

O activismo em rede

AS REDES ACTIVISTAS EM TORNO DE CAUSAS têm sido abordadas de modo diferente por diversos autores, existindo quem nelas veja um “exército em rede” (Holstein, 2002, n. p.) ou uma “máfia inteligente” (Rheingold, 2002). Não obstante, Bennett chama a atenção para a dificuldade em aceitar tais visões, mais bélicas ou aproximadas de grupos de interesse, quando a organização não institucional e a inexistência de uma hierarquia a respeitar constituem elementos essenciais para a compreensão do trabalho em rede das comunidades activistas (2003: 9 e segs.).

O primeiro caso estudado de uma movimentação popular organizada através da Internet teve lugar em Seattle, em 1999, aquando da reunião da Organização Mundial do Comércio. O mundo assistiu não somente à manifestação de cerca de cinquenta mil pessoas que encheram as ruas de Seattle num protesto contra o neoliberalismo, mas também a protestos em 82 outras cidades, incluindo EUA, Europa e América do Sul (Bennett, 2003: 25; Moraes, 2001: 9).

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

A comunicação em rede e os movimentos sociais

Um movimento social é a tentativa colectiva, por um determinado número de pessoas, de alteração de indivíduos ou instituições e estruturas sociais (Zald and Ash, 1966).

O activismo parece hoje uma prática regular bem recebida pelos utilizadores das redes sociais: causas ambientais, defesa de direitos humanos ou reacção ante factos políticos são alvo de frequente atenção. Mas será ele o reflexo de movimentos so-

ciais ou simplesmente o somatório de um conjunto de actos individuais de protesto partilhados?

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

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

De Teerão a Maputo: as redes entre o simbolismo e a acção

A utilização da Internet durante a campanha eleitoral de Barack Obama, em 2008, tem sido muitas vezes referenciada, sendo apontada como uma das principais razões do sucesso eleitoral do actual presidente dos EUA. O *site* da campanha, a presença

de Obama nas várias redes sociais – em particular no Facebook – a *mailing list* de apoiantes, entre outros aspectos, marcaram fortemente esta campanha, a qual se tornou de algum modo num modelo inspirador das várias candidaturas que desde então têm ocorrido um pouco por toda a Europa. (Plouffe, 2009). De alguma forma poderíamos argumentar que o modelo de campanha de Obama foi apropriado e reinventado no contexto pós-eleitoral iraniano de 2009, assumindo a forma de movimento social gerado nas redes sociais e trazido para as ruas da capital, Teerão. Perante o resultado das eleições de Junho de 2009 – Mahmoud Ahmadinejad declarado vencedor duas horas após o encerramento das urnas –, a população iraniana rebelou-se por conceber fraudulento o resultado. Apoiando o principal líder da oposição, o candidato reformista Mir Hussein Mousavi, os cidadãos organizam-se no apelidado Green Movement, até hoje activo contra todos os esforços da polícia estatal.

Aliás, a essencialidade da CMC é de tal modo evidente que os próprios visados pelo movimento não apenas censuram as informações veiculadas como chegam mesmo a inviabilizar as conexões das redes em momentos fulcrais da política interna.

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

A forma de organização de todos aqueles que pretendem a impugnação das eleições é, de facto, baseada numa rede informal: sem qualquer tipo de hierarquia pré-estipulada ou relações de origem vertical; os cidadãos defendem os seus interesses comuns numa relação democrática de igualdade – o que, obviamente, nunca porá em causa o poder de iniciativa mais ou menos presente em cada um dos elos existentes. Mousavi poderá incitar ao protesto mas não dependem dele todas as iniciativas ligadas ao Movimento Verde. Quanto muito, constituirá um *bub*

mas nunca poderá ser tido como um líder nas relações entre as comunidades que professam o interesse comum da democracia e do pluralismo no Irão.

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

O Twitter nas eleições iranianas

O Twitter foi o canal de alerta para a fraca cobertura dos média tradicionais sobre o Movimento Verde. De facto, “a 13 de Junho de 2009, quando começou a escalada dos protestos, ignorada pelos média iranianos, no Twitter, a informação corria em tempo real”. Referindo-se especificamente à CNN, a rede criou um movimento de *gatewatching* em que cidadãos questionavam a qualidade e verdadeiras intenções da informação veiculada pelos média. Influenciada ou não por este alerta, a verdade é que as atenções têm sido redobradas por parte daquela empresa (De Tolledo, s/d: 5).

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

Relativamente a este tipo de censura, os utilizadores de CMC têm procurado advertir para formas de difusão de informação, em especial quando utilizados os dois *tags* mais comuns: IranElection e gr88 (referência à Green Revolution e ao actual ano no calendário persa: 1388). Nestes casos, acon-

selham-se os utilizadores do Twitter a não revelar o seu IP, a não denunciar de qualquer modo o nome ou localização de uma fonte genuína do Movimento Verde, ou mesmo a responder de forma impetuosa, uma vez que as forças de segurança se encontram a utilizar a mesma rede social.

Assim, parece inegável que o governo iraniano de Ahmadinejad teme os média em geral e as redes sociais *online* em particular: de facto, não se censuram pólos que não detêm qualquer poder no espectro interno ou internacional.

Com este tipo de comunicação (de muitos para muitos), cidadãos e ONG têm conseguido mobilizar apoiantes por todo o mundo, alinhando acções de protesto mundiais ou recolhendo assinaturas para petições, permitindo visibilidade global a uma questão nacional.

