, trabalhar ou procurar emprego. Pessoas que têm família e contas para pagar. Pessoas que trabalham arduamente para proporcionar um futuro melhor àqueles que os rodeiam. Este é um movimento aberto, apartidário e não-violento, com uma estrutura horizontal sem líderes. Condenamos de forma clara o sistema político, económico e social. Recusamo-nos a ser escravos e reféns de uma classe política privilegiada e corrupta, de um sistema eleitoral fechado às pessoas, e de uma economia de mercado sem regras nem ética, que a todos nos deixa indefesos e sem voz.

Ao observar estes fenómenos sociais, tão directamente ligados à rede social, emerge a questão, será a plataforma que estimula a criação de eventos e protestos, ou será ela uma ferramenta que as pessoas usam para que a sua mensagem se expanda congregando mais simpatizantes? Essa pergunta poderá ter resposta naqueles que organizam eventos para protestos, manifestações, concentrações, vigílias; que participam na sua divulgação e que os promovem nas suas páginas, os activistas políticos do *Facebook*.

Os utilizadores que mais se envolvem na partilha e divulgação de informação de teor político, são activistas simultaneamente *online* e *offline*, e chama-se a atenção para o facto que na amostra em estudo só existem activistas que o são em ambos os ambientes. Mas quem são, o que os move, e como usam a plataforma?

Para conhecermos as suas razões, contactaram-se três activistas, de orientação política diferente, embora com muitas preocupações comuns: Guilherme Antunes (Partido Comunista Português), Norberto Alexandre Teles (Partido Ecologista “Os Verdes”) e Ricardo Castelo Branco (anarquista, activista em nome individual). As razões porque surgem activistas destas correntes políticas e não de outras terão explicação no contexto político e social que se vive na actualidade. Os partidos de esquerda são os mais activos na organização de protestos, através da C.G.T.P., contudo uma onda emergente de anarquistas contestatários a uma democracia que consideram falsa tem vindo progressivamente a criar eventos ou a incorporar listas de organizadores de eventos no *Facebook*.

Na amostra em estudo foram identificados (em Janeiro de 2012), activistas do P.S., P.S.D. e C.D.S., no entanto no decorrer dos primeiros meses do ano, as suas actividades de divulgação foram cessando na rede, até à omissão quase total de referências políticas nas suas páginas. Foram contactados activistas do P.S. e do P.S.D. para responderem a uma entrevista sobre o seu activismo político, no entanto, nunca foi recebida qualquer resposta. Devido a estes constrangimentos, não é possível conhecer as motivações de socialistas e sociais-democratas activistas no Facebook.

Ao longo da investigação foram também identificadas as influências da ideologia anarquista, que iam surgindo não só nos manifestos dos eventos no Facebook, mas também nos discursos e nas publicações, de muitos utilizadores da plataforma, pelo que faria todo o sentido conhecer as motivações desse movimento, que engrossa fileiras diariamente.

Guilherme Antunes, activista do Partido Comunista Português:



Fig. 2.5 – Cronologia de Guilherme Antunes

Guilherme Antunes, de 63 anos, é licenciado em História da Arte pela Universidade Nova de Lisboa, vive em Cascais, está reformado das tarefas académicas, mas não do seu activismo político. É membro do Executivo da Concelhia de Cascais do P.C.P., responsável pelo sector da Organização e responsável pela Comissão de Saúde Concelhia do partido. É também responsável pela formação ideológica da Concelhia do partido e cabeça de lista, eleito, pela freguesia de Cascais. Pertence ainda, à entidade coordenadora da D.O.R.L. – Direcção da Organização Regional de Lisboa no sector da Organização.

Foi precisamente a sua “militância cívica” que o levou a abrir conta no *Facebook*. O seu perfil revela os interesses de Guilherme, a política e a Arte, com particular incidência na pintura, mas faz questão de revelar em entrevista *online* que é “filatelista militante”.

Todas as semanas este utilizador da plataforma menciona, através de publicação, aos seus amigos dos *Facebook* que a militância tem deveres, entre os quais o imperativo de se manter actualizado em termos de informação, relativamente ao partido e ao contexto nacional que se vive em Portugal; estimula a aquisição do jornal *Avante* como obrigação e necessidade de militante, mas também aconselha a sua leitura como complemento informativo para todos os simpatizantes.

Guilherme acredita que a plataforma usada com critério e inteligência é muito positiva na transmissão da mensagem.

Ser activista *online* tem muitas implicações ao nível da privacidade, porque nem sempre as ideias são bem aceites por todos. É por isso que Guilherme tem o maior cuidado no que concerne à sua vida pessoal:

A minha privacidade é intocável e jamais mencionada. Só revelo o que entendo que possa servir os propósitos a que me propus militante e partidariamente, de que se destaca a minha página aberta a todos com absoluta liberdade de pontos de vista. Abro uma excepção para a propaganda fascista que censuro.

