

Mídias sociais e sociedade: consciência para o altruísmo¹

Tamires Andretta²

Roberta Manica Cardoso Costa³

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

Resumo

Pretendemos⁴ neste estudo, a partir das interfaces da comunicação, refletir sobre o papel das mídias sociais como propagadoras de ações de altruísmo. Assim, tentaremos expor a influência das ferramentas *online* na sociedade e a interação que proporcionam aos internautas, a fim de observarmos se, atualmente, os relacionamentos nascem da internet e como as mídias sociais vêm ganhando força na sociedade, podendo ser, cada vez mais, um importante meio de propagar ações de altruísmo e mobilizações em prol do bem comum.

Palavras-chave: altruísmo; conscientização; mídias sociais; sociedade.

Introdução

Com o avanço da tecnologia, a forma de se relacionar muda, assim como as ferramentas de comunicação. O número de indivíduos que utilizam as mídias sociais cresce a cada dia que passa. As ferramentas *online* como blog, twitter, facebook, orkut, entre outras, vêm cada vez mais sendo utilizadas pelas organizações como estratégias comunicacionais, bem como, por indivíduos que procuram mobilizar pessoas para um determinado objetivo. De acordo com Castells, “[...] a actividade das comunidades virtuais é um perfeito exemplo da prática da liberdade de expressão a nível global [...]” (CASTELLS, 2004, p. 76).

Diante desse contexto, este artigo pretende identificar de que forma as mídias sociais podem colaborar na conscientização de ações que favoreçam o bem comum.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da UCS, email: tamires.andretta@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da UCS, email: rmc Cardoso@ucs.br.

⁴ Empregaremos, ao decorrer deste estudo, a primeira pessoa do plural, a fim de mantermos uma coerência com a proposta de análise, que busca resgatar a presença do sujeito em todas as ações humanas, em especial, nas reflexões científico-acadêmicas, oportunidade em que a noção de sujeito torna-se relevante.

Para isso é utilizada a pesquisa bibliográfica, bem como a análise de discurso baseada em Eni Orlandi, a qual descreverá ferramentas *online* voltadas a ações de altruísmo, procurando, nesse sentido, criar a interface entre a prática e a abordagem teórica apresentada.

As novas tecnologias advindas da internet

A comunicação está em tudo: numa imagem, numa expressão, numa troca de informações, enfim, ela é fundamental para reunir pessoas, criar vínculos e conscientizar, entre muitas outras funções. O que ocorre atualmente é que a comunicação acontece num âmbito cada vez mais global. Com o passar do tempo os meios para comunicar evoluem. De acordo com Thompson:

O uso dos meios de comunicação proporciona também novas formas de “ação à distância” que permitem que indivíduos dirijam suas ações para outros, dispersos no espaço e no tempo, como também responderem a ações e acontecimentos ocorridos em ambientes distantes. (THOMPSON, 2002, p. 77; 78, grifo do autor).

Com a chegada da internet novos recursos de interação surgem. Hoje as ferramentas *online* ganham força sendo cada vez mais acessadas e utilizadas pelos indivíduos. Castells acredita que “[...] a Internet transforma o modo como comunicamos, as nossas vidas vêm-se profundamente afectadas por esta nova tecnologia de comunicação.” (CASTELLS, 2004, p. 19). Dessa forma, entende-se que a internet é uma nova forma de comunicar e que ela, cada vez mais, faz parte do cotidiano dos indivíduos.

