

O potencial social e democrático da internet como esfera pública

The social and democratic potential of the internet as a public sphere

El potencial social y democrático de internet como esfera pública

Antonio Francisco Magnoni

Universidade Estadual Paulista (Brasil)

dino@lecotec.org.br

Aline Cristina Camargo

Universidade Estadual Paulista (Brasil)

alinecamargo20@gmail.com

Fecha de recepción: 26 de marzo de 2017

Fecha de recepción evaluador: 11 de abril de 2017

Fecha de recepción corrección: 1 de mayo de 2017

Resumo

Este artigo reflete discussões iniciais acerca de pesquisa de doutorado em andamento e ao considerar os meios de comunicação como canais especializados em difundir ou direcionar os debates da vida pública e os dispositivos de novas tecnologias de comunicação e informação como recursos para fortalecer o processo democrático, entende que o potencial empoderador da rede é limitado ao uso social da tecnologia; apesar de o ambiente virtual ser propício para transparência e participação, a maneira como se dá a participação e os canais para tal precisam ser questionados. Considerando que a participação cidadã é um componente central do regime democrático, compreender suas causas e os contextos em que se dá é crucial para entender a qualidade da democracia. Entende-se a internet como esfera pública virtual por ser um espaço de visibilidade,

discussão e debate, mas não sendo capaz de determinar a efetiva implementação de políticas públicas ou ser espaço de deliberação.

Palavras-Chave: Consumo Midiático. Conexão Pública. Esfera Pública. Internet. Participação Cidadã. Redes Sociais.

Resumen

Este artículo refleja las discusiones iniciales sobre la investigación de doctorado en curso y al considerar los medios como canales especializados de difusión o discusiones directas de la vida pública y las nuevas tecnologías de dispositivos de comunicación y la información como recursos para fortalecer el proceso democrático, comprende que el potencial de empoderamiento de la red está limitada al uso social de la tecnología; a pesar del entorno virtual ser favorable a la transparencia y la participación, la forma en cómo ocurre la participación y sus canales necesitan ser cuestionados. Teniendo en cuenta que la participación ciudadana es un componente central del sistema democrático, comprender sus causas y contextos en los que se da es crucial para entender la calidad de la democracia. Entiéndese el Internet como una esfera pública virtual por ser un espacio de visibilidad, discusión y debate, pero no siendo capaz de determinar la aplicación efectiva de las políticas públicas o ser un espacio de deliberación.

Palabras clave: Consumo de médios. Conexión Pública. Esfera Pública. Internet. Participación Ciudadana. Redes Sociales.

Abstract

This article reflects initial discussions about ongoing doctoral research and when considering the media as specialized tools to disseminate or direct debates in public life and the devices of new communication and information technologies as resources to strengthen the democratic process, understands that the potential of the social media is limited to the social use of technology; although the virtual environment is conducive to transparency and participation, the way this participation takes place and the channels for doing so need to be questioned. Considering that citizen participation is a central component of the democratic regime, understanding its causes and the contexts in which it takes place is crucial to understanding the quality of democracy. The internet is understood as a virtual public sphere because it is a space of visibility, discussion and debate, but not being able to determine the effective implementation of public policies or to be a deliberation sphere.

Keywords: Media Consumption. Public Connection. Public Sphere. Internet. Citizen Participation. Social Media.

Introdução

A presença dos meios de comunicação de massa tem interferido na cultura coletiva e na formação da opinião pública desde a consolidação das sociedades urbano-industriais. Os veículos massivos são os principais indutores do consumo de bens materiais e simbólicos e os principais disseminadores de informações jornalísticas entre as diversas camadas sociais. Assim, agem como canais especializados em difundir ou direcionar, ocasionalmente ou intencionalmente, os debates da vida pública.

Mesmo assim, grande parte dos estudos sobre a teoria democrática e a esfera pública ainda desconsidera o papel indutor dos meios de comunicação nos espaços sociais contemporâneos. Assim, predominam as pesquisas que ignoram a influência midiática sobre os indivíduos e as sociedades, como se ela não fosse suficientemente determinante para explicar fenômenos sociais, como a conexão pública, a participação e o engajamento dos cidadãos.

No atual contexto político brasileiro, vivemos uma situação de aparente funcionamento democrático, com condições formais para que os cidadãos exerçam os seus direitos individuais e coletivos, entre eles o de participação política. Maia (2006, p. 15) argumenta que “a grande maioria das informações de que os cidadãos comuns necessitam para tomar decisões e agir na esfera política articula-se, de modo rotineiro, com os meios de comunicação”. Ainda que se considere que a maior parte da comunicação política seja mediada, os estudos em relação a essas mediações ainda não consideram devidamente a amplitude das interferências dos diversos meios de comunicação, de seus produtos culturais ou de consumo e usos, que são “tão variados quanto às próprias práticas sociais”.

Com o desenvolvimento e a popularização da internet iniciaram-se os debates e estudos em torno do potencial social, político e democrático da rede mundial de computadores, que passou a oferecer variedades crescentes de informações, com baixos custos para participação virtual, tanto política quanto cultural, ao viabilizar canais de comunicação para os diferentes segmentos sociais se envolverem na interlocução pública, a partir da troca de e-mails, chats e grupos eletrônicos de discussão.

As redes do ciberespaço disponibilizam canais multilaterais com interação sem precedentes, que permitem que os cidadãos se comuniquem em tempo real trocando informações, consultando e debatendo questões de interesse coletivo, além de oferecerem serviços com custos e exigências técnicas relativamente acessíveis para a maioria das pessoas.