Nem sempre é fácil ser activista *online*, mas Guilherme entende que na generalidade, estar na plataforma é positivo pela “possibilidade de chegar a mais gente, de fazer “passar” melhor a mensagem, com objectivos exclusivamente político/ideológicos”, ainda que considere a plataforma um “meio de comunicação controlado pelo império norte-americano na sua totalidade, em moldes cripto-fascistas, que a maioria esmagadora dos mais de 900 milhões de utilizadores não se apercebe.”

Guilherme tem na plataforma uma extensão do seu activismo *offline*, e sempre que lhe é possível está presente nas manifestações, concentrações e/ou outros eventos marcados pela central sindical C.G.T.P. (Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses), com ligações ao P.C.P.

Norberto Alexandre Teles, activista do Partido Ecologista “Os Verdes”:



Fig. 2.6 – Cronologia de Norberto Alexandre Teles

Norberto Alexandre Teles, de 44 anos, vive na Lourinhã, mas a sua vida passa por onde passam as actividades de “Os Verdes”, e está presente em todos os eventos do *Facebook*, criados pelo partido ecologista, pela central sindical C.G.T.P., ou outros que entenda estarem em sintonia com os ideais que defende. O activismo foi a razão pela qual Norberto abriu conta no *Facebook* porque tinha objectivos definidos para a sua utilização “ajudar a esclarecer, a debater ideias e a divulgar o partido ecologista “Os Verdes””.

Como activista uso todos os meios ao meu alcance para esclarecer e divulgar as políticas que defendo e o partido a que pertença. O *Facebook* é uma plataforma de divulgação que abrange um grande espaço geográfico e todo o tipo de pessoas, por isso vejo-o como uma ferramenta de trabalho (político), de difusão e acesso a informação que não nos chega pelos meios tradicionais. [O Facebook é] uma forma de interacção e troca de ideias entre os do mesmo partido, assim como uma forma mais fácil e rápida de esclarecimento dos que querem colocar dúvidas. É também uma forma de divulgar as ideias do partido, frequentemente omitidas na comunicação social.

Norberto tenta fazer uma gestão da sua vida privada no *Facebook*, reservando o que entende não dever envolver na sua actividade política, como factos da sua vida familiar.

Quem, como eu, dá a cara em acções de defesa de ideais, manifestações contra a perda de direitos sociais ou qualquer acção de activismo em defesa das políticas de “Os Verdes”, não tem nada a esconder, mas reservo uma parte da minha vida pessoal, que nada tem a ver com a política.

O utilizador realça a facilidade de qualquer utilizador poder contribuir para a democracia com a sua opinião, mas refere que há um reverso da medalha, “as pessoas que contribuem com as suas opiniões no *Facebook* depois na vida real não usarem os seus direitos, não lutarem pelos seus ideais e, erradamente, ficarem em casa com a falsa ideia de missão cumprida.” Norberto

acredita no poder de divulgação da plataforma mas defende o imperativo de não confundir actividade *online* com actividade *offline*. No seu ponto de vista ambas são necessárias no activismo mas não substituíveis uma pela outra.

Ricardo Castelo Branco, activista em nome individual, colaborador de várias plataformas, movimentos e agrupamentos:



Fig. 2.7 – Cronologia de Ricardo Castelo Branco

Ricardo Castelo Branco, não revela nem a idade (dizendo que está na “casa dos 40 anos”) nem onde vive, por razões de privacidade. Foi aluno da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, em Ciências Documentais, e é um dos gestores do fórum, da página e do *site* da *Tugaleaks*. Paralelamente, e em nome individual, colabora com inúmeros movimentos como “MSE”, “150”, “Primavera Global”, “Occupy Lisboa”, “Indignados Lisboa”, várias Assembleias Populares, e ainda os “Anonymous”.

Criou uma conta no *Facebook* porque lhe proporcionou ferramentas e características mais avançadas e de maior abrangência que outras redes sociais onde teve perfil aberto.

O *Facebook* aparecia como uma plataforma com maior cobertura global, um funcionamento mais intuitivo e interactivo e como tal foi uma sucessão bastante lógica, tanto mais que *Twitter*, devido à limitação de caracteres das mensagens, é algo que não permite uma perfeita explanação de conceitos e, como tal, nunca foi algo que me encantasse. Embora possua uma conta no *Twitter* esta serve apenas para receber e reenviar *links* de fontes de informação por parte de alguns contactos, poucos que recusam o *Facebook*. Aliado a isso havia a possibilidade de albergar em álbuns fotográficos as minhas extensas colecções de imagens digitais e de permitir um fácil visionamento e partilha das mesmas. O retomar de contactos e a criação de novos, aliados a uma crescente degradação e falência do modelo de sociedade em que vivemos e dos paradigmas políticos e económicos vigentes levou a que um uso que se baseava em *posts* saltuários, algum uso de jogos e muitas mensagens pessoais, passasse a ser uma utilização sem jogos, dedicada a causas, divulgação e partilha de informação e com uma manutenção do nível de mensagens.