De acordo com Moraes, “[...] a Internet oferece novas ferramentas de intervenção, como as campanhas virtuais, o correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns, salas de conversação, boletins, manifestos *on line*, murais, anéis de *sites* e árvores de *links*.” (MORAES, 2011, p. 128). Ferramentas essas que tornam a comunicação entre os indivíduos mais interativa e participante. Conforme o autor, “[...] a comunicação na Internet é fundada numa reciprocidade com dimensão comunitária [...]”. (MORAES, 2001, p. 71). Fayard também destaca a interação das novas mídias e as compara com as mídias tradicionais, segundo o autor:

As ditas *novas mídias* são o produto do casamento da informática dos microcomputadores individuais com as redes internacionais de telecomunicação. Essas novas formas de comunicação são praticamente independentes das coações espaciais. A interatividade que elas permitem constitui uma característica fundamental. As novas mídias distinguem-se das mídias de massa tradicionais por sua natureza distribuída entre os pontos emissores-receptores, pela flexibilidade de seus usos e pela sua interconectividade. (FAYARD, 2000, p. 112; 113, *grifos do autor*).

Dessa forma, é perceptível que as ferramentas digitais são mais interativas que as mídias tradicionais, de acordo com Fayard, “[...] a interatividade na Internet ultrapassa largamente o número de possibilidades de mudança de canais televisuais.” (FAYARD, 2000, p. 113).

Desse modo, as mídias advindas da internet possuem como característica principal a interatividade entre os internautas. Conforme Moraes, com as novas mídias, “[...] o que se busca é promover a disseminação de idéias e o máximo de intercâmbios.” (MORAES, 2011, p. 125). Assim, com os meios de comunicação advindos da internet é possível destacar a facilidade de interação que as ferramentas *online* proporcionam, nas quais todo internauta pode interagir, opinar, sugerir e participar. Além disso, fazendo com que relacionamentos entre pessoas, muitas vezes, desconhecidas, nasçam nessas ferramentas *online* na internet.

Internet e sociedade

Os meios de comunicação de hoje, principalmente os advindos da internet, reforçam a vivência da comunicação horizontal, na qual os indivíduos trocam informações com igualdade de expressão, Galli também acredita nisso, conforme a autora:

A comunicação virtual introduz um conceito de descentralização da informação e do poder de comunicar. Todo computador, conectado à Internet, possui a capacidade de transmitir palavras, imagens e sons. Não se limita apenas aos donos de jornais e emissoras; qualquer pessoa pode construir um *site* na Internet, sobre qualquer assunto e propagá-lo de maneira simples. (GALLI, 2005, p. 123; 124).

Dessa forma percebe-se que a comunicação se torna mais livre, menos vertical e que as ferramentas de comunicação virtuais são um espaço onde qualquer internauta

pode participar, opinar, sugerir e se integrar. Castells corrobora a ideia ao escrever que “[...] um valor fundamental neste contexto é o da liberdade. Liberdade para criar, liberdade para absorver os conhecimentos disponíveis e liberdade para os redistribuir sob a forma e o canal eleitos [...]” (CASTELLS, 2004, P. 67).

Assim, os indivíduos têm o poder de escolha sobre assuntos que querem pesquisar, criar e/ou interagir. O autor também cita que “[...] o tipo de comunicação que prospera na internet é o que está relacionado com a liberdade de expressão em todas as suas manifestações, mais ou menos desejáveis segundo o gosto de cada um.” (CASTELLS, 2004, p. 237). Assim, cada internauta é livre (na internet) para escolher e/ou expressar o que pensa sobre determinado assunto.

As comunidades virtuais são exemplo de opções individuais, nas quais os internautas se identificam com o tema e passam a interagir com outros indivíduos que também possuem afinidade com o assunto. Para Lévy, “[...] uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais.” (LÉVY, 2000, p. 127).

As comunidades virtuais, entre outras atribuições, fazem com que internautas que possuem o mesmo interesse sobre determinado assunto troquem informações e interajam somando conhecimento e partilhando experiências. Moraes soma à reflexão ao citar que “[...] graças à plataforma digital, os chamados à mobilização social ultrapassam barreiras geográficas, atropelam fusos horários e desconhecem grades de programação. Os intercâmbios tornam-se rápidos e acessíveis.” (MORAES, 2001, p. 141). Dessa forma, percebe-se que, com a chegada das novas tecnologias, a troca de informações ocorre com mais rapidez, assim como mobilizações em favor de um objetivo comum.