De acordo com Scolari (2008, p. 97) estaríamos diante de um novo paradigma da comunicação, em que a realidade nos apresenta usuários ativos, novos formatos e linguagens e formas coletivas de geração de saber. Neste contexto, “o usuário pode

escolher entre diferentes conteúdos, manipulá-los, reproduzi-los, retransmiti-los e regular seu tempo de consumo”.

Para o autor (2008, p. 96), no contexto de contraposição entre a web 1.0 e a web 2.0, “a informação sempre é selecionada ou buscada, nunca simplesmente recebida”, exigindo, assim, uma posição mais ativa e autônoma dos usuários. Scolari afirma que “os novos meios exigem diferentes níveis de atividade a diferentes usuários (não todos dispostos a interagir da mesma maneira)” (Scolari, 2008, p. 96).

No contexto de convergência dos meios, cultura participativa e inteligência coletiva, propostos por Jenkins (2015), é preciso considerar o fluxo de conteúdos a partir de múltiplas plataformas de mídia e o comportamento migratório dos públicos dos veículos de comunicação.

Neste novo contexto, a circulação de conteúdos depende da participação ativa dos usuários (Levinson, 2009). A figura do consumidor cede espaço à figura do usuário dos meios de comunicação. Neste sentido, é importante ressaltar os conceitos cunhados por Levinson ao revisitar obras de McLuhan (1994), buscando a compreensão dos novos meios e da mídia como um meio de entender a sociedade.

Para Levinson (2003), todo consumidor pode também ser produtor de conteúdo, daí o conceito de ‘prosumer’. O que ficou ainda mais comum a partir da cultura do compartilhamento e o conceito de propagabilidade, cunhado por Jenkins, Green e Ford, em seu livro *Cultura da Conexão* (2015).

As mudanças provocadas a partir do desenvolvimento de tecnologias digitais e a convergência dos meios têm impactado a maneira como os cidadãos fazem uso dos meios de comunicação e evidenciado que o fenômeno da convergência representa mais do que uma mudança nas tecnologias de consumo:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento [...] A convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. (Jenkins, 2008, p. 43).

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia divulgada pela Secretaria da Presidência da República em 2015, a internet é a segunda principal plataforma de consumo de notícias (Brasil, 2015). Segundo a pesquisa “Consumo de Notícias do Brasileiro”, realizada em parceria entre a Advice Comunicação Corporativa e a BonusQuest, a internet é a principal fonte de informação para 68% dos brasileiros: soma de portais (28%), jornais on-line (26%) e redes sociais (14%) significa que 68% dos brasileiros têm a internet como sua principal fonte de informação. Os dispositivos móveis destacam-se como principal meio de acesso à internet entre os mais jovens, fortalecendo a ideia de Scolari (2008) de uso individual da tecnologia.

Sendo assim, o público brasileiro estaria voltado para um maior número de fontes e para uma maior variedade de formas de acessar conteúdos de notícias. A disseminação do uso da rede tem fornecido novas ferramentas, dispositivos e oportunidades para grupos minoritários e é uma fonte autônoma de notícias para as parcelas da população com acesso à internet domiciliar ou móvel.

A pesquisa a que se refere este artigo tem como objetivo apontar a relação entre hábitos de uso de mídia e as dimensões de engajamento e conexão pública, além de verificar de que maneira a participação política, seja ela desempenhada no âmbito on-line ou off-line, pode sofrer influências a partir do conteúdo midiático que os jovens cidadãos, com idade entre 15 e 29 anos, consomem diariamente.

Este artigo reflete discussões iniciais acerca de pesquisa de doutorado em andamento que tem como hipótese a existência de relações entre consumo midiático, conexão pública e participação. Para este artigo optou-se por abordar, especificamente, os temas: potencial social e político da internet; comunicação política, mídia e eleições; uso das mídias digitais no Brasil; bem como o seu papel como esfera pública virtual.

Potencial social e político da internet

Para Sassi (2000, p. 90), “toda vez que o panorama da mídia muda a partir do surgimento ou da expansão das redes de informação, a utopia da capacidade dos novos meios de comunicação para melhorar a democracia e dar poder aos cidadãos reaparece”. Desta forma, existe a crença de que “o advento das Tecnologias de Informação e Comunicação iria melhorar as oportunidades de participação nos processos políticos, remover as barreiras de tempo e lugar e oferecer novos canais para a troca de informações e discussão política”, aponta Dijk (2000, p. 166).

Neste contexto, faz-se necessário questionar se o emprego dos meios de comunicação digitais tem produzido novas formas de participação e incluído novos atores sociais neste processo. Neste sentido, Polat (2005, p. 442) argumenta que “a internet potencialmente fornece uma aproximação bastante perto de uma situação ideal em que os cidadãos teriam pleno conhecimento sobre as questões políticas”. No entanto, salienta que “esta possibilidade se baseia na suposição de que as pessoas são suficientemente interessadas em obter as informações relevantes, assume também que os cidadãos têm o acesso e as capacidades necessárias para interpretar as informações”.