O seu activismo e a opção por “ideias políticas e concepções da vida, gostos estéticos por vezes pouco convencionais e modelos de luta que podem ser muito combativos e desgastantes” tornaram o seu perfil pessoal num corpo de denúncias de outros utilizadores e bloqueios na plataforma. Actualmente, tem de novo o perfil bloqueado por 30 dias, pelo que usa outra conta de recurso. Os bloqueios foram originados na sua

luta anti-aurina e denúncia da caça à vida selvagem por Juan Carlos (ambos devido a *posts* ilustrados com imagens graficamente fortes e ilustrativas da violência e absurdo das práticas denunciadas), publicação de alguns álbuns de banda desenhada erótica de Guido Crepax – no caso uma adaptação de Sade em que o perfeito burilar lógico do “Divino Marquês” equivale a uma perfeito burilar do traço de Crepax (apreciação estética e filosófica certamente demasiado elevada para os limitados intelectos dos “censores facebookianos”).

Ricardo defende a liberdade de informação e ausência de censura, e é dentro desse espírito que é responsável por mais de 90% das coberturas fotográficas da *Tugaleaks* relativas a protestos, manifestações, concentrações e eventos promovidos na área de Lisboa pelos movimentos sociais, de forma mais acentuada nos últimos 6 meses. Contudo, não publica no *Facebook* todas as fotos apenas para garantir a privacidade de quem é fotografado, quando as circunstâncias são passíveis de penalidade.

Na recente manifestação do “Cercos ao Parlamento” houve fotografias que considerei icónicas como a de um idoso com os genitais de fora a urinar para a representação do orçamento que ardia diante da escadaria. A minha única preocupação, e que resulta de normalmente apenas publicar cerca de metade das fotos realizadas, prende-se com o retratar de situações que podem constituir base de procedimentos criminais contra os retratados, e considero que o meu trabalho não deve estar na base da manutenção de práticas inquisitórias e persecutórias, eticamente indefensáveis, por parte dos defensores remunerados da ordem pública e de um sistema legal em que o ordenamento jurídico (reflexo dos modelos sociais, políticos, económicos, financeiros e ideológicos vigentes) cada vez mais se afasta dos mais elementares princípios éticos que deveriam estar presentes na concepção do mundo que partilho.

“O genital do idoso não era assim, e para usar uma terminologia barthiana, o *punctum* do documento fotográfico, mas sim o facto de este estar a urinar para uma representação do presente orçamento.” A alusão teórica a Barthes esclarece a crítica aos mesmos “censores do *Facebook*” que permitem o aparecimento de páginas pedófilas ou de maus-tratos a animais na plataforma, por não acolherem com a mesma permissividade a exposição dos genitais como forma de expressão política.

Na plataforma, Ricardo gere a sua rede de contactos, divulga informação, faz partilha de conteúdos, operacionalização e organização de eventos activistas, trilhando caminhos separados da informação, que considera *mainstream*, reflecte sobre o pensamento anarquista,

denuncia situações que considera pouco éticas, e alberga inúmeras colecções de imagens digitais. E ainda que a considere “um bom meio de divulgação”, evoca uma limitação em “vários aspectos, entre os quais se contam os métodos censórios da plataforma baseados em processos inquisitórios fundados em denúncias anónimas em que o denunciado não tem sequer o direito a defesa, a mentalidade vigente e o falso puritanismo de matriz americana”.

Os activistas que usam o Facebook reconhecem as suas potencialidades e têm experiências pessoais, por vezes mais complexas e complicadas de gerir, face à transparência das suas posições. O comportamento censório de outros utilizadores é um obstáculo à livre circulação de ideias, e um poder que todos possuem, exercido de acordo com as ideias, intenções e formação pessoal de cada utilizador. Não é um poder isento, objectivo, depende antes da subjectividade de cada utilizador, e pode tornar-se num óbice, cada vez maior (oferecido pelas ferramentas que a própria rede oferece), à ideia de transparência que Zuckerberg pretende no Facebook, para que a sua teoria, baseada no ritual dos índios norte-americanos, possa tornar-se efectivamente um êxito.

2. Em Portugal verificámos exemplos de movimentos sociais, criados através de eventos no Facebook. Mas que correspondência será possível encontrar entre a plataforma e os seus utilizadores? Entre a tecnologia e o homem? Como pode analisar-se esta dicotomia?

Raymond Williams no prefácio de *Television, Technology and Cultural Form* (1975), define uma correspondência, entre tecnologia e formas de cultura, que pode ser ajustável à relação que existe entre a rede social Facebook, e também o tipo de uso que lhe dão os seus utilizadores, e é imperativo ler claramente essa dicotomia, tecnologia/sociedade, para uma mais exacta compreensão da rede, dos seus utilizadores e da conexão existente entre ambos.

