

ID: 121895071

06-03-2026 | WEEKEND

“Enshittification”: do apogeu ao declínio das redes sociais

No espaço de uma década, as redes sociais passaram de espaços sociais a locais de negócio e vigilância. Um processo gradual para o qual não existem soluções simples e que já tem direito a nome próprio: “enshittification”.

N

ão importa a perspetiva, há uma certeza sobre o que está por trás da progressiva deterioração das redes sociais: a procura do lucro. A monetização transformou o que ainda há pouco tempo era visto como um espaço social, com a possibilidade de acesso a conteúdos de qualidade, num local em que imperam o entretenimento, as vendas e o discurso de ódio.

Foi em 2022 que o jornalista e bloguer canadiano Cory Doctorow cunhou o termo “enshittification!” (“merdificação”, numa tradução livre), para designar o processo de perda de qualidade das redes sociais. O termo foi, entretanto, eleito palavra do ano de 2024 pelo australiano Macquarie Dictionary, que o definiu como “a gradual deterioração de um serviço ou produto provocada pela redução da qualidade do serviço fornecido, especialmente enquanto plataformas online, e como consequência da procura do lucro”.

Doctorow, que lançou o livro “Enshittification: why everything suddenly got worse and what to do about it”, partiu dos exemplos do Facebook, iPhone e Amazon e concluiu que esta transformação passa por três fases. Inicialmente, as plataformas revelam-se “boas” para os utilizadores, são criadas comunidades e há uma adesão do público, mas não é gerado grande lucro; a fase seguinte é a da monetização das plataformas, com os benefícios a serem dirigidos para as empresas que as utilizam e aí têm acesso a novos mercados; por fim, o benefício passa a ser inteiramente das plataformas, que puxam o lucro para si.

DO CLUBE SOCIAL AO ESPAÇO TÓXICO

A compra do antigo Twitter por Elon Musk é apontada por Doctorow como o ponto de viragem neste processo. As mudanças feitas no algoritmo, de modo a refletir a ideologia de Musk e a privilegiar a desinformação e o discurso de ódio que daí decorreram, vieram acelerar o processo de degradação, com as restantes plataformas a seguirem o mesmo tipo de lógica. Para o jornalista canadiano, as redes sociais são hoje dominadas por monopólios e oligarcas que controlam um sistema capaz de vigiar os comportamentos mais privados dos utilizadores.

Para José Moreno, investigador do ISCTE-IUL e coordenador do MediaLab Iscte, a haver um ponto de viragem, este é anterior e data de 2016. “Até aí, tudo o que era escrito sobre as redes sociais era, em geral, benigno. A partir de 2016, primeiro com o resultado do Brexit e depois do escândalo do Cambridge Analytica, a perceção sobre as



SUSANA TORRÃO

redes sociais mudou”, afirma o investigador, que lembra que foi também a partir dessa altura que as consequências do uso das redes sociais para adolescentes e jovens passaram a ser discutidas. “Houve uma mudança clara de perspetiva sobre o impacto das redes sociais na sociedade”.

O que não impede que a explicação fornecida por Doctorow seja “perfeitamente sustentável”. “As empresas que detêm as plataformas online têm uma vocação económica. Tanto a Meta, como a Google, como a X, têm como objetivo final produzir lucro, não têm uma vocação social. E os algoritmos são criados e afinados para proporcionarem o máximo de lucro possível às empresas que os estão a desenvolver”, diz o investigador.

No entanto, o fenómeno também pode ser observado a partir do prisma do equilíbrio: já havia aspetos negativos antes de 2016, que não eram valorizados, e hoje há aspetos positivos que acabam por passar despercebidos. “Tem de haver um certo equilíbrio quando se faz uma análise global do que as redes sociais significam para a sociedade”, defende José Moreno, dando como exemplo as comunidades menos influenciadas pelo algoritmo, que continuam a existir nas redes. “São relativamente pequenas e poucas pessoas as conhecem”.

A entrada da comunicação política nas redes sociais nos últimos seis anos é outro aspeto que, simultaneamente, se alimenta de e contribui para a atual lógica das plataformas. “A partir do momento em que os atores políticos perceberam o impacto que podiam ter através das redes sociais e como poderiam conseguir esse impacto – jogando com o algoritmo – deu-se uma certa deterioração do clima político porque os algoritmos incentivam a polarização e a linguagem mais emocional e popular”, refere José Moreno.

“Em 2019, quase nenhum partido usava as redes sociais para comunicar. No ISCTE-IUL analisámos todas as eleições desde então e temos vindo a notar que todos estes fenómenos são cada vez mais frequentes”, refere o investigador, para quem é possível falar de uma deterioração do discurso político e do ambiente político, associado às redes sociais. “Não diria provocada pelas redes sociais, mas provocada pelos políticos que as usam do modo que elas estimulam que sejam utilizadas”.

“O algoritmo simplifica temas complexos. A questão é que o ser humano tem predisposição para simplificar tudo o que é complexo”, refere José Moreno. E o que explica que uma pessoa que use as redes sociais para explicar de uma maneira simples um fenómeno complexo ganhe muito maior presença nas redes do que outra, que forneça uma explicação complexa.

A perda de qualidade das redes sociais e a aparente ausência de alternativas está também associada a um cada vez maior cansaço em relação à informação, já referido pelo Digital News Report, estudo anual feito pelo OberCom em que o ISCTE também participa. “As pessoas têm comunicado cada vez mais um cansaço como com a superabundância de notícias e com a sua negatividade”, revela o José Moreno. A reação a esse cansaço passa por várias formas de evitação: do zapping, ao cancelamento da subscrição de um jornal ou revista. “É algo que tem vindo a aumentar, não só em Portugal como noutros países, e tem muito a ver com aquilo a que Doctorow chama de ‘enshittification’”, diz.