Polat (2005) reforça que a disponibilidade e o uso das tecnologias não são suficientes para alcançar tal situação. Dados divulgados pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República em 2015 revelam que 48% dos brasileiros têm acesso à internet, seguindo a tendência mundial de aumento anual da abrangência dos canais e dos recursos de comunicação do ciberespaço (Brasil, 2015). Rogers e Malhotra (2000, p. 20) afirmam que durante a década de 1990, o número de usuários de internet dobrou a cada

ano, “uma taxa extremamente rápida de adoção, talvez uma das mais rápidas taxas de difusão para qualquer inovação na história da humanidade”.

O número de usuários da internet continua crescendo no país, ainda que em taxas mais modestas. De 2013 para 2014, por exemplo, o número de brasileiros com acesso à rede mundial de computadores aumentou 7% (Brasil, 2015). Rogers e Malhotra (2000, p. 26) afirmam que “o papel empoderador da internet pode ser exemplificado a partir da maneira como as interações on-line enriquecem as relações interpessoais através do desenvolvimento de relações sociais e pela construção da ideia de comunidade”. No entanto, há controvérsias neste sentido, uma vez que alguns autores questionam se a internet tem sido utilizada principalmente como meio para amplificar as vozes daqueles que já são ativos politicamente.

Froomkin (2004, p. 4) afirma que uma cidadania informada e engajada enriquece o processo político pelo menos de duas maneiras: 1) estimula o que se espera que sejam melhores decisões, assim contribuindo para o processo político; 2) a participação legítima o processo pelo qual chegamos às decisões “desta forma o único processo de tomada de decisão que é significativamente aberto a todos é capaz de tomar decisões que podem ser consideradas legítimas”.

Neste sentido, Polat (2005, p. 442) sugere a existência de uma relação direta entre o consumo de informação e a participação do público: “As pessoas que estão mais informadas sobre o que está acontecendo na política podem participar mais porque têm mais facilidade de enxergar as implicações da participação em suas vidas”. No entanto, também é possível argumentar que aqueles que estão mais informados sobre política poderiam estar também mais frustrados e desmotivados a participar.

De acordo com Witschge (2004), a internet é um espaço ideal para os indivíduos expandirem os seus horizontes, encontrar dezenas, centenas ou milhares de novas pessoas e ser confrontado com uma série de novos temas e pontos de vista. No entanto, “as comunidades virtuais são muitas vezes baseadas em pessoas com valores, interesses e preocupações semelhantes” (Dahlberg, 2001, p. 10).

Para Witschge (2004, p. 114), as características da internet facilitam a participação não somente de mais pessoas, mas também de grupos mais heterogêneos. Para o autor, “a internet parece ser um lugar perfeito para encontrar diferentes pontos de vista expressos por um grupo diversificado de pessoas que são, ao mesmo tempo, abertos a essa diferença e à discordância necessária para a deliberação”.

Acredita-se ainda que a internet tenha potencial para a formação de capital social, entendido como “um fator de participação política autônoma que apresenta efeitos sobre o capital humano, facilitando as relações sociais de interdependência e interação por meio das redes sociais” (Matos, 2009, p. 101).

Considerando a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) para informar, consultar, envolver, colaborar, capacitar e empoderar, entende-se que o capital social pode ser, simultaneamente, causa e consequência da comunicação. Desta maneira, ele seria identificado com o nível de envolvimento associativo, ou seja, com a ideia de que o indivíduo pertence a uma comunidade civicamente engajada, e participa de várias redes de interação (Matos & Nobre, 2013).

Com base nos conceitos de Polat (2005), Witschge (2004), Dahlberg, (2001) e Shane (2004), considera-se que a internet representa um espaço plural nunca antes visto: a redução dos custos de participação, a suposta igualdade entre os participantes a partir da redução de pistas sociais, a interação entre representantes e representados, além das comunidades online, todos os fatores citados evidenciam o potencial mobilizador da rede.

No entanto, é preciso considerar o contexto de uso da rede: “A evolução de qualquer tecnologia depende de sua interação crítica com a sociedade, seja em circunstâncias econômicas, sociais, políticas e culturais”. Assim, “o que as TICs podem realizar para qualquer sistema político terá muito a ver com a forma como os membros de comunidades específicas, individual e coletivamente, fazem uso dessas tecnologias”, explica Shane (2004, XII). Neste sentido, os dispositivos de novas tecnologias de comunicação e informação, interativas e multifuncionais, muitas vezes têm sido observados como recursos para fortalecer o processo democrático.

Segundo Schatteman, Spigner e Poluse (2012, p. 6), a internet tem potencial para revigorar o engajamento cívico, que é definido como “o conjunto de atividades pelas quais as pessoas participam da vida política e ao fazê-lo expressam seu compromisso com a comunidade”. As metas para a participação dos cidadãos, de acordo com os autores (2012, p. 9) incluem: “tornar as democracias mais democráticas através da redefinição de estruturas de poder, aumentando a credibilidade e a legitimidade, realizando gestão de conflitos e construção de consenso, buscando o feedback e consultando os cidadãos a fim de promover a prestação de contas e a transparência”.

Para Vaccari (2013, p. 198), as questões de engajamento envolvem o relacionamento entre informação política e o interesse dos cidadãos nesta informação, além de participação política off-line e consumo de mídia: “Interesse na política prediz a ação de buscar informação política [...] A internet permite que os cidadãos selecionem os tipos de conteúdos a que estão expostos, ou pelo menos, o faz mais que outros meios de comunicação de massa”.

