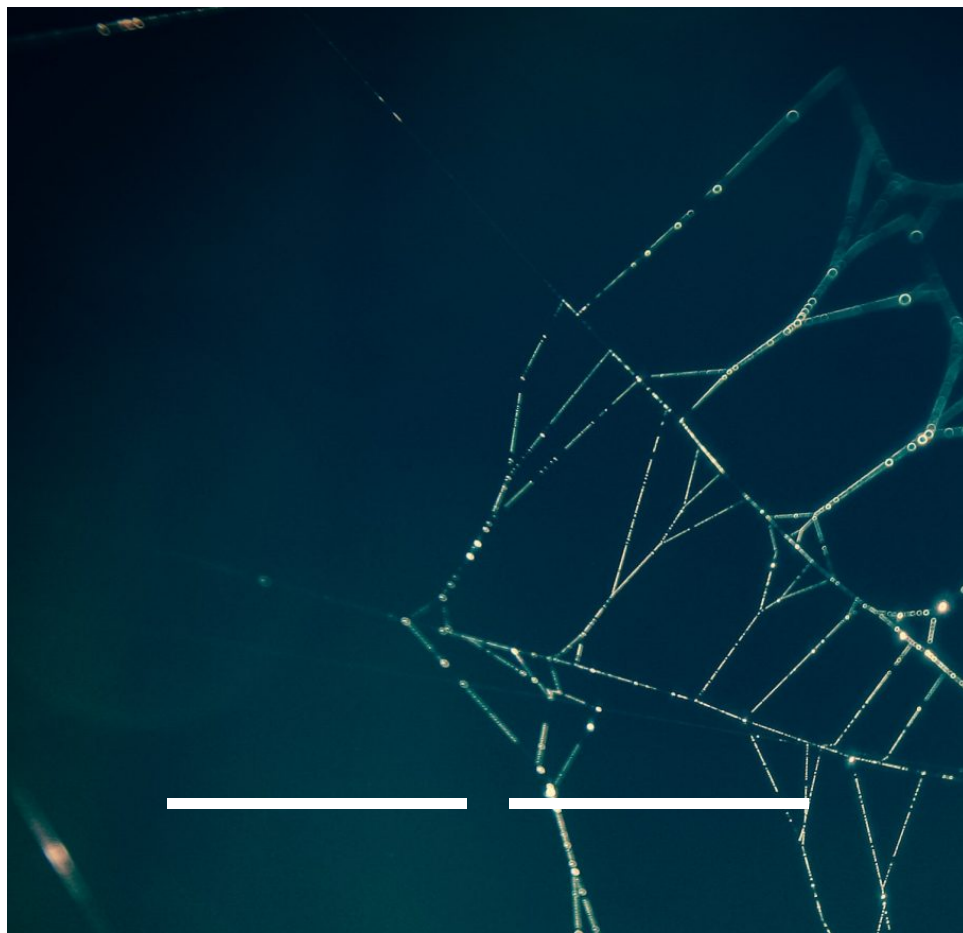


X



19-10-2020

Comunidades online: um desafio para a comunicação estratégica

A Web, a rede, pode ter implicações nas suas características intrínsecas, como o hipertexto e a

capacidade de interatividade (numa orientação para um sentido de partilha que se estabelece de um para muitos). Existe uma relação remota que une os utilizadores num sentido de experiências partilhadas ou de recriação dessas experiências, independentemente da sua relação direta com uma organização ou instituição.

Neste contexto, podemos visualizar, em rede, o **conceito de comunidade**, tendo em consideração que existe uma articulação entre o conceito de comunidade e a sua relação com o tempo de partilha de determinadas mensagens. Se pensarmos que existe um grupo a partir do momento em que as pessoas que o constituem estão a participar, a receber e emitir mensagens, então a comunidade cria-se e desaparece à medida que se descobrem tais mensagens. **Nesta perspetiva, não é a estrutura ou o tempo que constroem as comunidades, mas a sua partilha de interesse por determinado assunto.**

O carácter relacional das comunidades estabelece-se a partir da simultaneidade da necessidade de afirmar algo sobre esse assunto comum. As mensagens que ligam uma determinada comunidade não obrigam a uma presença temporalmente igualitária ou mesmo compatível enquanto momento temporal. Por outro lado, as regras de interação convencional alteram-se. **São possíveis trocas de informação síncronas ou assíncronas sem que isso inviabilize a noção de comunidade, já que a natureza da Internet sustenta o conceito de pertença em torno de um ponto de interesse comum.**

Existirão assuntos que se estabelecem no contexto do

online e que instituem as próprias comunidades. Haverá conteúdos que serão debatidos em contextos offline e que irão recriar as suas comunidades quando expostos a um contexto de interação motivado pela Web.

Entre as **formas de comunidade encontradas on-line** podemos destacar:

- os sites de relacionamento, como o Facebook, onde podem ser encontrados grupos de discussão de natureza diversa. Muito frequentes são as comunidades dos verdes, citadas por Castells em 2007, no Poder da Identidade;
- um weblog ou *blogue*, como um registo publicado na Internet relativo a algum assunto organizado cronologicamente (como um histórico ou diário).

Diante das mudanças sociais e organizacionais, a questão que se coloca é: **como gerir a presença de organizações e instituições nas comunidades on-line?**

Foi possível observar que existem momentos privilegiados de interação entre os públicos, ou formas de surgimento ou de desenvolvimento de assuntos. **Existe, assim, uma componente simbólica nas crises de Comunicação**, que pode passar, por exemplo, pela mediatização de determinadas temáticas com impacto para as organizações.