Williams estabelecia e criticava a relação causa/efeito, como explicação dessa relação. Considerando o uso da tecnologia como um efeito, derivado do contexto social e cultural de uma sociedade (1975:10), esse mesmo efeito manifesta-se nas decisões que se tomam continuamente e se materializam nas práticas quotidianas. Na dicotomia Facebook/sociedade portuguesa encontramos alguns exemplos que atestam o argumento teórico de Williams. Observe-se, face ao agravamento das condições de vida dos portugueses, de forma acentuada, decorrentes das contínuas medidas de austeridade tomadas pelo XIX governo constitucional de Portugal, a crescente taxa de desemprego, a perda de direitos sociais, os sucessivos aumentos de impostos, vastas ondas de contestação política e social surgiram.

Em consequência dessas contestações criaram-se eventos no *Facebook* que vieram a tomar a forma de assembleias, manifestações e vigílias, em várias cidades do país e locais emblemáticos da capital portuguesa, como o Parlamento ou o palácio de Belém, residência oficial do presidente da república. O objectivo era similar neste tipo de eventos, pressionar o órgão governativo e a *Troika* a reconsiderar ou mesmo abandonar estratégias económicas e financeiras ainda mais pesadas para o povo português.

Em resposta à vaga de protestos, o Presidente da República e o Primeiro-Ministro portugueses também usaram as ferramentas do *Facebook* para se justificar perante os cidadãos, através das suas páginas pessoais.

Nestes casos o uso de tecnologia demonstra que o mesmo deverá ser entendido como uma forma de concretizar objectivos e práticas antecipadamente geradas na mente, ou seja, práticas sociais que através do uso tecnológico se tornam, efectivamente, mais permanentes, mais alargadas e mais duráveis.

De acordo com Raymond Williams todas as questões sobre causa e efeito são veementemente de ordem prática, aliás o autor afirma mesmo que tudo assenta numa questão de práticas sociais, portanto isso implica que sendo a tecnologia uma causa, é possível ao homem, pelo menos, modificar ou controlar os seus efeitos.

Apresentámos a dinâmica do activismo no *Facebook* e como se materializa *offline*, e percebemos como ser activista pode provocar algumas curiosidades e disputas entre utilizadores. No próximo capítulo “Transparência ou privacidade limitada” prosseguiremos esta temática pois será também no contexto do activismo que compreenderemos quais os riscos da exposição na rede e como lidam os utilizadores com a questão da privacidade e segurança no Facebook, face à imposição de Mark Zuckerberg de um conceito de transparência.

## Capítulo III

### Transparência ou privacidade limitada?

O que mais me desagrada no *Facebook* é o facto de a pegada que deixamos ser demasiadamente grande. É muito complicado fazer-se algo sem que toda a gente o saiba, e isso provoca-me uma sensação “*big brother*” que me perturba.

(Doutor Nuno Nunes)

A ideia de Doutor Nuno Nunes, utilizador que já nos falara sobre o seu uso do *Facebook*, enquanto espaço de lazer, sublinhara a sua preocupação sobre a sua falta de privacidade no *Facebook*, que conflitua com a ideia de transparência de Mark Zuckerberg. O criador da rede parte do pressuposto, como vimos no capítulo anterior, que a transparência é o factor que viabiliza a perfeita ideia de partilha através da teoria da doação. Contudo muitos utilizadores desta plataforma não partilham a mesma opinião. Vejamos em seguida alguns dos aspectos mais relevantes sobre esta temática.

Quando se adiciona um amigo, a aplicação consente um relacionamento, que permite visualizar todas as actividades de ambos os utilizadores que passam a ter acesso a informação comum, isto é, o utilizador A pode visualizar no *feed* todos os comentários, *likes*, partilhas, subscrições, actividade de jogos do utilizador B e vice-versa. Se esta relação, podemos presumir, tem por base um princípio de transparência, uma vez que a informação disponibilizada torna-se acessível a mais do que um utilizador, é necessário observar que existe uma “política de utilização de dados” que explica mais pormenorizadamente como se processa a permanência do utilizador no *Facebook*. A rede orienta sobre diversos aspectos, entre os quais salientamos:

Informações que a plataforma recebe e como são utilizadas;

Como funcionam as partilhas e como encontrar o perfil do utilizador no *Facebook*;

As definições de privacidade que ajudam a controlar as informações de cada utilizador em [facebook.com](https://www.facebook.com);

Outros sites e aplicações; descobrir os *plugins* sociais e de que forma a informação é partilhada com jogos, aplicações e websites, utilizados pelo utilizador e pelos amigos fora do *Facebook*;

Como funcionam a publicidade e as histórias patrocinadas;

Ver como os anúncios são apresentados sem partilhar as informações com anunciantes, e compreender como se associam anúncios ao contexto social, tais como histórias do tipo '*feed* de notícias'.

O utilizador ficará a saber como os *cookies*, *pixels* e ferramentas (como armazenamento local) são utilizados para fornecer serviços, funcionalidades e anúncios e conteúdos relevantes.