Castells acredita que a conectividade autodirigida é um valor partilhado surgido das comunidades virtuais, de acordo com o autor isso se expressa na “[...] capacidade de qualquer pessoa para encontrar o seu próprio destino na Rede e, se não o encontrar, para criar e publicar a sua própria informação, suscitando assim a criação de uma nova Rede.” (CASTELLS, 2004, p. 76).

Com relação à distorção de informações na internet, pode-se dizer que ocorre assim como em outros meios de comunicação. De acordo com Lévy, “[...] as

manipulações e enganações sempre são possíveis nas comunidades virtuais, assim como o são em qualquer outro lugar: na televisão, nos jornais impressos, no telefone, pelo correio ou em qualquer reunião “em carne e osso”. (LÉVY, 2000, p. 129).

É importante destacar também que nenhuma mídia descarta outra, de acordo com Lévy “[...] é muito raro que um novo modo de comunicação ou de expressão suplante completamente os anteriores.” (LÉVY, 2000, p. 212). Assim, as mídias tradicionais podem complementar as atuais, fazendo com que a informação a ser passada tenha mais prestígio.

Mídias sociais e altruísmo

Sabemos que, no Brasil, há bastante desigualdade social, mas, nos parece que o fato não justifica atitudes incoerentes dos cidadãos. Cotidianamente, vemos pessoas jogando lixo no chão, sendo mal educadas umas com as outras, sem respeito com o próximo. Fatos que entristecem o ser humano. Desse modo, visto que as mídias sociais são grandes meios de propagar informações, consideramos que elas podem ser também, e em vários casos já cumprem esta função de serem, propagadoras de ações que incentivem a conscientização em favor do bem comum. Thompson soma à ideia ao citar que,

[...] a crescente difusão de informações e imagens através da mídia pode ajudar a estimular e a aprofundar um sentido de responsabilidade pelo mundo não humano da natureza e pelo universo de outros distantes que não compartilham das mesmas condições de vida. (THOMPSON, 2002, p. 227).

O altruísmo deve ser impregnado nas pessoas de forma que as conscientize sobre o bem que cada indivíduo pode realizar nos simples acontecimentos do dia-a-dia. As mídias sociais podem ser fortes instrumentos para a concretização desse novo modo de agir. Pinho acredita que “[...] as novas tecnologias causam significativas transformações na sociedade, provocando mudanças de hábitos e de comportamento.” (PINHO, 2003, p. 19). Dessa forma acredita-se que é possível propor ações de conscientização por meio de ferramentas *online*. Thompson corrobora a ideia, segundo o autor, “[...] poucos duvidam de que os vários meios de comunicação tenham desempenhado e continuarão

desempenhando um papel crucial na formação de um sentido de responsabilidade pelo nosso destino coletivo.” (THOMPSON, 2002, p. 227).

Dessa forma, pela interação nas mídias sociais, é possível mobilizar e conscientizar indivíduos para realizarem ações de altruísmo e/ou incentivar reflexões sobre ações para uma sociedade melhor.

Comportamento coletivo

O comportamento dos indivíduos decorre por ocasião de diversos fatores como: família, modos de ser, experiências vivenciadas, entre outros. Conforme Thompson e Houten (1975), o comportamento significa a função da interação entre o ambiente e o indivíduo. Dessa forma, nesse ambiente, atualmente, pode-se incluir o virtual.

O comportamento coletivo também envolve uma série de elementos, presentes em cada indivíduo: cultura, interesses, valores, entre outros, que se identificam e se entrelaçam. De acordo com Santos, “[...] a sociedade civil é o mundo do associativismo voluntário e todas as associações representam de igual modo o exercício da liberdade, da autonomia dos indivíduos e seus interesses.” (SANTOS, 1999, p. 239). Hoje, a internet proporciona que interesses iguais advindos de pessoas desconhecidas sejam compartilhados e refletidos.

