



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Anderson de Almeida Cano Ortiz

Política na internet? Fala sério!

**Democracia e política na perspectiva do jovem eleitor carioca conectado
pelas TIC**

Rio de Janeiro

2012

Anderson de Almeida Cano Ortiz

Política na internet? Fala sério!

Democracia e política na perspectiva do jovem eleitor carioca conectado pelas TIC



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Prof.^a Dra. Alessandra Aldé

Rio de Janeiro

2012

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/A

O77

Ortiz, Anderson de Almeida Cano.

Política na web? Fala sério! Democracia e política na perspectiva do jovem eleitor carioca conectado pelas TIC / Anderson de Almeida Cano Ortiz. – 2012.

180 f.

Orientadora: Alessandra Aldé.

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

1. Tecnologia da informação – Aspectos sociais – Teses. 2. Jovens – Rio de Janeiro (RJ) – Atividades políticas – Teses. 3. Internet – Aspectos sociais – Teses. 4. Democracia – Teses. I. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. II. Aldé, Alessandra. III. Título.

nt

CDU 316.422-053.6

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação.

Assinatura

Data

Anderson de Almeida Cano Ortiz

Política na internet? Fala sério!

Democracia e política na perspectiva do jovem eleitor carioca conectado pelas TIC

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 08 de maio de 2012.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Alessandra Aldé (Orientadora)
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Prof.^a Dr.^a. Fátima Régis de Oliveira
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Prof. Dr. Gustavo Venturi Jr.
Universidade de São Paulo

Rio de Janeiro

2012

DEDICATÓRIA

À Fernanda, companheira de alma; aos meus pais (Miguel e Celi), irmã (Érica) e amigos queridos.

AGRADECIMENTOS

À Fernanda Mendonça, esposa amada, pelo carinho incondicional e as constantes palavras de incentivo e amizade. Pela atenção e respeito ao meu trabalho. Por me ajudar a enxergar com mais clareza os caminhos da vida.

Aos meus queridos pais, Miguel e Celi, pelos julgamentos sempre acertados sobre mim. É toda minha a sorte de ter duas pessoas tão especiais como inspiração e parâmetro.

À minha irmã, Érica, com quem sei que posso contar a vida toda. A quem também desejo oferecer sempre o ombro amigo e incondicional, com a palavra certa de amizade, seja em que momento for.

Aos meus familiares diretos. Lista longa, para minha alegria e sorte.

Aos amigos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em especial professores Alessandra Aldé, Denise Oliveira, Fátima Régis, Fernando Gonçalves, Janete Oliveira, Ricardo Benevides e Ricardo Freitas.

Aos amigos de departamento nas Faculdades Integradas Hélio Alonso, Cláudio Cotrim, Charbelly Estrella e Maria Helena Carmo pelos ensinamentos e ambiente rico em descobertas.

À equipe dedicada do Laboratório de Opinião Pública e Pesquisa de Mercado da Uerj, em especial Bruna Silveira, Jéssica Py e Márcia Bard, sob coordenação dos incansáveis professores Ricardo Benevides e Janete Oliveira.

Ao estatístico Sérgio Santos, pela fundamental participação no planejamento e análise dos resultados. À professora Felícia Picanço, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que compôs a banca de qualificação e foi fundamental na construção do questionário.

Ao professor Gustavo Venturi, da Universidade de São Paulo, por dedicar seu tempo compondo a banca examinadora.

Em especial para a professora Alessandra Aldé, orientadora do trabalho, pela paciência, dedicação, apoio e reiteradas palavras de incentivo.

Aos novos amigos de PPGCOM/Uerj e antigos das épocas de graduação na própria instituição.

Ao CAPES, pela bolsa de estudos que ajudou a financiar este trabalho.

Sem a participação de todos vocês, em maior ou menor grau, esta missão teria sido impossível.

Eu vejo na TV o que eles falam sobre o jovem não é sério. (...) O jovem no Brasil nunca é levado a sério. O que eu consigo ver é só um terço do problema. É o sistema que tem que mudar. Não se pode parar de lutar. Senão, não muda. A juventude tem que estar a fim. Tem que se unir. (...) Na TV o que eles falam sobre o jovem não é sério, não é sério. Então, deixa ele viver. É o que liga.

Música “Não é Sério”, grupo Charlie Brown Jr.