“
Não nos encontramos perante uma verdadeira revolução dos meios utilizados [...] mas antes perante uma crescente utilidade para a visibilidade global.
 ”

Um caso demonstrativo da importância da rede social *online* Twitter teve lugar a 15 de Junho de 2009, quando se colocou a possibilidade de suspensão do funcionamento da rede para a sua manutenção. Ante a preocupação sentida pelos utilizadores iranianos e os seus seguidores por todo o mundo, dado terem decorrido apenas dois dias desde a divulgação do resultado das eleições e do início dos protestos, os responsáveis pelo Twitter optaram por adiar o procedimento. Tal preocupação parece plausível quando observamos que uma das mais populares páginas do Twitter, contando com mais de 25.631 seguidores, é dedicada ao candidato reformista. A título de curiosidade, refira-se que Mousavi detém igualmente um perfil no Facebook, onde reúne 3.966 contactos, um canal no YouTube, cujas entradas chegam às quase 70.000 visualizações, e uma página no Flickr, onde reúne fotos dos protestos que têm lugar em seu nome.

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

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

Os protestos em Moçambique

Como vimos, o debate e o fluxo de informação parecem constituir, por si só, uma mais-valia. Não obstante muitas das opiniões proferidas nas redes sociais na Internet pretenderem a alteração do *statu quo*, quererão ser ouvidas pelos poderes em geral: mas serão consequentes?

O caso iraniano aqui analisado demonstra também a predominância da rede social sobre a rede tecnológica, como é exemplificado pela adopção do *bluetooth* após o corte de envios na rede telefónica para o uso de SMS: nesse contexto a população usou o *bluetooth* para distribuir vídeos e *flyers* digitais em locais públicos como os cinemas, parques ou transportes. De algum modo as mesmas lógicas podem ser detectadas nos protestos em Moçambique de Setembro de 2010 onde, após o anúncio do aumento de preços de bens essenciais como o pão, uma mensagem de SMS começou a circular apelando ao protesto. Essas mensagens acabaram por se traduzir em protestos e depois conflito com as autoridades nas ruas de Maputo e de outras zonas do país, tendo resultado em vários mortos. Como forma de gestão desse conflito aparentemente o governo ou as próprias empresas, antes de anunciar o não aumento de preços, bloquearam durante algumas horas o envio de SMS permitindo apenas a comunicação de voz e de

dados de acesso à Internet. Os protestos moçambicanos permitiram também o surgir de práticas informativas baseadas na articulação entre jornais e redes sociais, como no caso do jornal *@verdade*. Durante as horas de maior tumulto nas ruas de Maputo, um jornalista do *@verdade* e amigos do Facebook, tanto do jornal como do jornalista, trocavam a partir da rua via Blackberry ou de computadores de casas e escritórios informação sobre os locais seguros e sobre a dimensão dos protestos em diferentes zonas da cidade. O jornalista mediava e dava também a quem estava no Facebook a certificação, ou validação, da informação que ia chegando. Por sua vez, esse espaço de partilha no Facebook levou ao surgir de uma campanha pela paz em Moçambique e foi também através do *@verdade* nessa rede social que se questionava sobre quem tinha um dado operador e conseguia ou não enviar mensagens. De algum modo, o caso moçambicano demonstra-nos uma realidade dual no que se

refere às redes sociais. Por um lado, alguns têm apenas acesso às redes de telemóvel e não às redes de Internet móvel – dado o custo de equipamentos e ligações de dados – esses são também aqueles que nas ruas protestam contra o custo de vida. Por outro lado temos os que usam as outras redes sociais, neste caso o Facebook, para compreender o que está a acontecer em torno do protesto e como não ser apanhado pelo mesmo. Por último, temos o governo e as empresas de telecomunicações que podem gerir que tipo de uso pode ser permitido em termos de acessos, controlando as portas de acesso à comunicação.

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

Referências bibliográficas

- BENNETT, W. (2003) — *New Media Power: the Internet and global activism*. In *Contesting Media Power*, Nick Couldry and James Curran, Rowman and Littlefield. Disponível em: <http://depts.washington.edu/gcp/pdf/bennettmnpower.pdf>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- CARDOSO, G. & Neto, P. (2003) — *O Movimento por Timor: mass media e os protestos online*. In *Novas Formas de Mobilização Popular*. Porto: Campo das Letras.
- CARDOSO, G. (2003) — “Internet”. Lisboa: Quimera.
- DE TOLLEDO, G. (2009) — *Conflitos Pós-eleições no Irão e Ciberactivismo no Twitter*. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/17882410/Conflitos-posesleicoes-no-Ira-e-Ciberativismo-no-Twitter>. Acedido em 18 de Setembro de 2010.
- DELLA PORTA, D. and DIANI, M. (2006) — *Social Movements – an introduction*. EUA: Blackwell Publishing.
- HOLSTEIN, W. J. (2002) — *Online, the Armies Have No Borders* *New York Times*. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2002/04/28/business/business-online-the-armies-have-no-borders.html>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- MORAES, D. (2001) — *O Activismo Digital*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- PLOUFFE, D. (2009) — *The Audacity to Win – The Inside Story and Lessons of Barack Obama Historic Victory*. Nova Iorque: Viking.
- RHEINGOLD, H. (1993) — *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. In João Carlos Correia (s/d) — *Cidadania, Comunicação e Literacia Mediática*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.br/pag/correia-joao-carlos-Media-Publico-Literacia.pdf>. Acedido em 20 de Setembro de 2010.
- ZALD & ASH (1966) — *Social Movement Organizations: Growth, Decay and Change*. In Dieter Opp (2009) — *Theories of Political Protest and Social Movements*. Nova Iorque: Routledge.

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