Desta forma, é importante começarmos por identificar as **formas de partilha de informação que podem conduzir à evolução de um assunto para uma crise no e-world**. Existe uma série de mecanismos tecnológicos que podem gerar crises organizacionais, sendo o primeiro passo para uma

Comunicação Estratégica.

Assim, na PESQUISA é fundamental re(conhecer) essas ferramentas entre as quais se destacam: *os rogue websites, os anti-sites, as chain letters, os fóruns e chatrooms, os blogues e os crackers.*

A) Rogue Websites (sites de protesto)

Correspondem a sites não oficiais que referenciam uma empresa, produto ou outra entidade que é detida pela organização. De forma geral, a denominação rogue pode ser utilizada, no contexto das novas tecnologias, como algo que se afasta do padrão pré-estabelecido. Um rogue Internet service provider (ISP) está associado a um fornecedor de serviço web que origina spam, isto é, e-mails em massa que não foram solicitados pelo destinatário.

Um **rogue website** é um tipo de site onde se subverte a legitimidade de um outro site, recorrendo à ilusão de o estar a substituir. Neste tipo de website não existem padrões jornalísticos. A sua finalidade é a utilização de uma característica da Internet para expressar uma opinião, ganhar apoio, parodiar, criticar ou discutir um caso, revestindo-o de uma elevada semelhança com o seu original.

Este procedimento é feito, muitas vezes, a partir de cookies (informação que um site poderá colocar no disco rígido do computador, como forma de criar uma espécie de memória associada àquele utilizador) ou através de um tipo específico de vírus que abre um canal direto com a

máquina do utilizador (trojan horses).

Este tipo de procedimento informático pode fazer com que um utilizador, ao solicitar uma determinada página, seja reenviado para um outro destino, cujo objetivo pode ser bastante diferente.

B) Anti-sites ou Attack-sites

Este tipo de sites são uma extensão do apresentado anteriormente com o objetivo de se assumir como um ataque frontal a uma organização ou marca.

Estes resultam muitas vezes do descontentamento dos clientes, da intervenção de ex-colaboradores ou de ações de marketing de guerrilha por parte da concorrência.

C) Chain Letters

Uma outra forma de ativismo é o e-mail em forma de carta. Estes são difundidos através da lista de contactos de um utilizador, aproveitando o carácter viral da própria rede. Quase todos os utilizadores de e-mail contactam com esta realidade.

Este tipo de ações questionam a legitimidade organizacional, obrigando a políticas de transparência e a ações de resposta das organizações.

Estas chain letters podem também pretender desenvolver ações de lobbying, nomeadamente através da recolha de assinaturas em petições.

D) Instant Messaging, Fóruns

e Chat Rooms

Neste caso será necessário que a organização passe a contar com a exploração, como campo de análise, leitura de sinais ou mesmo como forma de resposta. Para tal, a postura poderá ser de **observador** sem tomar parte na discussão.

Entre as vantagens desta modalidade destaca-se a compreensão das regras tácitas de um fórum, como a monitorização dos universos de preocupação ou de envolvimento de uma organização particular.

E) Hackers, Crackers e Phishing

Um **hacker** é, por definição, uma pessoa que tem gosto em compreender o funcionamento interno de um sistema, em particular, de computadores ou de redes de computadores. Muitas vezes, este termo tem uma conotação negativa e é utilizado de forma pejorativa, mas, neste caso, o termo mais adequado seria **cracker**.

O cracking refere-se ao ato de entrar num sistema de computadores com o intuito de quebrar o seu equilíbrio. Para o conseguir, a construção de um vírus é uma das práticas mais recorrentes.

O **phishing** é uma forma de cracking com um elevado impacto no desempenho organizacional.

F) Ações Preventivas

Quando se pensa na Comunicação Estratégica para a web,

as ações preventivas básicas podem resumir-se a dois aspetos principais: **o site de standby e a vigilância da Internet (Internet monitoring)**, aos quais se podem juntar as ferramentas de recolha e partilha de informação.

O **site de standby** irá revelar-se, assim, um precioso auxiliar na comunicação durante uma situação de crise, permitindo, por um lado, que a empresa não seja acusada de tentar silenciar o acontecimento e podendo, por outro, ser de imediato removido quando a crise terminar. Um site de standby editado especificamente para o efeito gozará de maior credibilidade.

A **monitorização da Internet** é um complemento do serviço de press monitoring - um controlo de informação dos media para saber o que se diz na imprensa. A única diferença é que Internet monitoring é feito na Internet. Esta atividade é considerada importante pois permite detetar, logo à nascença, a edição de páginas anti-site, conversas nos fóruns de discussão sobre os produtos ou serviços e, ainda, reclamações dos consumidores - que, cada vez mais, surgem colocadas on-line e são lidas por milhares de pessoas.

A pesquisa contínua e a observação das redes e comunidades online serão determinantes para uma boa Comunicação Estratégica.

Assim, dar resposta a ações preventivas de crise poderá ser uma das contribuições do CreateLab, bem como o acompanhamento dos mecanismos tecnológicos em constante mutação.

Texto de José Gabriel Andrade

Investigador do Centro de Estudos de Comunicação e
Sociedade

Comentários

1. *Curso Sedução Online*

21-02-2021 às 9:50

Aqui é a Carla Martins, gostei muito do seu artigo tem muito conteúdo de valor parabéns.

Responder

1. [CreateLab](#)

22-02-2021 às 11:06

Muito obrigada pelo comentário, Carla!

Responder

Deixe uma resposta

O seu endereço de email não será publicado. Campos obrigatórios marcados com *

Nome

Email

Env

Próximo Artigo

Texto da Coordenadora Executiva Marta Alves que compara a estratégia de articulação das equipas de trabalho à distância com os princípios da estratégia militar.

[Ver mais](#)