Ao citar o indivíduo, não é possível imaginar uma pessoa isolada, pois, “[...] independentemente da dimensão temporal do homem ou seu espaço vital, grande parte de sua ação diária ocorre em episódios de breve duração, muitos dos quais exigem interação com outras pessoas.” (THOMPSON; HOUTEN, 1975, p. 135). E essa interação entre os indivíduos chama-se comunicação.

Ao abordar o comportamento coletivo, tendo presente a internet, um decisivo fator que deve ser lembrado é a cultura de cada povo, comunidade virtual, região ou país, a qual tem grande influencia sobre o modo de ser dos indivíduos e grupos. De acordo com Thompson e Houten,

Para entender o comportamento “micro” do indivíduo ou da família, precisamos ser capazes de explicar o impacto dos fenômenos “macro” sobre sua esfera de ação. Na medida em que isto é verdadeiro, o conhecimento do que está acontecendo nas sociedades no nível macro deve nos dar algumas pistas sobre o comportamento a ser esperado no nível micro. (THOMPSON; HOUTEN, 1975, p. 217, *grifos do autor*).

Assim, ao conhecer a cultura de uma região ou de uma comunidade virtual é possível entender parte do comportamento dos indivíduos que pertencem a ela. Relacionando a cultura ao altruísmo, tema deste estudo, é possível visualizar o assunto de forma mais abrangente, conforme Santos,

Os problemas mais sérios com que se confronta o sistema mundial são globais e como tal exigem soluções globais, marcadas não só pela solidariedade dos ricos para com os pobres do sistema mundial, como pela solidariedade das gerações presentes para com as gerações futuras. (SANTOS, 1999, p. 299).

Dessa forma, ao tratar sobre comportamento coletivo, é preciso estar consciente de tudo o que envolve o assunto, especialmente a cultura, fator este que justifica ações e modos diferentes de agir dos indivíduos.

Ferramentas *online* que favorecem o bem comum

Ao navegar na internet encontram-se diversas ferramentas que colaboram para a conscientização do bem comum. Como modelo de concretização de ação criada em mídias sociais em favor do altruísmo, pode-se citar o projeto “Vamos fazer”⁵. Movimento em que foi limpadado todo o território da Estônia em cinco horas.

No Brasil existem *sites* e comunidades virtuais voltadas a ações de altruísmo. Um exemplo disso é o *site* “Vote na Web”⁶, do congresso nacional, no qual indivíduos de todo o país podem votar em propostas criadas por políticos brasileiros.

O movimento “Coolmeia”⁷ também é composto por um grupo de pessoas dedicadas à tarefa comum de enfrentar grandes desafios. Possui, além do *site*, diversas outras ferramentas *online*.

Através da análise de discurso será descrito a composição do *site* “cidade democrática”, que abrange todo o Brasil.

O *site* “cidade democrática”⁸ é um espaço na internet para os internautas participarem e se expressarem de forma a gerar mobilizações sobre assuntos públicos. Tem por objetivo criar e apoiar propostas para a construção de uma sociedade cada vez

⁵ Disponível em: <http://naturezasocial.com/?p=572>. Acesso em: 14 Jul. 2011.

⁶ Disponível em: <http://www.votenaweb.com.br/>. Acesso em: 21 Jun. 2011.

⁷ Disponível em: <http://www.coolmeia.org/>. Acesso em: 21 Jun. 2011.

⁸ Disponível em: <http://www.cidadedemocratica.org.br/>. Acesso em: 22 Jun. 2011.

melhor. É composto principalmente pelas cores azul e verde. Nele, internautas, que podem ser pessoas físicas ou jurídicas, poderes públicos ou ONGs, localizam o estado e a cidade onde estão inseridos e, após, podem apontar um problema existente. Outra pessoa, que conecta o *site*, visualiza e concorda com a existência do problema pode criar uma proposta de melhoria, que em seguida, recebe apoio de outros internautas, através de comentários, ideias, perguntas e respostas, o que acaba gerando mobilização em torno de temas públicos.