A autora (2013, p. 59) afirma que existe uma relação entre os cidadãos participantes on-line e off-line. Assim, a participação on-line, de modo geral, reproduziria as mesmas desigualdades na participação política que se dá off-line: “Os grupos que são mais predispostos a usar a internet, porque têm mais dinheiro, tempo e competências cívicas, também são mais propensos a ter um papel ativo em outros domínios políticos”.

Assim como as tecnologias de informação e comunicação dão maior acesso às informações, elas também permitem práticas on-line de participação cidadã tornando-se, assim, potencialmente esfera pública virtual.

Para Dahlgren (2005, p. 148), uma esfera pública é entendida como uma constelação de espaços comunicativos na sociedade, que permitem a circulação de informações, ideias e debates: “Esses espaços, em que os meios de comunicação e agora, mais recentemente, a figura de mídia interativa ganhou destaque, também servem para facilitar as ligações de comunicação entre os cidadãos e seus representantes”.

De acordo com Marques (2006), a internet é tida por diversos autores como uma espécie de “ingrediente revigorante” da esfera pública argumentativa, primeiro por dar oportunidade de expressão para vozes marginais e segundo, por oferecer a possibilidade de surgirem novos discursos, e de ajudar a superar barreiras como espaço e tempo. Para o autor (2006, p. 167), a internet pode ser entendida como espaço argumentativo digital, o que faria do computador ou de outros dispositivos digitais, recursos diferenciados de comunicação, em termos políticos: “A partir do momento em que favorecem a troca de experiências e de conteúdo, redes telemáticas também atuam, pelo menos potencialmente, como um ambiente propício ao diálogo e entendimento”.

No que diz respeito à internet como fonte de informação, Polat (2005, p. 453) argumenta que a partir da disponibilização de informações poderia haver uma aproximação com a situação ideal de perfeito conhecimento em que os cidadãos sabem tudo sobre as questões políticas. No entanto, isso pressupõe que as pessoas estão interessadas o suficiente para obter essa informação e assume que as pessoas têm o acesso e as capacidades necessárias para processar a informação. O autor aponta a necessidade de uma “investigação teórica e empírica mais abrangente no sentido de compreender a relação entre informação e participação política”.

Comunicação Política, Mídia e Eleições

Desde 2015, se avolumam no Brasil os sintomas de uma crise da democracia representativa e do declínio da confiança nas instituições republicanas e nas personalidades públicas mais representativas dos três poderes constitucionais do país. Em tal cenário político, econômico e social bastante conturbado, é estratégico compreender como se dá a relação entre os hábitos de uso de mídia e as atividades de participação dos jovens brasileiros com idade entre 15 a 29 anos durante a campanha presidencial de 2018.

Assim, o objetivo da pesquisa descrita pelo artigo é pensar especialmente as mídias digitais como ferramentas importantes para assegurar a visibilidade, o debate e a participação política na esfera pública digital, não apenas de figuras políticas militantes ou no cumprimento de mandatos eletivos, mas também, e principalmente, de temáticas que motivem e que gerem engajamento do público, do cidadão comum e anônimo.

De acordo com Miguel (2010), a percepção negativa dos políticos é presente em países ricos e pobres, em velhas e novas democracias: “Não só o declínio na confiança em relação aos indivíduos que compõem a elite política quanto um crescente ceticismo a respeito da efetividade das instituições que se propõem realizar a democracia política”, (Miguel, 2010, p. 223). Para Graeff (2009, p. 5) a chegada de Barack Obama à presidência dos EUA em 2008 coroou o uso político da rede e das mídias digitais e provavelmente “será o evento identificado como início de uma nova era para as campanhas eleitorais”.

Para Levy (1996), o exercício da cidadania tem sido expandido para além de práticas eleitorais. A virtualização tem ampliado a participação cidadã a partir do maior acesso à internet e da criação de iniciativas governamentais e autônomas que incentivam o engajamento do usuário em questões de interesse público. Cervi (2013, p. 11) complementa: “no início do século XXI percebemos como principal mudança nos processos representativos o uso de instrumentos de ‘conexão digital’ na política”.

Seguindo esta tendência, Barack Obama utilizou redes sociais como Twitter, Facebook e YouTube para comunicar-se e interagir com os eleitores em sua campanha. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Pew Internet & American Life Project indica que 3 em cada 4 internautas americanos utilizaram a internet para ler notícias e se informar sobre a campanha política de 2008.

Também em 2008, enquanto as eleições presidenciais americanas foram marcadas pelo uso da internet, não apenas como ferramenta de divulgação de ações de campanha, mas também como instrumento para arrecadação de dinheiro e de interação entre representados e o candidato, no Brasil não era permitido aos candidatos utilizarem, por exemplo, um canal no Youtube. Até então, a propaganda eleitoral na internet brasileira era permitida somente na página do candidato.

A mudança ocorreu a partir da Resolução nº 12.034, de setembro de 2009, quando passou a ser permitida a propaganda por meio de blogs, redes sociais e sites de mensagens instantâneas, “cujo conteúdo pode ser elaborado por candidatos, partidos, coligações ou por iniciativa de qualquer pessoa natural, o que vai além do que previa a resolução que abrangeu o pleito de 2008” (Graeff, 2009, p. 42).

Mais do que estratégia para garantir votos, as redes sociais têm se consolidado como espaço de discussão política. O cidadão comum não só se informa sobre os candidatos, mas também produz e compartilha conteúdos. Para Graeff (2009, p. 10), “o truque é transformar ouvinte em orador. Ao conseguir que a audiência escreva, candidatos conseguem um compromisso com essa audiência. Engajamento substitui recepção, que por sua vez leva à ação no mundo real”.

