

# Redes sociais. Tão bom como sexo e comida

O debate ainda é mais jovem que as redes sociais mas há sinais de que estão a mudar-nos. Estão também a falar aos nossos instintos. É a ciência que diz: falar de nós é tão satisfatório como comer ou fazer sexo

MARTA F. REIS  
marta.reis@ionline.pt

"A visibilidade é uma armadilha". O alerta de Michel Foucault surgiu em 1975 no livro "Vigiar e Punir". Teria Foucault uma conta no Facebook? Andrew Keen, autor de um dos livros mais recentes sobre o que o mundo social online está a fazer à natureza humana - "Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us" - não tem. A discussão está no começo, sendo os críticos como Keen a minoria que cita Foucault por temer o pior.

Foucault morreu antes sequer do boom da internet, não teria por isso como prever plataformas hoje massivamente usadas como são as redes sociais. Em Outubro, o próprio fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, disse estar impressionado com o facto de a rede social ter atingido mil milhões de utilizadores mensais em oito anos de existência - uma pessoa em cada sete do planeta estará ligada. Embora o debate mais filosófico que Keen e outros autores como Nicholas Carr pretendem lançar esteja no início, vários pensadores da cibercultura têm evidenciado alterações de comportamento. Mudámos ou encontramos um espaço para seguir instintos básicos de comunicação e colaboração?

Para Jorge Martins Rosa, da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Nova de Lisboa, há uma mudança de paradigma na internet, passando de um conceito inicial de um mundo paralelo a uma "extensão do nosso mundo". Por outro lado, a utilização tornou-se mais activa, com os utilizadores a contribuírem cada vez mais com os seus conteúdos. Uma consequência é a ligação cada vez mais célere entre os mundos offline e online. Exemplo disso, diz Jorge Mar-

tins Rosa, é o facto de hoje serem muito menos habituais o uso de nicknames arbitrários. "Parece-me haver um curioso equilíbrio, que me faz lembrar o que se diz acerca dos documentários, em que numa determinada instituição se convive diariamente e durante um longo período com a presença constante de câmaras", compara. "Sabemos que o perfil que criamos é um pouco trabalhado em relação ao que somos: queremos parecer mais bonitos com fotos bem enquadradas, mais inteligentes e mais eruditos. Mas à medida que se interage, e a não ser que estejamos quase sempre silenciosos (o que também é sintoma de algo), parte da máscara cai."

Para Paulo Frias, da Universidade do Porto, a alteração mais relevante é uma planificação das várias esferas pessoais: misturando-se a vida privada com a pública. "As pessoas passaram a comentar aspectos do seu foro privado de forma completamente pública". Contudo, esta não será uma mudança de natureza, defende. "Sempre tivemos uma componente voyeurista e exibicionista. Encontrámos talvez um espaço mais fácil de nos colocarmos nessa posição. Nesse sentido, não é a invenção de uma plataforma que constitui a novidade, é aquilo em que as pessoas transformam essa plataforma". E aqui, existe talvez um descuido inconsciente, que as novas preocupações em torno da privacidade dos dados deverão colmatar nos próximos anos. "Há um rasto novo que estamos a deixar, uma impressão digital que é dificilmente apagável e pode ter consequências. Muitas vezes não há a percepção de que um dia alguém vai ler essa história".

**OS RISCOS** Paulo Peixoto, do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra também duvida de um determinis-

mo tecnológico. Defende antes que o impacto resulta do bom senso com que se usa as novas plataformas, e isso trabalha-se com mais educação. Uma dependência excessiva, como tende a ocorrer entre adolescentes, pode gerar comportamentos anti-sociais, diz o sociólogo. Nestes casos, há o risco de as redes fomentarem o narcisismo ou mesmo o solipsismo, a ideia de que a realidade vivida pelo próprio é a única. O investigador destaca também a emergência de riscos para o exercício de cidadania. "O tipo de interacção promovida pelo Facebook, ampliada pela instantaneidade das acções, leva a uma perda de capacidade de avaliação das nossas acções sobre os outros". Os impactos não precisam de ser brutais. "Está a levar a comportamentos de maior ansiedade. Os utilizadores criam mecanismos de maior ansiedade, exigindo respostas e reacções imediatas, o que em muitos casos não é praticável".