RESUMO

ORTIZ, Anderson. *Política na Internet? Fala sério!:* democracia na perspectiva do jovem eleitor carioca conectado pelas TIC. 2012. 180f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

A pesquisa busca compreender como a lógica e as ferramentas das Tecnologias da Informação e Comunicação atuais são apropriadas socialmente na participação dos assuntos cívicos, com ênfase na política. Como percurso, são revisitados os conceitos tradicionais da democracia e situa-se a discussão nas maneiras como os valores democráticos são paulatinamente incorporados aos ambientes digitais contemporâneos, apresentados como elementos importantes na aquisição cognitiva do público. Como recorte demográfico, estuda-se a juventude eleitora conectada, residente na cidade do Rio de Janeiro. Ao fim do trabalho, aplica-se uma pesquisa de caráter quantitativo com amostra representativa do público, na busca por compreender a opinião política, o posicionamento perante a democracia, os hábitos culturais relacionados aos meios massivos e TIC de comunicação, identificando, por fim, os repertórios de ação reconhecidos como tal na esfera pública com o suporte da comunicação digital.

Palavras-chave: Tecnologias da Informação e Comunicação. Democracia. Juventude. Estudos de Recepção.

ABSTRACT

The research identifies how young voters, ICT users, living at Rio de Janeiro city, appropriates the logic and tools of information and communications technologies nowadays in order to participate in civic affairs, specifically on politics. To accomplish this task, it is revisited traditional concepts of democracy, considering the ways democratic values are gradually incorporated into the environment of contemporary ICT resources, remarkable elements in the cognitive acquisition of young audiences. At the end of the study, it is applied a survey with a representative sample of connected youth in Rio. The main goal is understand political opinion, positioning towards democracy, cultural habits related to the mass media and ICT, identifying repertoires of action recognized as such in the public sphere with the support of digital communication.

Keywords: Youth. Information and Communications Technologies. Democracy. Audience Study.

RESUMEN

La investigación busca entender cómo la lógica y las herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de hoy son empleadas para la participación social en los asuntos públicos, con énfasis en la política. En el estudio son revisados los conceptos tradicionales de la democracia y la discusión de las formas en que los valores democráticos se van incorporados en la actualidad como elementos importantes en el aprendizaje cognitivo de la opinión pública segundo los estudios sociológicos. Al final, se estudia la juventud electoral que reside en la ciudad de Río de Janeiro y utiliza las TIC a diario. Enseguida, aplicase un estudio de investigación cuantitativa con una muestra representativa de la opinión pública joven, tratando de entender su opinión política, posición hacia la democracia, los hábitos culturales relacionados con los medios masivos de comunicación y las TIC, identificando, por último, los repertorios de acción reconocido como tal en la esfera pública joven con el apoyo de la comunicación digital.

Palabras clave: Juventud. Tecnologías de Información y Comunicaciones. Democracia. Estudio de Audiencia.

RÉSUMÉ

La recherche vise à comprendre comment la logique et les outils des Technologies de l'Information et de la communication d'aujourd'hui sont appropriés socialement dans les affaires civiques, en mettant l'accent sur la politique. Comme parcours théorique sont revisités les concepts traditionnels de la démocratie. La discussion se pose dans les façons que les valeurs démocratiques sont progressivement intégrés dans les environnements contemporaines, présentées comme des éléments importants pour l'acquisition cognitive du public. En s'occupant de la jeunesse, il est étudié l'électeur jeunes branchés résidant dans la ville de Rio de Janeiro. A la fin des travaux, il est organisée une étude selon la méthodologie de recherche quantitative auprès d'un échantillon représentatif de la population jeune, cherchant à comprendre l'opinion politique, de positionnement vers la démocratie, les habitudes culturelles liées aux médias de communication et des TIC, l'identification, enfin, les répertoires d'action reconnue comme telle dans la sphère publique avec le soutien de la communication en réseaux d'informatique.

Mots clés: Technologies de l'information et de communication. Démocratie. Jeunesse. Études de réception.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Clima de opinião política entre o jovem eleitor conectado	122
Gráfico 2 -	Grau de confiança do jovem eleitor conectado nas instituições e atores formais da democracia	124
Gráfico 3 -	Noções do jovem eleitor conectado sobre os valores democráticos formais	126
Gráfico 4 -	Reconhecimento de valores informais relacionados à ideia de democracia	127
Gráfico 5 -	Engajamento em iniciativas democráticas tradicionais	129
Gráfico 6 -	Adesão a grupos sociais tradicionais da esfera pública democrática	130
Gráfico 7 -	Fontes de consulta para decisão sobre o voto	132
Gráfico 8 -	Fontes de informação mediática para política ? televisão	135
Gráfico 9 -	Fontes de informação mediática para política ? jornal	136
Gráfico 10 -	Fontes mediáticas mais confiáveis para acesso à informação política	137
Gráfico 11 -	Consumo efetivo de mensagens políticas nas eleições presidenciais de 2010	139
Gráfico 12 -	Local de acesso à internet	141
Gráfico 13 -	Fatos políticos na internet que chamam mais atenção do jovem eleitor conectado	142
Gráfico 14 -	Papel da internet para aprimorar a política no Brasil	144
Gráfico 15 -	Engajamento em movimentos surgidos na internet	146
Gráfico 16 -	Dos que participaram, assuntos que levaram ao engajamento	147
Gráfico 17 -	Geradores de engajamento nas ações políticas via internet	148
Gráfico 18 -	Ação efetiva em mobilizações via internet	151
Gráfico 19 -	Canais mais utilizados por quem distribuiu conteúdo de campanha	153
Gráfico 20 -	Motivadores para distribuir conteúdos de campanha para rede de relacionamento	154
Gráfico 21 -	Acompanhamento efetivo das ações que viu acontecer pela internet	156
Gráfico 22 -	Opinião sobre anonimato para agir no espaço da rede de computadores	157
Gráfico 23 -	Ação efetiva via internet nas eleições presidenciais de 20	158
Gráfico 24 -	Repertório de participação na internet nas eleições presidenciais de 2010.....	159