Segundo Marques e Sampaio (2011), as eleições presidenciais de 2010 apresentaram um cenário diferenciado, permitindo afirmar que as ferramentas digitais assumiram uma importância inédita. Neste cenário há dois aspectos que se destacam: (1)

existe uma maior disponibilidade de informações geradas por candidatos, partidos e usuários; e há, conseqüentemente, (2) uma maior concorrência pela atenção dos usuários.

Neste contexto, de acordo com os autores (2011), existem três grandes fontes de informações políticas no ambiente digital: a) refere-se à cobertura promovida pelos veículos convencionais, seja na forma de grandes portais de instituições jornalísticas ou na divulgação e acesso de seus próprios perfis em redes sociais, espaços informativos prontos para oferecer todo tipo de dados atualizados acerca da campanha; b) os próprios comitês de campanha de cada candidato (incluindo-se aqui os *sites* e perfis em redes sociais), responsáveis por proporcionar acesso a atualizações e informações dos mais variados tipos, como por exemplo, vídeos, fotos, áudios e textos, além da agenda de seus assessores, históricos, feitos, promessas e afins; c) os próprios usuários atuando na tarefa de encaminhar conteúdos e de elaborar materiais informativos (muitas vezes, tais conteúdos são de caráter opinativo, como acontece em *blogs* e redes sociais). Em outras palavras, a geração das informações é também franqueada aos cidadãos com diferentes níveis de interesse na campanha, com o diferencial de se perceber uma capacidade singular de reverberação de dados (Marques & Sampaio, 2011).

Já o segundo aspecto, que diz respeito à concorrência pela atenção dos usuários, pode ser observado a partir do esforço crescente que os responsáveis pelas campanhas *on-line* têm empreendido para atrair a atenção dos usuários e, assim, “reforçar a adesão às suas perspectivas políticas”, afirmam Marques e Sampaio (2011, p. 212).

Para os autores (2011, p. 218) é fato que a quantidade de informação política disponível ao eleitorado tem aumentado a cada eleição, “assim como se percebe um maior pluralismo na variedade de usuários e entidades dispostos a criarem conteúdos ou, simplesmente, a repassarem ideias”, mas não se sabe se a maior disponibilidade de informação tem representado maior engajamento e participação por parte dos jovens cidadãos.

Uso das redes sociais no Brasil

De acordo com Recuero (2009), redes sociais são constituídas de representações de atores sociais e de suas conexões. As redes sociais caracterizam-se pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns, que motivam a formação de agrupamentos para a troca de informações e ideias, “gerando não apenas uma interação entre os participantes no sentido de compartilhar conhecimentos, mas também o engajamento em questões políticas, sociais e culturais”, afirma Martino (2015, p. 58). Neste sentido, para o autor, “o poder de mobilização exponencial das redes sociais as torna um fator relevante para se pensar elementos da vida fora da internet” (Martino, 2015, p. 58).

Os sites de redes sociais, como é o caso do Facebook, são “ambientes onde as pessoas podem reunir-se publicamente através da mediação da tecnologia”, enquanto rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema para relacionar-se, salienta Recuero (2009, p. 3).

Dados divulgados pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Brasil, 2015) apontam que 65% dos jovens brasileiros com até 25 anos acessam a internet todos os dias. 67% desses jovens afirmam que o uso é principalmente destinado à diversão e à busca de notícias. Dentre os 65% de jovens que afirmam acessar a internet diariamente, 81% o fazem a partir do uso de dispositivos móveis.

Para Martino (2015, p. 58) a possibilidade de participar das redes on-line a partir de dispositivos móveis “permite a transposição contínua das barreiras entre ‘mundo físico’ e ‘mundo on-line’, em um grau de complementaridade entre as interações nas redes sociais digitais e àquelas desenvolvidas off-line”. De acordo com pesquisa desenvolvida pela F/Radar e divulgada em maio de 2015, 65% da população com mais de 12 anos está na internet, cerca de 107 milhões de brasileiros.

Em um comparativo com anos anteriores observa-se que o acesso à internet cresceu mais nas classes C e D. O acesso pelo celular é o que mais cresce, de 107 milhões de brasileiros com acesso à internet, 87 milhões utilizam o celular. Entre aqueles que acessam a internet pelo celular, o Facebook é a rede social mais acessada, seguida do Whatsapp, Google + e Instagram. Por outro lado, a pesquisa TIC Governo Eletrônico (CGI, 2015) demonstra que 76% dos órgãos públicos federais e estaduais possuem perfil ou conta própria em site de rede social digital e que 35% dos órgãos federais realizaram consulta pública pela Internet nos últimos 12 meses, indicando que há mais ferramentas participativas disponíveis a partir do uso da rede.

Ainda de acordo com a pesquisa realizada pela F/Radar (2015), 45 milhões de brasileiros já participaram de movimentos sociais, deste número 31% afirmam ter participado apenas pela internet, 40% participaram apenas presencialmente e 28% participaram no âmbito on-line e off-line. Apesar da participação (seja on-line ou presencial) ser mais comum entre os mais ricos e mais escolarizados, a maioria dos ativistas brasileiros está na classe C, considerando a porcentagem total da população. A maior parte dos entrevistados que disseram participar presencialmente o fazem via manifestação, passeata, ato ou ocupação. Já entre os que participam on-line, 75% diz ter participado via redes sociais (curtidas, comentários, compartilhamentos).

