
Mortensen, M., Neumayer, C. & Poell, T. (eds.). (2019). *Social media materialities and protest: Critical reflections*. Oxon & Nova Iorque: Routledge.(164 páginas).

Filipe Montargil

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/4236>
ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Referência eletrónica

Filipe Montargil, « Mortensen, M., Neumayer, C. & Poell, T. (eds.). (2019). *Social media materialities and protest: Critical reflections*. Oxon & Nova Iorque: Routledge.(164 páginas). », *Comunicação Pública* [Online], Vol.14 nº 26 | 2019, posto online no dia 28 junho 2019, consultado o 03 julho 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/4236>

Este documento foi criado de forma automática no dia 3 Julho 2019.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Mortensen, M., Neumayer, C. & Poell, T. (eds.). (2019). *Social media materialities and protest: Critical reflections*. Oxon & Nova Iorque: Routledge.(164 páginas).

Filipe Montargil

REFERÊNCIA

Mortensen, M., Neumayer, C. & Poell, T. (eds.) (2019). *Social media materialities and protest: Critical reflections*. Oxon & Nova Iorque: Routledge, 164 páginas

NOTA DO EDITOR

Recebido: 10 de maio de 2019

Aceite para publicação: 15 de maio de 2019

- 1 Mortensen, Neumayer e Poell exploram, em *Social Media Materialities and Protest – Critical Reflections*, a relação entre *media* sociais e o protesto social e político.
- 2 O conceito de *media* sociais é delimitado e operacionalizado de forma abrangente nesta obra, integrando análises e reflexões sobre plataformas como o Facebook, Twitter, YouTube, Reddit, WeChat ou Sina Weibo mas, também, a utilização de telemóveis ou de enciclopédias *online*, por exemplo.
- 3 A noção de protesto pode, por sua vez, ser aqui interpretada como correspondendo genericamente à expressão de exigências junto de um determinado sistema, ou seja, à “expressão da opinião de que uma alocação autoritária relativa a uma determinada

questão deveria ser, ou não deveria ser, realizada pelos seus responsáveis”, para utilizarmos a formulação de Easton (1965, p. 38) – apesar de os autores não utilizarem explicitamente a referência.

- 4 Contudo, mais do que a simples relação entre *media* sociais e o protesto social e político, é explorada neste livro a forma como as *materialidades dos media sociais* influenciam e condicionam os cidadãos, na sua mobilização e na expressão de exigências.
- 5 A noção de *materialidades dos media sociais*, proposta pelos autores e fio condutor para a organização da obra, abarca várias dimensões, incluindo as tecnologias utilizadas, as suas características próprias, o respectivo modo de funcionamento, as formas possíveis de utilização que têm, as características das instituições que as desenvolvem e disponibilizam no mercado, os modelos de negócio e a estruturação de fluxos de receita que estas tecnologias adotam ou, ainda, os discursos que legitimam as tecnologias e os seus modelos de negócio.
- 6 As *materialidades dos media sociais* envolvem, desta forma, a materialidade da tecnologia (equipamento, *software*, interfaces, fluxos de informação e de comunicação, algoritmos...), da informação, do seu processamento e armazenamento ou, ainda, a materialidade literal da letra e da escrita, por exemplo.
- 7 Esta perspetiva integra várias dimensões e perspetivas teóricas na sua constituição e formulação.
- 8 Podemos, em primeiro lugar, salientar uma visão eminentemente sociológica da relação entre tecnologia e sociedade. Como Williams nota, o desenvolvimento tecnológico decorre num contexto social, sendo a própria tecnologia o resultado de um determinado sistema social (1974: p. 140). A tecnologia é encarada, nesta perspetiva, como um produto social, assumindo também o papel de variável dependente. De forma semelhante, as *materialidades dos media sociais* são aqui vistas como intimamente relacionadas com os processos sociais, e não apenas como meras características técnicas, socialmente neutras.
- 9 Verifica-se, também, uma relevante influência marxista na abordagem adotada. Esta influência concretiza-se sobretudo através da noção, inicialmente expressa por Marx e Engels e desenvolvida posteriormente por muitos autores, de que as ideias dominantes numa determinada sociedade não são mais do que a expressão ideal de relações materiais dominantes (2004 [1846], p. 64). Ou seja, a tecnologia não é aqui vista apenas como um produto social. Mais do que isso, é encarada como um produto social apropriado por diversos agentes, nos processos de conflito e de luta entre grupos sociais, não podendo ser automática e inevitavelmente considerada como potenciadora da participação dos cidadãos ou, pelo contrário, como favorecendo apenas as atividades de vigilância e de controlo social e político. Esta questão encontra-se permanentemente presente na obra, marcando várias das análises propostas.
- 10 Para além destas influências, a própria noção de *materialidade*, abordada e desenvolvida por exemplo nos estudos da comunicação, nos estudos de ciência e tecnologia (*STS - Science and Technology Studies*) e pela Escola de Toronto, é, naturalmente, uma referência central para o desenvolvimento da proposta de *materialidades dos media sociais*.
- 11 O livro encontra-se organizado em três partes, com um total de dez capítulos. É analisada, na primeira parte, a relação entre *materialidades dos media sociais* e a concretização do protesto social e político, na dimensão espacial. A noção de espaço não é aqui limitada exclusivamente aos locais em que os protestos ocorrem, incluindo também a participação

e as manifestações de solidariedade a partir de outros locais, com recurso aos *medias* sociais.