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Eleitorado jovem na cidade do Rio de Janeiro	115
Tabela 2 -	Áreas de aplicação da fase de campo	116
Tabela 3 -	Bairros contemplados pela amostra em cada região do município	121
Tabela 4 -	Divisão por classes econômicas, de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB)	121
Tabela 5 -	Grau de interesse por diferentes tipos de notícias políticas na internet na divisão do jovem eleitor conectado por regiões da cidade	143

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCEB	Critério de Classificação Econômica Br
CEDEC	Centro de Estudos de Cultura Contemporânea
CESOP	Centro de Estudos de Opinião Pública
CGI	Comitê Gestor de Internet
COMPOLÍTICA	Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
ITU	International Telecommunication Union
ONG	Organização Não-Governamental
PPT	Probabilidade Proporcional ao Tamanho
TCP/IP	Protocolo de Controle de Transmissão / Internet Protocol
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
TSE	Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	16
1	SITUANDO O PROBLEMA: BREVE DISCUSSÃO SOBRE DEMOCRACIA NO CENÁRIO POLÍTICO ATUAL	22
1.1	Conceitos fundamentais de democracia: definições clássicas e correntes tradicionais	22
1.1.1	<u>Modelos de democracia: breve análise das correntes mais presentes</u>	28
1.1.1.1	Liberal	28
1.1.1.2	Deliberativa	29
1.1.1.3	Republicana	31
1.1.2	<u>Breve discussão sobre a experiência democrática brasileira</u>	32
1.1.2.1	Conhecimento da política e dos valores democráticos	35
1.1.2.2	Confiança no modelo e na política	35
1.1.2.3	Participação política na experiência nacional	37
1.1.3	<u>Correntes democráticas e o objeto da pesquisa</u>	38
1.1.4	<u>Atores tradicionais da esfera pública política e suas práticas</u>	39
1.1.4.1	O diálogo entre instituições, meios de comunicação e indivíduos	42
2	CONCEITOS FUNDAMENTAIS DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	47
2.1	Ruptura ou transformação? Do <i>broadcast</i> massivo à rede conectada de equipamentos TIC	48
2.1.1	<u>Comunicação de massa e mediação política</u>	50
2.1.1.1	Comunicação de massa e competição eleitoral	52
2.1.1.2	Comunicação social em transformação	55
2.2	A Democracia transportada para o espaço da rede mundial conectada	56
2.2.1	<u>Crise da comunicação política tradicional</u>	58
2.2.2	<u>A perspectiva das estruturas institucionais</u>	63
2.2.3	<u>A perspectiva da representação nos meios de comunicação TIC</u>	71
2.2.3.1	TIC como espaço de práticas discursivas e instrumento da política	74
2.2.4	<u>A perspectiva de indivíduos e grupos nos seus modos de interação</u>	78
2.2.4.1	TIC como espaço de ação desafiante	82
2.2.5	<u>Ambiente transformado pelas TIC e a escolha pela pesquisa de campo</u>	86

3	INDICATIVOS SOBRE OS CAMINHOS DAS TIC E O PORVIR PROMETIDO	88
3.1	Cognição ampliada a partir da cultura em rede	89
3.2	Pontos pacíficos sobre as hipóteses transformadoras da cultura em rede	94
3.3	Pontos discutíveis sobre as hipóteses transformadoras da cultura em rede	96
4	JUVENTUDE, VALORES DEMOCRÁTICOS E A LÓGICA TIC	100
4.1	Cenário: juventude como fenômeno demográfico	101
4.2	Jovem e seus repertórios de participação na democracia tradicional	103
4.3	O hábito de consumo das TIC entre os jovens	107
4.4	Juventude e outros olhares sobre os assuntos cívicos	108
5	ESTUDO DE CAMPO: DEMOCRACIA E TIC. PERCEPÇÃO DO JOVEM CARIOCA CONECTADO E COMPORTAMENTO CÍVICO	113
5.1	Introdução	113
5.2	Metodologia	114
5.3	Objetivos	116
5.4	Público	117
5.5	Período de aplicação	117
5.6	Custos	117
5.7	Realização	117
5.8	Questionário	117
6	DISCUSSÃO DOS ACHADOS	120
6.1	Perfil da amostra	120
6.2	Clima de opinião sobre a política	122
6.3	Conhecimento formal e informal dos valores democráticos	125
6.4	Consumo mediático massivo e TIC dos assuntos da política	135
6.4.1	<u>Meios massivos</u>	135
6.4.2	<u>Meios TIC</u>	140
6.5	Usos e apropriações da internet para fins políticos	144
7	REFERÊNCIAS	165
	APÊNDICE	177