Entre os entrevistados 4 em cada 10 dizem acreditar que as redes sociais contribuem para que eles participem presencialmente de mobilizações. Sete em cada 10 internautas conheceram movimentos sociais a partir das redes sociais, o que evidencia a capacidade das redes sociais como instrumento de mobilização. Entre as redes sociais utilizadas no Brasil, destaca-se o Facebook, que conquistou o posto de rede social mais popular do mundo em 2008.

Só no Brasil são mais de 103 milhões de usuários. O país é, atualmente, o terceiro mais ativo no Facebook, atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia. De acordo com pesquisa divulgada pela F/Radar, 83% dos brasileiros com acesso à internet possuem

conta no site. Dentre os 103 milhões de usuários brasileiros, 62 milhões dizem acessar a rede social Facebook diariamente, 50 milhões destes o fazem a partir de dispositivos móveis.

Estes dados não indicam apenas a presença dos brasileiros na rede, mas também sua utilização como ferramenta de participação: A eleição presidencial de 2014 gerou 674,4 milhões de interações no Facebook, um novo recorde nos registros da rede social. As conversas sobre as eleições brasileiras envolveu 48,3 milhões de pessoas, o equivalente a 54% de todos os usuários ativos do Facebook no país. As redes sociais desempenham um papel importante não apenas como meio de comunicação, mas também ampliando a esfera pública, por dar visibilidade e por representar um espaço de conversação civil.

Para Recuero (2010), um elemento característico das redes sociais na internet é sua capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores. Essa capacidade alterou de forma significativa os fluxos de informação dentro da própria rede: “O surgimento e a popularização da internet permitiram uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais”, (Recuero, 2010, p. 117). Uma das primeiras mudanças detectadas pela comunicação mediada pelas tecnologias digitais é o processo de expansão das interações sociais, que de acordo com Recuero (2010, p. 135) “começa com o surgimento dos meios de transporte e de comunicação”.

A partir da desterritorialização dos laços sociais, possibilitada a partir do uso das tecnologias digitais surgiu o conceito de comunidade virtual: “agregados sociais que surgem da rede quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço” (Rheingold, 1993, p. 20).

Internet como esfera pública

De acordo com Gomes (1999), pode-se entender o conceito de esfera pública a partir de três ângulos: (a) o debate deliberativo, que é essencial para a democracia, e pode ser exemplificado pelos argumentos apresentados nas casas parlamentares, ou mesmo sobre os assuntos de um grupo específico, como associação de moradores; (b) o debate não deliberativo, na maioria dos casos para fins informativos destina-se a fornecer aos interessados uma maior refletividade das vantagens e desvantagens, ou apenas mantê-los a par do assunto. Este debate também pode ser classificado como uma conversa civilizada, ocorrendo em situações cotidianas, sem a marca de formalidade. Por fim, a esfera pública pode ser constituída por uma (c) esfera de exposição ou visibilidade pública, quando não há necessariamente um diálogo entre quem manda e quem recebe um determinado conteúdo, a exposição ocorre especialmente através da mídia de massa.

Habermas (1989), precursor do conceito de esfera pública, reconhece diferentes formas de esfera pública: esfera pública episódica (bares, cafês, encontros na rua), a esfera

pública da presença organizada (reuniões de pais, oficiais em visita ao teatro, shows de rock, reuniões de partidos ou conferências de igrejas) e esfera pública abstrata, produzida pelos meios de comunicação, (leitores, ouvintes, telespectadores).

Segundo Gomes (2006, p. 57), a ideia de esfera pública é importante para se pensar a dimensão da relação entre sociedade civil e sociedade política, a saber, “a luta conduzida pela cidadania para controlar cognitivamente a esfera onde se produz a decisão política”. O autor (2006) salienta a necessidade de diferenciar a deliberação política, entendida como a produção da decisão, e a fala pública acerca dos negócios políticos. Neste sentido, a deliberação é reservada para a esfera política. A esfera civil, por outro lado, produz discursos e opiniões sobre a agenda política, o que os autores chamam de conversação civil. Neste contexto, a esfera pública virtual é vista como um espaço para a conversação civil:

Há momentos em que a internet se comporta como uma esfera pública eficaz, inclusive em termos de tomada de decisões deliberativas. No entanto, muitas vezes, estes eventos ocorrem quando os grupos afetados por esta resolução, ao mesmo tempo em que são especializados ou dedicados a um tema específico, não são muito extensos. (Marques, 2006, p. 172).

Dahlgren (2005, p. 152) argumenta que a esfera pública, por si só, não é garantia para a democracia. Assim, pode haver vários tipos de informação política e debate em circulação, mas é preciso que haja conexões estruturais, processos institucionais formalizados entre os espaços comunicativos e os processos de tomada de decisão: “Deve haver algum indicador de impacto, alguma evidência de que a conversa política dos cidadãos tem consequências, caso contrário o desengajamento e o cinismo podem tomar conta”.

Neste contexto, é preciso considerar que, para fortalecer a democracia, são necessárias não apenas as estruturas de comunicação eficientes ou instituições propícias à participação, mas também deve estar presente a correta motivação, interesse e disponibilidade dos próprios cidadãos a participar em debates, indica Dahlgren (2005).