Apesar desta informação esclarecer nalguns pontos essenciais o modo como se processa a informação disponibilizada, visando uma melhor manutenção da conta e, conhecendo as formas como é possível, tornar o perfil mais seguro, os dados recolhidos sugerem que os utilizadores não têm um especial cuidado ou atenção sobre esta matéria.

Os utilizadores desta amostra, quando questionados sobre se alguma vez leram ou consultaram a “política de utilização de dados” da plataforma, deram respostas que sustentam esta afirmação, por vezes até de forma caricata:

- “Irra. Preferia ver um jogo do Benfica”;
- “Népias. Tenho mais que fazer.”;
- “Dever devia... mas não tenho pachorra”;
- “Não li : (((“;
- “Nunca :S”;
- “Eu li na diagonal”;
- “Nunca li.”;
- “Olhei para isso durante 30 segundos”;
- “Isso não existe!”;
- “Nop... nunca leio nada...”;
- “Não... só a “política” de Aristóteles... ;-)”.

Em 16 pessoas que responderam a esta questão, apenas um utilizador afirmou ter lido a “política de utilização de dados”.

Este desinteresse dos utilizadores pode ser entendido pelo facto de a informação ser apresentada de forma pouco apelativa e algo complexa, remetendo questões para *links*, que por sua vez se desdobram em mais *links*, tornando os conteúdos intrincados e desinteressantes. Por outro lado a parte prática e lúdica do uso do *Facebook*, que se prende com a interacção dos utilizadores monopoliza a sua atenção quando acedem e usam esta plataforma.



Fig. 3.1 – Menu de definições de privacidade no *Facebook*

Assim, foi possível constatar que alguns utilizadores não conhecem as configurações de privacidade e as configurações de conta, que estão disponíveis no perfil e desconhecem inclusivamente que publicações tornaram públicas ou não, e isto apesar da rede fornecer esses dados cada vez que são introduzidos novos elementos. Seja por descuido ou por negligência, as matérias relacionadas com a protecção de privacidade e uma maior garantia de segurança na troca e partilha de informação, acabam por não ser consideradas.

Por norma os utilizadores crêem estar protegidos no *Facebook*, uma vez que esta plataforma disponibiliza ferramentas únicas *online* se bem que, na maioria das vezes não sejam aproveitadas pelos utilizadores. Estão previstas inúmeras possibilidades: 1) optar por que tipo de pessoas podem ver uma foto, uma publicação, quem pode comentar, partilhar; 2) organizar os amigos em grupos para publicações específicas, como por exemplo, “amigos de faculdade”, “colegas de trabalho”, personalizando as etiquetas de acordo com a vontade do

utilizador, etc. Constatou-se que na amostra de 200 pessoas apenas uma organiza e selecciona os amigos de acordo com esses critérios. Apesar de aparentemente ser uma ferramenta útil e em tudo semelhante à gestão de informação que fazemos no quotidiano, e que é variável, consoante o grupo e a situação em que nos encontramos (Goffman 1959; Frois 2010), no Facebook esta questão pode vir a redundar num problema uma vez que a selecção da informação e a quem a ela tem acesso pode ser entendido como factor de exclusão de alguns em detrimento de outros. Devido, precisamente, à ideia de transparência no Facebook, é possível perceber nas publicações que um utilizador “Y” “aloja” os amigos em grupos, o que pode vir a ser constrangedor para quem se aperceba, veiculando a ideia de que, para o utilizador “Y”, os amigos não estão todos em igualdade de circunstâncias perante si.

Na generalidade, os utilizadores desta amostra não perdem muito tempo a reflectir sobre quem os pode ver, quem vê o seu grupo de amigos ou outros dados. Recorde-se que na amostra de 200 utilizadores, 175 têm o seu grupo de amigos visível para os seus amigos, só 25 o oculta. Mas ocultar o grupo de amigos dos próprios amigos também pode ser interpretado de forma negativa pelos outros utilizadores, que por vezes entendem indiciar algo de invulgar em relação ao contacto, de acordo com algumas opiniões.

De facto a ideia de transparência assume uma tal importância na plataforma que algumas opções de conta e privacidade acabam por gerar problemas entre utilizadores.

Mas enquanto a discussão da privacidade no grupo de amigos é limitada, há outras questões porventura mais pertinentes e mais alargadas, como por exemplo, quem pode ver um perfil?

A rede permite várias opções: manter a cronologia visível apenas para o utilizador (“só para ti”), para os “amigos”, para os “amigos dos amigos”, “personalizado” (para grupos ou pessoas em particular), ou para “público”.

Reflectamos nas pessoas que optam pela configuração mais comum “amigos de amigos”.

Quem permite que as suas actividades sejam vistas por “amigos de amigos” está longe de ter a sua privacidade garantida. Consideremos os seguintes dados, este estudo determinou um número médio de 745 amigos por utilizador num total de 200 utilizadores. Se se multiplicar 745 por 175, atingimos um total de 130.375 de pessoas que poderão ter acesso aos dados disponibilizados.