- 12 Esta parte é constituída por três capítulos, em que são analisadas as práticas de utilização de *medias* sociais e a construção de hierarquias espaciais de participação no movimento *Occupy Pittsburgh*, incluído no movimento *Occupy* dos E.U.A. (Capítulo 1); a solidariedade em rede e a mobilização solidária, a nível global, para apoio ao movimento para a autonomia do Curdistão (Capítulo 2); e as práticas mediáticas do *Barrio Nómada*, um coletivo ativista de Ciudad Juárez, no México (Capítulo 3).
- 13 Na segunda parte, a relação entre materialidades dos *media* sociais e a realização de ações de protesto é perspetivada a partir da dimensão temporal. Esta dimensão de análise não se baseia apenas na análise cronológica e sequencial de eventos, incluindo também as novas relações temporais nos processos de interação social, em que os *media* sociais aceleram processos comunicacionais, influenciam o surgimento de novos tipos de armazenamento e arquivo de informação e, no limite, reconfiguram a nossa própria memória coletiva.
- 14 É estudada, nesta parte, a transição do canal de televisão ativista *TV Stop*, baseado em Copenhaga, do suporte analógico para o digital, e os consequentes desafios para a preservação da sua história e identidade neste processo (Capítulo 4); a influência dos protocolos de comunicação e dos filtros algorítmicos do Facebook na vida e no desenvolvimento de *Popolo Viola*, um movimento italiano anti-Berlusconi (Capítulo 5), e a forma como a lógica de funcionamento dos *media* sociais favorece, devido à sua subjacente estrutura técnico-comercial, o desenvolvimento de arquivos *online* incompletos e enviados dos movimentos sociais de protesto (Capítulo 6).
- 15 A análise proposta na terceira parte do livro é centrada no papel desempenhado pelas plataformas. Para além da análise isolada de ações de protesto, realizadas com recurso a uma determinada plataforma de *media* sociais, os autores procuram desenvolver nesta parte uma abordagem mais integrada, dando conta da forma como código, algoritmos ou arquiteturas de informação das plataformas se relacionam com a organização e realização de ações de protesto.
- 16 Esta parte integra quatro capítulos. No Capítulo 7 é proposto um enquadramento teórico para a análise do envolvimento dos cidadãos e da sua relação com os *media* sociais, aplicado à forma como a mobilização dos refugiados na Suécia se tornou dependente do modo de funcionamento dos algoritmos, das políticas de utilização e das interfaces do Facebook. No Capítulo 8, de natureza teórica, são exploradas as tensões entre os movimentos ativistas e a estrutura política e económica dos *media* sociais utilizando, para o efeito, a noção de *materialidade da cloud*. No Capítulo 9 é analisado e discutido o protesto de utilizadores de plataformas de *media* sociais contra a personalização algorítmica (por exemplo do *news feed*), a partir de uma recolha netnográfica em três plataformas (Facebook, Twitter e Reddit), durante um período de dois meses. Por fim, no Capítulo 10 é discutida a forma como as materialidades das plataformas de *media* sociais condicionam a realização de ações de confronto (como manifestações, greves, motins ou desobediência civil) na China, a partir da análise da mobilização e do ativismo contra fábricas petroquímicas, em seis cidades, no período de 2007 a 2014.
- 17 O livro integra, deste modo, um conjunto de capítulos organizado e coerente, incidindo sobre estudos de caso diversificados, mas complementares. A abordagem é multidisciplinar e revela uma interessante capacidade de síntese entre áreas distintas (e,

em parte, ainda distantes, também), como as ciências sociais, as ciências da comunicação e os sistemas e tecnologias de informação.

- 18 O nível de maturidade da dimensão conceptual, teórica e, talvez de forma mais acentuada, metodológica é ainda relativamente incipiente, devido à novidade da proposta e à natureza exploratória de várias das análises. Contudo, esta mesma novidade representa também, sem dúvida, uma oportunidade para aqueles que procuram novas formas de enquadrar e analisar a utilização dos *media* sociais para a mobilização, o envolvimento e a participação pública dos cidadãos, abrindo novos caminhos de análise e de debate.

BIBLIOGRAFIA

Easton, D. (1965). *A Systems Analysis of Political Life*. Nova Iorque, EUA: John Wiley.

Williams, R. (1974). *Television: Technology and Cultural Form*. Nova Iorque, EUA: Routledge.

Marx, K. & Engels, F. (2004 [1846]). *The German Ideology*. Nova Iorque, EUA: International Publishers.

AUTORES

FILIPE MONTARGIL

Escola Superior de Comunicação Social, IPL

fmontargil@escs.ipl.pt