De acordo com Polat (2005), a importância da esfera pública surge de seu papel no fornecimento de uma plataforma para o debate racional crítico ao invés de simples registro de pontos de vista individuais por meio de ferramentas de agregação de informações, tais como pesquisas de opinião.

Três características da teoria da esfera pública de Habermas (1962) são estendidas a partir do uso da internet: a) Em primeiro lugar, a esfera pública tem que ser igualmente aberta a todos: “Todo mundo tem que ser capaz de ser membro da esfera pública e participar nas deliberações de modo que a diversidade de pontos de vista pode ser assegurada. Só desta forma uma prática democrática justa e representativa pode ser sustentada” (Polat, 2005, p. 449). Em segundo lugar, dentro da esfera pública um acordo racional é alcançado como resultado do debate crítico racional que está livre de juízos de

valor: “De maneira ideal, a esfera pública conecta as pessoas entre si, para que possam se engajar no debate crítico racional [...] a esfera pública é uma arena de comunicação em que mutualidade, solidariedade e reciprocidade são promovidas”. Em terceiro lugar, a esfera pública tem que ser independente da intrusão do governo e de interesses comerciais e de poder. Avaliando a internet de acordo com esses critérios sugere que a internet não oferece muito para alargar a esfera pública ou fornecer uma alternativa esfera pública virtual.

Polat (2005, p. 449) acrescenta que “a internet não é universalmente acessível pelo público. Pelo contrário, o uso é mais limitado a pessoas que já estão em melhor situação em termos de ter acesso ao debate público racional [...] mesmo que o debate crítico racional online aconteça, ele não é divulgado de maneira eficaz”. Embora o potencial da internet para estender a esfera pública seja limitado, ainda há potencial para aumentar a participação política em torno de grupos de discussão on-line.

O autor (2005) ressalta que a internet aumenta a capacidade de comunicação de forma desigual, apoiando algumas formas de comunicação mais do que outras. Assim, diferentes modos de participação política são afetados assimetricamente pelo uso da rede. O autor sugere que existe a necessidade de uma abordagem mais sofisticada na investigação da relação entre a capacidade de comunicação da internet e participação política. “Em vez de tentar medir se a internet aumenta a capacidade de comunicação ou o nível de participação, as pesquisas devem investigar de que maneira os mecanismos de participação política são afetados e quais são os tipos de participação possibilitados pelo uso da internet” (Polat, 2005, p. 453).

No que diz respeito à internet como esfera pública virtual, Polat (2005) argumenta que seu potencial para estender a esfera pública é limitado devido à sua distribuição desigual e sua estrutura fragmentada. No entanto, é preciso considerar as muitas comunidades on-line, cujos membros participam em debates políticos. Para o autor (2005), embora eles não formem uma esfera pública, essas comunidades on-line continuam a operar como plataformas em que os participantes realizam seus direitos como cidadãos e participam da deliberação política on-line.

Considerações

Ao apresentar alguns levantamentos ainda preliminares de uma pesquisa para o desenvolvimento da tese de doutorado, este artigo abordou as referências sobre os temas que constituem o principal objeto a ser pesquisado: o potencial social e político da internet; comunicação política, mídia e eleições; uso das mídias digitais no Brasil; bem como seu papel como esfera pública virtual.

A partir das leituras revisadas, observa-se que por serem consideradas ferramentas para fortalecer o processo democrático, as novas tecnologias de comunicação e informação precisam ser pensadas dentro de seu contexto social de aplicação.

Entre a sociedade civil, já não há mais dúvidas de que as comunidades virtuais estão criando plataformas adicionais importantes para facilitar a participação cidadã na esfera pública do ciberespaço, seja de natureza política, profissional ou cultural. Também os autores e especialistas dos diversos campos de pesquisa e do conhecimento contemporâneo alimentam incontáveis e relevantes discussões sobre os papéis e os efeitos da internet entre sociedades e indivíduos cada vez mais “digitalizados e conectados”.

No entanto, o potencial empoderador da rede é limitado ao uso social da tecnologia; apesar de o ambiente virtual ser propício para transparência e participação, a maneira como se dá essa participação e os canais para tal precisam ser questionados. Considerando que a participação política é um componente central do regime democrático, compreender suas causas e os contextos em que se dá é crucial para entender a qualidade da democracia.

O acesso às redes amplia as possibilidades de uso de canais midiáticos, sejam para consumo publicitário e de entretenimento, para uso e produção profissional, para realização de pesquisas mercadológicas e didáticas, para difusão ou reenvio de conteúdos midiáticos para outros participantes de listas em redes sociais. Os veículos de comunicação de massa, dos tradicionais aos digitais, são responsáveis pela produção e difusão de grande parte do conteúdo de informações diárias e exercem relevante papel na mediação da comunicação política. Assim, a internet fornece aos brasileiros um conjunto de ferramentas que são importantes para o ativismo e a participação política no espaço social e também midiático.

No entanto, a ausência de estudos relevantes com uma abordagem sistemática sobre o papel das plataformas digitais no Brasil faz com que ainda seja difícil avaliar os efeitos da digitalização sobre a participação política em dois caminhos: a) a digitalização dos conteúdos pode representar acesso a um maior volume de informações e b) a rede oferece novas ferramentas e modalidades de participação.

Por fim, os autores compreendem o papel da internet como esfera pública como espaço não deliberativo, a partir de práticas de interação e participação como fóruns e discussões e esfera de exposição ou visibilidade pública, a partir da exposição de figuras públicas e temas de interesse público.