**REFORÇO DA AUTO-ESTIMA** Há, ainda assim, aspectos positivos, diz Peixoto, referindo o papel das redes sociais na formação da identidade. "As pessoas são convidadas a pensar e a mudar o seu perfil e isso aumenta as oportunidades de reflectir sobre si próprios, levando a um aumento da auto-estima. No mundo em crise, o amor próprio que as redes sociais potenciam, é um ingrediente da integração. Quem não tem amor próprio, não participa e não interage. As redes sociais estão a funcionar como base de mobilização de actores que, noutras circunstâncias, nunca estiveram motivados para se envolverem na vida pública e na crítica social". No campo das mudanças de natureza, aponta a emergência de uma geração multitarefas, não só por causa do apelo das redes mas também do modo como são usadas, a partir de qualquer lugar e

de modo individualizado. "As pessoas tendem a estar menos focadas e concentradas, multiplicando acções e conferindo simultaneidade às tarefas que realizam".

**REDES SOCIAIS = SEXO** A ciência recente sugere que nem tudo será marketing ou moda na hora de nos deixarmos levar. Em Maio, investigadores de Harvard demonstraram num artigo na revista científica "PNAS" que existe uma razão biológica para as nossas experiências subjectivas tenderem a dominar o nosso discurso. Se na comunicação presencial (isto é, sem recurso a plataformas tecnológicas), essas mesmas experiências absorvem 30% a 40% do tempo, na internet esse valor sobe para 80%. Mais do que os motivos conhecidos da sociologia comportamental – estabelecer alianças ou aumentar o nosso conhecimento – há um valor intrínseco neste comportamento, algo que até aqui não estava provado. Os mecanismos activados no cérebro por alguém que expõe os seus pensamentos a outros, concluíram, são os mesmos que tornam o sexo ou a comida fontes de prazer. Um dos segredos então para Zuckerberg se ter tornado multimilionário pode ter sido fazer a pergunta certa, que desde 2004 incentiva as partilhas no Facebook: "what's on your mind?"

Por outro lado, os trabalhos de Nicholas Christakis (Harvard) e James Fowler (Universidade da Califórnia) mostram como uma arquitectura idêntica à do Facebook tem potencial para influenciar comportamentos, opiniões e escolhas – trunfo conhecido das empresas, partidos e associações. A escala com que isso acontece na vida offline era até há bem pouco tempo desconhecida, mas Christakis fez soar o alarme em 2007, quando acrescentou ao debate em torno da epidemia da obesidade a variável de contágio social. Após analisar uma amostra de 12 mil pessoas, e respectivas ligações, apurou que o risco de uma pessoa ser obesa é 57% maior se tiver um amigo obeso. A tese foi replicada para o tabagismo mas também para a felicidade. Flower resumiu desta forma os resultados: "Se o amigo do amigo do seu amigo fica feliz, o impacto é maior do que se lhe puserem cinco mil dólares no bolso."

Com cada vez mais informação e ideias para debate, Keen – que se autoproclama o anticristo de Silicon Valley, resume assim o desafio: "Tenho noção que não podemos voltar atrás, para o bem e para o mal. O que critico é este culto do social. O indivíduo tem de ser o fio condutor e se só vivermos socialmente estamos a destruir alguma coisa. Estamos a tirar a melhor parte de nós próprios, o mistério necessário à construção da humanidade."

Por agora, e antes que a internet consiga fazer coisas fundamentais como esquecer-se – e seja possível apagar rastos – Keen sente-se na casa de correcção descrita por Foucault, que alertou para o risco de um encarceramento contínuo, debaixo da vigilância constante dos outros. "A prisão onde me encontro contém muita jaulas, pequenos palcos onde cada actor está sozinho, perfeitamente individualizado e constantemente visível", diz no livro. Uma pesquisa no Google mostra que não é o único a sentir-se assim.

