

Ana Sofia Gomes (ed.). 2010. **WEB TRENDS: 10 Cases Made in Web 2.0**. Lisboa: Edições Sílabo. 226 pp. ISBN: 978-989-96359-1-

A passagem da Web 1.0 para o formato 2.0 resume uma mudança na estrutura da Web: de uma rede estática do modelo tradicional para uma Web dinâmica, social e de conversação. A Internet participativa e colaborativa criou novas funcionalidades e objetivos interativos que promovem novas formas de interação e práticas sociais. Na realidade, são as alterações ao nível da forma que potenciam toda a dinâmica associada ao rótulo da Web social. As tecnologias sociais estão a permitir uma reformulação dos comportamentos e a potenciar a ação e inteligência coletivas. Os registos desta mudança em curso são relevantes para a interpretação do ciberespaço enquanto esfera tecnossocial que interfere diretamente no novo ecossistema de negócios e na sociedade em geral. E, neste sentido, o livro *WEB TRENDS: 10 Cases Made in Web 2.0*, escrito pela equipa da agência de comunicação Comunicarte, merece um particular destaque pela abordagem única que faz do fenómeno Web 2.0 e do seu impacto.

Este é um livro de tendências, mas também um registo que partilha uma outra dimensão da rede, povoada por nativos digitais e imigrantes digitais, onde nasce uma linguagem emergente, se efetivam negócios e se comunica globalmente. A obra, coordenada por Ana Sofia Gomes, é ímpar, porque mostra a dimensão global da rede e o papel dos portugueses, reúne opiniões de especialistas (congregando académicos e profissionais de várias áreas), apresenta uma clara ponte entre a teoria e a prática, não cataloga apenas o *hype* do momento, mas refere e demonstra uma cronologia de aplicações que marcaram a evolução social, cultural e económica cunhada pelas tecnologias em rede. O livro tem um Prefácio de Francisco Maria Balsemão, presidente da Associação Nacional de Jo-

vens Empresários, e está organizado em três capítulos que permitem compreender os novos contextos de ação em diferentes setores, numa era em que os paradigmas da comunicação e, conseqüentemente, sociais se estão a transformar.

O Mundo Encolheu é o título do primeiro capítulo da obra que apresenta uma análise de uma realidade concreta: a fusão de dois mundos, através da tecnologia, numa rede sem fronteiras. Como refere Ana Sofia Gomes na apresentação, 'não é uma revolução imediata. É silenciosa e os seus efeitos não são automaticamente visíveis. Enfrenta barreiras – sobretudo de investimento, de mentalidade e de conhecimento –, mas já é inevitável' (p. 9). É neste cenário de incertezas que a obra aborda, de forma tão abrangente e, simultaneamente, tão incisiva sobre a dimensão Web 2.0, ou Web social, em setores tão variados como marketing e publicidade, comunicação social, política, saúde ou religião. Merecem também grande destaque os casos portugueses apresentados, procurando mostrar o que se faz no país. Torna-se evidente que, em Portugal, a Web social existe e mostra marcas de vitalidade. Neste primeiro capítulo, são apresentadas as principais evoluções da Internet, a nova lógica semântica e o caminho para uma realidade adivinhada: o eGovernment.

No Prefácio, Francisco Maria Balsemão sublinha que 'já todos intuimos que as redes sociais têm um impacto crescente nas sociedades contemporâneas, mas ainda não compreendemos com exatidão, até que ponto a Web 2.0 influencia o nosso quotidiano. Muitas questões encontram-se em aberto: desde novas formas de relacionamento interpessoal à relativização do valor da privacidade, passando pelos limites da liberdade individual, pela reorganização da ordem social, pelos novos mecanismos de distribuição de conteúdos, pelas alterações ao nível do consumo cultural, pela salvaguarda dos direitos de autor, pelo aproveitamento da rede para ações atentatórias da segurança coletiva, pelos riscos

de quebra da produtividade laboral, pelas consequências no processo cognitivo, pela emergência de novos modelos de negócio, etc' (p. 8). É precisamente ao encontro destas interrogações que o livro procura ir. Não numa perspectiva de certezas absolutas, mas equacionando cenários possíveis e apresentando casos concretos. É, aliás, este o ângulo de abordagem do segundo capítulo que, entendendo a dimensão social da Internet como um todo e procurando compreender contextos de ação, às escalas nacional e global, apresenta o contexto tecnológico de várias áreas, reúne importantes testemunhos e destaca casos que, mais do que 'made in Web 2.0', são 'made in Portugal'.

As dez temáticas tratadas no segundo capítulo são marketing e publicidade; comunicação social e 'o fabuloso destino das notícias'; empresas e negócios; sociedade, educação e *edutainment*; política e 'a era da transparência'; saúde e o conceito de 'medicina sem fronteiras'; a lógica da 'cultura portátil'; lazer numa perspetiva 'lifestyle 2.0': religião e 'e-vangelização'. Numa perspectiva dinâmica e exemplificativa, o segundo capítulo discorre sobre o impacto da Web social nas referidas temáticas e expõe dez estudos de caso portugueses: a campanha publicitária "ícones" ao novo Ford Fiesta; o lançamento do jornal I; a aplicação 'eBuddy'; a iniciativa 'Rumo à Antártida' promovida por Luís Monteiro; o projeto 'escolinhas.pt'; a utilização das redes sociais pelo Governador Civil de Lisboa; o Portal da Saúde; a galeria online 'V ART'; a plataforma 'Football Dream Factory'; e campanha online da 46ª Semana de Oração pelas Vocações.

O último capítulo de *WEB TRENDS: 10 Cases Made in Web 2.0* apresenta um estudo empírico intitulado 'Comunicação 2.0 no franchising em Portugal' que resulta de uma tese de mestrado em Ciências da Comunicação realizada por Salomé Peixoto. O objetivo é analisar o impacto da Web 2.0 no franchising como um modelo de negócio em expansão e assente na lógica

de rede. A investigação permite concluir que 'as empresas apostam no online como meio de formação de colaboradores e de troca de experiências. No entanto, esta é ainda uma aposta recente e pouco sólida' (p. 212).

Como o livro demonstra, vivemos o início da era dos 'prosumers' em que os consumidores têm a possibilidade de serem simultaneamente produtores. E este fenómeno tem vindo a alterar, substancialmente, os cenários de comunicação e de ação em diferentes áreas. Os processos coletivos de consumo e produção existem ainda numa fase embrionária e pouco consistente, mas são uma realidade inegável. Nos campos teórico e prático, o momento é de expectativa e experiência. Os testemunhos apresentados no livro e os resultados do estudo piloto demonstram precisamente esta dimensão dicotómica de uma incerteza numa futuro certo.

Uma reflexão sobre a emergência da Internet como plataforma participativa tem necessariamente de assumir como transversal a ideia de que o novo cenário digital originou a mudança para um paradigma da comunicação orientado à socialização, o que opera uma reformulação estrutural do processo de comunicação: a transição da massificação para a individualização na qual o recetor se converte em utilizador e, simultaneamente, em emissor. Neste sentido, a conclusão neste livro de registos de atuais e potenciais cenários centra-se no facto do atual paradigma da comunicação refletir transformações técnicas que potenciam mudanças no modelo tradicional de comunicação, tornando os indivíduos membros funcionais de coletivos que existem e interagem dentro da rede. Neste contexto, *Web Trends: 10 Cases Made in Web 2.0* tem o mérito de partilhar ideias e registar tendências, assumindo-se como um excelente ponto de partida para pensar o futuro.

Inês Amaral

Instituto Superior Miguel Torga