Sobre as definições de privacidade Ricardo Castelo Branco, o activista anarquista que nos elucidara, no capítulo anterior, sobre as suas práticas na rede, revela como tenta garantir alguma protecção pessoal:

Restringindo o acesso ao nível das definições de privacidade, limitando o acesso à minha informação pessoal consoante as várias listas em que dividi os meus contactos, preferindo uma fotografia de perfil com um carácter simbólico ... fornecendo dados falsos relativamente a alguns aspectos públicos do meu perfil que obstaculem a minha fácil localização e com uma dose de humor tentando não stressar nem ver invasões de reptilianos onde os não há.

E, como já exemplificado, existe a possibilidade de um universo vasto de pessoas nos observarem, vigiarem, que inclusivamente podem partilhar fotos pessoais, dados pessoais e muito recorrentemente, denunciar dados ou o próprio perfil, por várias razões, nem sempre legítimas.

Ou seja, no *Facebook*, ainda que haja vários conjuntos de ferramentas e informação para melhorar a privacidade e segurança das pessoas, em parte por falta de interesse dos utilizadores, em parte por imperativo de uma transparência a que a própria rede obriga, as condições para a manutenção da privacidade e segurança acabam por não ser garantidas.

Os cenários reais anteriores apontam para a questão sobre vigilância *online*, que, contrariamente, ao que o senso comum possa indicar ao utilizador, não é só efectuada por questões de segurança, nem exclusivamente feita por entidades competentes, ela é praticada por qualquer utilizador na *Internet* com objectivos mais diáfanos ou mais encobertos, por vezes nocivos, o que nos direcciona a uma circunspecção sobre a intenção do processo de vigiar.

A terceira parte da obra *A Sociedade vigilante* está direccionada para os aspectos éticos da vigilância e o valor da privacidade. Estes textos centram-se no mundo virtual, e sublinham que, ainda que o cidadão comum não tenha consciência plena desta dimensão, a *Internet* é um instrumento de vigilância por excelência. Ao contrário de outros dispositivos de vigilância que podem suscitar mais debate ou polémica no que respeita à invasão da privacidade, como acontece com o uso de videovigilância no espaço público, no caso do *Facebook* e da criação de um perfil na *Internet*, disponibilizando fotos, dados pessoais e outro tipo de informação sobre a vida privada, é muito frequente, não haver um questionamento prévio acerca das consequências que daí poderão decorrer.

As redes sociais são montras virtuais, e essa particularidade seria à partida suficiente para que todos os utilizadores *online* estivessem consciencializados desse aspecto.

Porém, a ausência de uma reflexão e debate alargados à sociedade civil são, em grande medida, resultantes do facto de não existir consciencialização do risco e do perigo *online*.

É na falha de configurações de privacidade que reside o problema, ou seja, a disponibilização de dados pessoais viabiliza e fomenta um maior acesso aos perfis dos utilizadores pois amplifica a curiosidade.

Em Portugal a legislação específica do Direito na área da informática, da *Internet* e das comunicações, é relativamente recente e prevê sobretudo crimes relacionados com danos relativos a programas ou outros dados informáticos, sabotagem, interceptação ilegítima, acesso ilegítimo e perda de bens.

Também a Comissão Nacional de Protecção de Dados (C.N.P.D.), tendo como competência o controlo e fiscalização do cumprimento das disposições legais e regulamentares em matéria de protecção de dados pessoais, está limitada na sua atribuição, ainda que obedecendo aos direitos, liberdades e garantias consagradas na Constituição.

De facto, ainda que a C.N.P.D. tenha o poder para ordenar o bloqueio, apagamento ou destruição de dados e proibir temporária ou definitivamente o tratamento de dados pessoais incluídos em redes abertas de transmissão de dados, o seu poder é limitado a servidores situados em território nacional.

Susan Freiwald (2004), da Faculdade de Direito da Universidade de São Francisco, Califórnia, defende que os legisladores deverão apresentar leis mais práticas para uma melhor implementação a nível geral que envolva a sociedade civil, permitindo a emergência de uma consciência do que é permitido e proibido na conduta *online*, independentemente da postura ambivalente que esta assume face à ideia de vigilância.

É também o problema da regulação de privacidade no que respeita ao uso quotidiano da tecnologia que Charles Raab (2008) discute. Também este autor aponta para o compromisso de despertar a consciência pública uma vez que a possibilidade de vigilância ou uso abusivo de dados pessoais subsequente ao uso de novas tecnologias, não decorrem exclusivamente do uso tecnológico mas também de como as entidades de poder utilizam a regulamentação e influenciam as populações.

No *Facebook*, as necessidades de privacidade dos utilizadores colidem, quotidianamente, com os interesses de dinâmica da rede. Por um lado, porque o utilizador descarta a sua privacidade, por outro porque a transparência defendida por Zuckerberg parece não ser tão nítida como supostamente deveria ser, erradicando qualquer tipo de incerteza ou dúvida, mas antes, fomentando a partilha disseminada de dados. E se numa primeira análise esta ideia parece ser perfeita, dissecada mais profundamente alerta-nos para lacunas de privacidade e segurança, agravadas porque quanto maior for a transparência, maior será o grau de exposição de um utilizador aos outros e menor o seu grau de protecção e de privacidade.