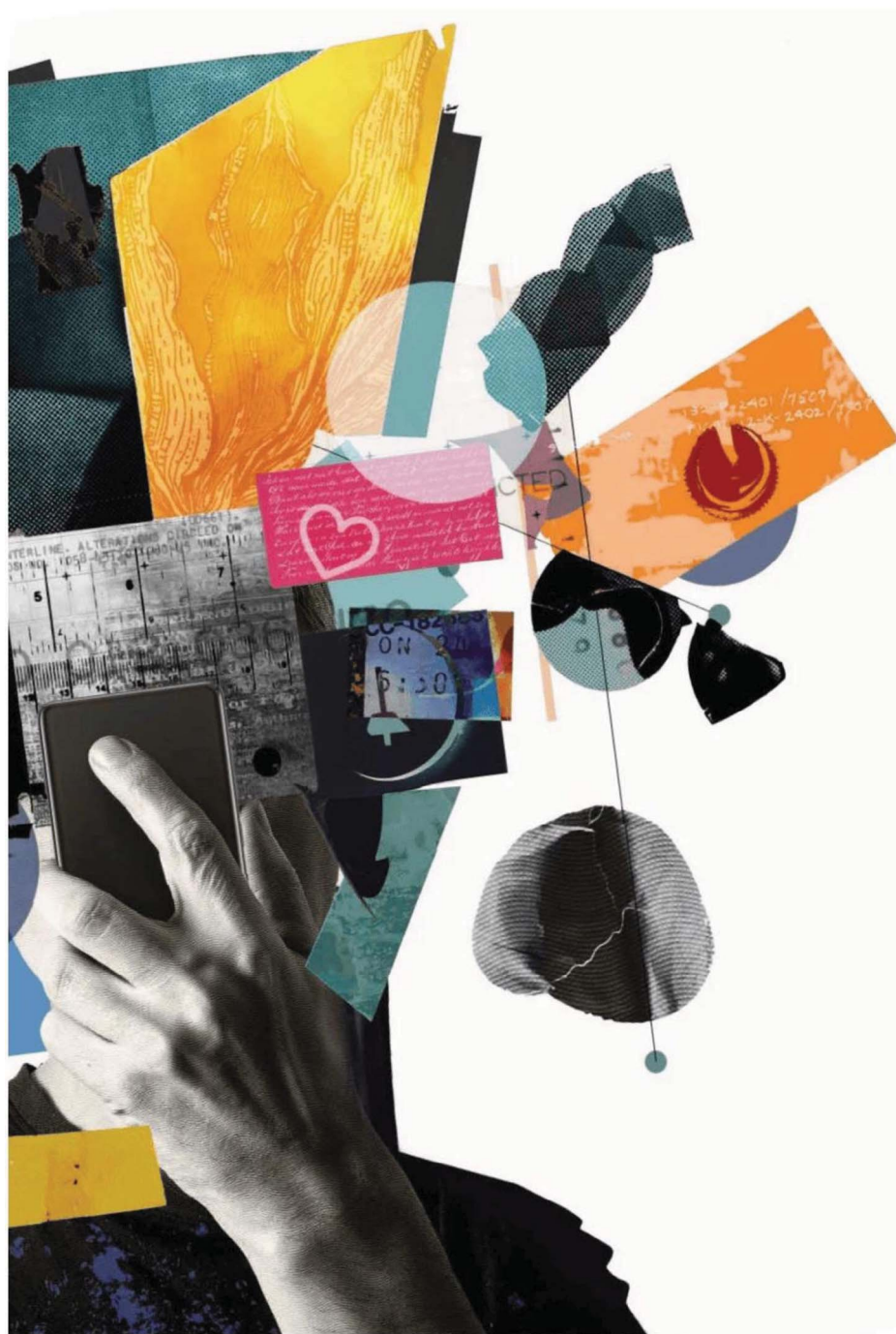
A alternativa encontrada por quem manifesta este cansaço é a ausência de notícias e a migração para sites e páginas com conteúdos menos negativos ou que correspondam aos interesses pessoais de cada um. “É isto também é um problema, porque leva a que as pessoas se afastem de informações que são importantes para a sua vida social”, alerta José Moreno.

REGULAR É A SOLUÇÃO?

Cory Doctorow acredita que a regulação é a solução para a falta de qualidade das plataformas de internet. Para o autor e jornalista, é necessário acabar com os monopólios que atualmente as dominam e abrir espaços de competição saudável, o que só é possível se existirem leis “antitrust” robustas.

Para José Moreno, a regulação é apenas parte da solução. “O fenómeno é demasiado complexo para ser regulado por uma lei ou por um conjunto de leis. A solução tem de passar por um conjunto de responsabilidades”, defende. Das empresas que gerem os algoritmos, ao legislador, ao sistema político formal, à União Europeia, passando por todas as pessoas que têm uma conta numa rede social, todos terão responsabilidades para que se chegue a uma solução.

“A regulação é importante, a literacia mediática das pessoas é importante, a autorregulação das plataformas é importante, o incentivo dado pelo Governo aos media é importante, já que os media são o referente de qualidade no meio do caos informativo em que vivemos e deviam ser estimulados”, defende José Moreno que lembra que os algoritmos que hoje são afinados para favorecer determinado tipo de conteúdos também poderiam ser utilizados para privilegiar os conteúdos fornecidos pelos meios de comunicação social devidamente acreditados. [w](#)



Getty Images