A internet tem a capacidade para abrigar várias arenas de discussão, porque é uma rede pública de comunicação não necessariamente institucionalizada e, em muitas ocasiões, um lugar que abriga a formação espontânea de opiniões. No entanto, de acordo com Marques (2006), a esfera pública virtual, usado como um espaço de conversa civilizada, (ou seja, as discussões desenvolvidas em listas de discussão e fóruns on-line), atua mais efetivamente como um espaço para a formação de opinião, e não como um espaço de tomada de decisões.

Marques (2006) explica que as disputas teóricas em torno do tema “internet e esfera pública” tendem a se concentrar em dois polos: Um primeiro conjunto de autores admite o funcionamento da esfera pública digital como espaço discursivo, em que a internet é um meio de expressão das vozes marginalizadas. Há, além disso, os mais céticos sobre a eficácia das atuais tecnologias digitais de comunicação para o aperfeiçoamento da democracia. Esta vertente considera a internet e as suas arenas discursivas como algo pouco sério, um espaço onde predomina o caos.

Entre estes dois polos há uma interpretação que tem ganhado espaço em recentes publicações acadêmicas e considera que as novas tecnologias de comunicação modificam apenas alguns aspectos, e não a totalidade dos campos sociais tradicionalmente estabelecidos, como o campo da política, por exemplo. Em outras palavras, esta terceira posição compreende a esfera pública virtual como um suplemento para a melhoria da educação cívica, como um espaço de discussão e debate, mas não é capaz de determinar a efetiva implementação de políticas públicas.

Referências

- Brasil. Secretaria De Comunicação da Presidência da República. (2015). *Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratosatuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2017.
- CGI. Comitê gestor da internet. (2015). *TIC Domicílios 2015*. Disponível em: <http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM&idUnidadeAnalise=Usuarios&ano=2015>. Acesso em: 25 jan. 2017.
- Dahlberg, L. (2001). Computer-mediated communication and the public sphere: a critical analysis. *Journal of Computer Mediated Communication* 7,1.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22:147–162.
- Dijk, J. V. (2000) Widening information gaps and policies of prevention. In Hacker, K. L.; Dijk, J. V. *Digital Democracy: issues of theory and Practice*. London: Sage Publications.
- F/Radar. (2015). *Democracia e consumo*. São Paulo, 15ª edição, Disponível em: <http://www.fnazca.com.br/wp-content/uploads/2015/10/f_radar-2015-revisado.pdf> Acesso em: 22 dez. 2016.
- Froomkin, A. M. (2004). Technologies for democracy. In SHANE, P. M. (2004). *Democracy online: the prospects for political renewal through the internet*. New York: Routledge.

- Graeff, A. (2009). *Eleições 2.0: a internet e as mídias sociais no processo eleitoral*. Publifolha.
- Gomes, W. (2006). Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In: Maia, R.; Castro, M. C. P.S. (orgs). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Habermas, J. (1962). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of a Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Ed. Aleph.
- Jenkins, H; Ford, S; Green, J. (2015). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Aleph.
- Levinson, P. (2009). *New new media*. Boston: Allyn & Bacon.
- Levinson, P. (2003). *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. Routledge.
- Maia, R. (2006). Mídia e vida pública: modo de abordagem. In Maia, R.; CASTRO, M. C. P. S. *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte. Editora UFMG.
- Marques, F. P. J. A.. (2006). Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, p. 164-187.
- Marques, F. P. J. A.; Sampaio, R. C. (2011). Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. *Galáxia Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica*. n. 22.
- Martino, L. M. S. (2015). *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. 2. ed. - Petrópolis, RJ: Vozes.
- Matos, H. (2009). A comunicação pública no Brasil e na França: desafios conceituais. *Veredas*, v. 8, n. 8, p. 99-114.
- Matos, H. H.; Nobre, G, F. (2013). Comunicação pública e comunicação política: por uma interação entre cidadania e democracia. *Organicom*. Ano 10, número 19.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- Miguel. L. F. (2008). A mídia e o declínio da confiança política. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 10, nº 19, jan./jun. p. 250-273.
- Pierre, L. (1996). *O que é o virtual*. São Paulo: Editora, v. 34.

- Polat, R. K. (2005). The Internet and political participation: exploring the explanatory links. *European Journal of Communication* 20: 435. Disponível em: <<http://ejc.sagepub.com/content/20/4/435>>. Acesso em: 07 fev. 2017.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina.
- Rheingold, R. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: MIT Press. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 17 fev. 2017.
- Rogers, E. M.; Malhotra, S. (2000). Computers as communication: the rise of digital democracy, In HACKER, K. L.; DIJK, J. V. *Digital democracy: issues of theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Sassi, S. (2000). The controversies of the Internet and the revitalization of local political life. In Hacker, K. L.; Dijk, J. V. *Digital democracy: issues of theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Schatteman, A., Spigner, D. M., Poluse, G. (2012). Citizen participation through municipal websites: A global scorecard. In: Holzer, M.; Manoharan, A. *Active citizen participation in eGovernment: a global perspective*. Hershey: Information Science Reference.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Shane, P. M. (2004). *Democracy online: the prospects for political renewal through the Internet*. New York: Routledge.
- Vaccari, C. (2013). *Digital politics in western democracies*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Witschge, T. (2004). Online deliberation: possibilities of the Internet for deliberative democracy. In Shane, P. M. *Democracy online: the prospects for political renewal through the Internet*. New York: Routledge.