## CONCLUSÃO

No *Facebook*, a imagem assume um papel primordial enquanto forma de apresentação imediata do sujeito: não estando presente fisicamente perante os outros, o seu cartão de visita é a fotografia, primeiro dado de identificação e que o representa, em simultâneo, e a sua identidade no *Facebook*. Após criar essa identidade, em que a imagem de apresentação pode ser de si próprio – tal como aconteceria no contacto presencial – ou corresponder a uma escolha mais criteriosa. Ao criar o seu perfil, adicionar amigos, publicar, partilhar, comentar, o utilizador está simultaneamente a criar um contexto a partir do qual toda a acção se desenrola. Este contexto é, se seguirmos a terminologia goffmaniana, um ‘palco’, desta vez *online*, e pelas próprias características deste ambiente, podemos sublinhar que há um maior domínio no seu desempenho, o que mostra, como mostra e a quem, inclusive o ‘desfazer’ de actos cometidos, apagando-os do registo como se nunca tivessem ocorrido.

E é nesse contexto de palco *online* que surgiram as *performances* dos utilizadores. Ao longo desta tese, e tendo em conta uma amostra de 200 utilizadores, observámos vários desempenhos e objectivos das actividades desenvolvidas *online* nomeadamente a dedicação a formas de activismo, em particular causas solidárias. Se alguns dos utilizadores transportaram para a plataforma causas que já defendiam antes de criar o perfil no *Facebook*, outros iniciaram já na plataforma, formas de activismo e defesa de causas que não conheciam antes de entrar na rede social, reconhecendo o *Facebook* como um instrumento de divulgação com potencialidades a explorar. Neste âmbito, e uma vez mais tendo em consideração a nossa amostra, identificaram-se maioritariamente três tipologias de causa: as que defendem animais, como vimos através da defesa dos direitos dos animais, no resgate dos que se encontram abandonados e o apoio dos que estão em albergues; as causas que defendem pessoas, da qual é exemplo a luta pela divulgação do cancro da mama, esclarecendo o público e apoiando as mulheres vítimas da doença, a ultrapassar as dificuldades inerentes à mesma; e as causas que defendem património, que englobam o material e o imaterial, de onde destacámos a defesa da Língua Portuguesa, património imaterial, contra o novo Acordo Ortográfico.

Foi ainda possível observar que os portugueses desta amostra usam a plataforma como ferramenta de trabalho, tendo sido identificados duas categorias: o utilizador que tem uma empresa com marca consolidada no mercado há vários anos, procurando alargar a sua actividade; e o utilizar que decidiu concretizar o plano de dar início a um pequeno negócio pessoal. Em ambas as situações, houve unanimidade na constatação que o *Facebook* é

actualmente uma ferramenta essencial pelas suas características específicas e pelas possibilidades de divulgação e expansão de negócio a uma velocidade impar. Constatámos que no caso dos empreendedores, a par de manterem uma ‘página’ empresarial, são também utilizadores desta rede social na sua vertente lúdica através de uma página pessoal, em que partilham outro tipo de actividades e interesses.

Vemos assim que quer seja para divulgar actividades pessoais, participar em grupos de discussão, ou contactar amigos que há muito não se vê, quase tudo é possível fazer através da plataforma. O acesso a informação não filtrada pela comunicação social e o estar actualizado são factores preferenciais, no entanto, sublinha-se que para muitos utilizadores a pertença ao *Facebook* traz também benefícios ao nível da facilidade de comunicar com os outros ou combater a solidão como sucede por exemplo no caso de emigrantes que usam a rede para manter a ligação a lugares e pessoas, com a facilidade de acesso a partir de uma diversidade de lugares e equipamentos de forma rápida, cómoda e com um custo reduzido.

Apesar de não ser correcto afirmar que o desempenho *online* é totalmente diferente do desempenho *offline*, uma vez que há de facto uma ligação estreita nas práticas sociais, reconhece-se que através do *Facebook* o utilizador tem a capacidade de modificar e/ou controlar os efeitos das suas acções ao fazer uso das possibilidades que a tecnologia lhe oferece como amplificador das suas ideias e a extensão da sua mobilidade em vários domínios (social, cultural, geográfico).

Essa amplitude que a tecnologia confere ao indivíduo através da plataforma, é conseguida através da própria configuração, estrutura e dinâmica do *Facebook* convergindo no sentido de que as partilhas se façam com transparência, evidência e nitidez razoáveis para anular incerteza ou dúvida, e dessa forma garantir que o conceito de doação presente no ritual de *Potlatch* se possa estabelecer ao nível da troca *online*.