No site também existem atalhos para visualizar as cidades mais ativas, os temas mais relevantes, as propostas e problemas apontados, as pessoas e entidades cadastradas, os últimos apoios, os comentários mais recentes, quem anda seguindo o que e um vídeo bastante detalhado sobre o funcionamento do “cidade democrática”.

Dessa forma, o *site* é um espaço *online* onde indivíduos que, na maioria das vezes, não se conhecem, conseguem mobilizar pessoas em favor de um bem comum.

O poder das mídias sociais

Como consolidação da pesquisa é descrito a seguir um simples fato⁹ ocorrido na cidade de Porto Feliz, em São Paulo, que provocou mobilização dos indivíduos através das mídias sociais.

Na cidade de Porto Feliz, por ocasião da duplicação em um trecho da rodovia, uma árvore (paineira) histórica, com mais de cem anos, seria derrubada.

Um jovem que atua como tatuador se colocou contra a ação fotografando a árvore e postando-a em seu álbum na internet. Outros internautas, em pouco tempo, viram e deixaram diversos comentários se posicionando contra o corte da paineira. A interação entre os internautas ocorreu em mídias sociais, principalmente no facebook. Ao perceber tamanha mobilização o jovem convocou todos para uma manifestação no local. O movimento não chegou a ocorrer, pois ao chegar aos ouvidos do prefeito, foi lançado um decreto proibindo o corte da árvore naquele mesmo dia.

A mobilização através das mídias sociais aconteceu, pois, os cidadãos não concordaram com a decisão tomada, no caso, o corte da árvore. A interação ocorrida corrobora a ideia de que as mídias sociais estão ganhando força, por serem um espaço

⁹ Disponível em: <http://www.itu.com.br/regiao/noticia/mobilizacao-nas-midias-sociais-evita-corte-de-paineira-centenaria-20110606>. Acesso em: 01 Jul. 2011.



de convergência em que pessoas se expressam refletindo e opinando sobre assuntos de interesse comum.

Conclusão

Através do estudo realizado, conseguimos observar que o número de indivíduos adeptos às mídias sociais vem crescendo a cada dia. Além disso, as ferramentas *online*, por sua interatividade, estão, cada vez mais, ganhando força na sociedade, podendo ser, dessa forma, um grande meio de propagar o altruísmo e mobilizar os indivíduos em prol de ações que objetivam o bem comum.

Também foi possível perceber que nenhuma mídia descarta outra. A mídia tradicional pode ser complementar nas ações iniciadas ou divulgadas por meio das mídias sociais. Além disso, compreendemos que, atualmente, muitos relacionamentos nascem da internet, pela interatividade de pessoas desconhecidas sobre assuntos do mesmo interesse.

O estudo não se esgota aqui. Certamente novos estudos e abordagens devem ser feitos, envolvendo o mundo globalizado e o altruísmo. A pesquisa pode colaborar muito nessa área, mostrando direções a seguir para melhor conscientizar os indivíduos a realizar ações que promovam o bem comum.

Referências bibliográficas

CASTELLS. Manuel. **A Galáxia Internet – Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Tradução: Rita Espanha. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

FAYARD, Pierre. **O jogo da interação: informação e comunicação em estratégia**. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

GALLI. Fernanda Correa Silveira. Linguagem da Internet: um meio de comunicação global. In: MARCUSCHI. Luiz Antônio; XAVIER. Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 2ª Ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MORAES, Dênis de. **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

PINHO, J. B. **Relações Públicas na internet: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse**. São Paulo: Summus, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 6ª Ed. São Paulo: Cortez, 1999.

THOMPSON, James David; HOUTEN, Donald R. Van. **As ciências do comportamento: uma interpretação**. Tradução: Maria Heloíza Chaves Cappellato. São Paulo: Atlas, 1975.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão. 5ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.