Os desagradados sobre privacidade na rede decorrem maioritariamente, das próprias características da plataforma muito por força dessa transparência imposta. Ou seja, numa certo domínio, as necessidades de privacidade dos utilizadores colidem com os interesses de dinâmica da rede que estimula a abertura e partilha de conteúdos. Porém, no que respeita à matéria de protecção de dados pessoais e do garante de um grau mínimo de privacidade, constatou-se que são os próprios utilizadores que manifestam desinteresse e mesmo desconhecimento das configurações de privacidade que lhes são disponibilizadas.

Podemos então perguntar-nos qual a extensão da dinâmica entre tecnologia/sociedade neste contexto *online*? O uso de tecnologia deverá ser entendido como um veículo para concretizar objectivos num processo que vai do surgimento da ideia às práticas sociais habituais, mas que

através do uso tecnológico se tornam efectivamente mais permanentes, mais alargadas e mais duráveis.

Os movimentos sociais, concentrações, manifestações e protestos em Portugal atestam esta premissa, como vimos no caso das cerca de 300.000 pessoas em Lisboa e Porto que aderiram a um evento convocado pela rede social. Embora nem todos tivessem perfil no *Facebook*, foi através desta rede social que a mensagem foi difundida e se transmitiu a larga escala através de amigos, familiares ou colegas de trabalho. Nalguns destes eventos que previam uma participação de 60.000 pessoas, que manifestaram o seu interesse *online*, verificou-se na prática que o número de participantes na actividade *offline* foi largamente superado. Assim, a rede foi a origem mas congregou ainda os que, ausentes da rede, se sentiram concordantes com as motivações políticas e sociais subjacentes aos manifestos.

A sociedade portuguesa, através da adesão aos eventos no *Facebook*, por vezes concertados com outros semelhantes a decorrer em vários países do mundo, confirmou a sua proximidade social e cultural, sobretudo com os países europeus onde decorreram protestos semelhantes, nomeadamente tendo em conta a partilha de preocupações sociais e políticas que as afectam na actualidade.

Na Introdução deste trabalho surgia-nos uma pergunta, decorrente logo das primeiras investigações exploratórias e que se manteria presente ao longo de toda a investigação, referia-se ao facto de utilizadores de várias redes sociais, ao longo de vários anos, e novos utilizadores, cuja a única rede social onde criaram conta foi a plataforma em estudo, se encontravam todos no *Facebook*, “o que os alicia a todos para a mesma rede?” Ao longo deste trabalho tivemos a oportunidade de obter essa resposta através do discurso dos utilizadores que nos deram o seu contributo. A frase mais repetida, a ideia mais comum a todos é a que abre o Capítulo I “Em que estás a pensar”: “Tudo o que existe está no *Facebook*, se não está no *Facebook*, não existe”, e para os utilizadores do *Facebook* esta premissa é válida para mesmo tudo o que existe, incluindo eles próprios.

- Davies, Charlotte (1999) *Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and the Others*. London: Routledge
- Feiwald, Susan (2004) *Online Surveillance: Remembering the Lessons of the Wiretap Act*. Alabama Law Review. Vol. 56. No. 9. Social Science Research Network disponível em <http://www.surveillance-studies.net/?p=448> (acedido em 18.08.2011)
- Frois, Catarina (Org.) (2008) *A sociedade vigilante – Ensaio sobre identificação, vigilância e privacidade*. Lisboa: Instituto das Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Goffman, Erving (1959, 1993) *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*. Relógio de Água Editores.
- Kirkpatrick, David (2011) *O Efeito Facebook*. Babel. Lisboa
- Lutz, Catherine A. and Jane L. Collins. 1993. *Reading National Geographic*. Chicago: University of Chicago Press. Cap.7.
- Miller, Daniel (2010) “*An Extreme Reading of Facebook*”. University College London. Disponível em [www.openanthcoop.net/press](http://www.openanthcoop.net/press) (acedido do em 20.08.2011)
- Miller, Daniel (2011) *Tales from Facebook*. Polity Press. Malden USA
- Reis, Filipe (2006) "Comunicação, Cultura e Tecnologia: Introdução a uma Antropologia dos Media " em *Comunidades Radiofónicas. Um Estudo Etnográfico sobre a Radiodifusão Local em Portugal* ", Dissertação de Doutoramento, ISCTE, policopiado.
- Spitulnik, Debra (1993) “*Anthropology and Mass Media*”. Annual Reviews. [www.annualreviews.org/aronline](http://www.annualreviews.org/aronline): 293:315
- Sontag, Susan (2001) *On Photography*. New York: Picador. Pp. 1:24
- Strathern, Marlyn (1992) “*Foreword: The Mirror of Technology*” in *Consuming Technologies Media and Information in Domestic Spaces*. Edited by Roger Silverstone and Eric Hirsch. Routledge. (vii-xiii)
- Subtil, Filipa (2006) *Compreender os Media, as Extensões de Marshall Mcluhan*. Minerva Coimbra
- Williams, Raymond (1975, 1997) *Television, Technology and Cultural Form*. London. Routledge, Pp. 7:31