INTRODUÇÃO

Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), valores democráticos, interesse pelos assuntos cívicos, juventude conectada. É na relação entre os conceitos e o recorte demográfico jovem que se baseia a presente dissertação de mestrado, defendida perante a banca examinadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

A escolha por colocar em perspectiva os elementos acima parte do pressuposto de que é necessário analisar cuidadosamente aquilo que virou lugar-comum nas menções sobre as TIC: de que se tratam de um fenômeno irreversível nas sociedades contemporâneas, cujos resultados podem ser sentidos em todas as vertentes, especialmente no campo da cognição. Tanto na aquisição formal do conhecimento (escola) quanto na informal (entretenimento e lazer). Da sala de aula ao videogame, acredita-se que uma série de novas formas de aprender transforma-se com a crescente conexão entre seres humanos, mediada e potencializada pela rede telemática de computadores.

Mais do que objetos técnicos, as redes, os equipamentos e os programas TIC permitiriam formas inovadoras de conexão entre indivíduos e instituições. Cada vez menos dependentes da presença física e da participação imediata. Se até recentemente as informações eram armazenadas numa memória coletiva através das histórias dos indivíduos e seus grupos, como também na materialidade de documentos impressos, livros e acervos, entre outros suportes, as últimas décadas do século XX trazem uma significativa mudança de escala na capacidade de armazenar a produção social e os fluxos de suas correntes de informação nas redes digitais.

Além da capacidade de armazenar, outra importante transformação se dá na forma de distribuir conteúdo. A circulação da informação ganha contornos transformados a partir da conexão em rede digital, cuja tendência nos próximos anos incluirá os objetos técnicos presentes no cotidiano do indivíduo, permitindo registrar hábitos e atitudes nas apropriações e usos de cada ferramenta. Os *media* tradicionais se veem diante do inusitado desafio de renovar sua legitimidade perante a esfera pública, em um espaço cuja lógica de produção e consumo, em tese, apresenta características diferenciadas.

Para além da visão do determinismo tecnológico, mas sem perder de vista as maneiras como as tecnologias têm sido usadas para os diferentes arranjos sociais, o que se registra da produção do conhecimento, desde então, também aparece refletido nas redes telemáticas. Revelando aspectos desconhecidos das sociedades na sua forma de pensar a vida pública. E o que se registra historicamente deste pensamento teve alterações tanto no seu fluxo de

circulação quanto na produção de memória com base naquilo que fica armazenado na rede. Opinar e agir, portanto, parecem ser caminhos possíveis para a apropriação cultural que se faz das TIC. Principalmente com a emergência de comportamentos sociais que se revelam ao apropriar-se das novas safras de programas e equipamentos que têm como promessa facilitar o agrupamento dos indivíduos não somente por geografia ou demografia, mas também por afinidades compartilhadas.

Se o momento atual é encarado como fase de transição para maneiras técnicas e culturais transformadas de agrupar indivíduos, então seria razoável esperar reflexos em outros campos, mesmo fora da rede telemática. Para nos atermos a apenas um deles, a análise concentra-se no campo da política.

Que contribuições o irromper deste momento transformado vem trazendo para a política? Não se faz referência aqui à política apenas no seu jogo de poder nos plenários e pleitos eleitorais, leitura imediata com o forte caráter institucional e profissional contemporâneo. Mas no trato dos assuntos que tocam toda a sociedade civil inserida no modelo democrático tradicional, em condições de igualdade de representação, participação e elegibilidade, preceitos básicos de uma cultura cívica. A primeira parte do trabalho, portanto, pesquisa brevemente em quatro capítulos os conceitos relacionados à democracia e à comunicação política, situando a discussão do potencial da comunicação mediada por computador de forma normativa. Lança luz nas defesas e críticas ao modelo democrático que se faz presente em rede telemática.

Mas ainda assim, ao chegar ao final da fase de pesquisa, a conclusão parecia difícil, posto que a literatura brasileira, embora já consistente na sua produção sobre o assunto, ainda conta com poucas iniciativas estudando diretamente a audiência sobre os hábitos e costumes observáveis a partir da incorporação das TIC. É neste momento que a ideia de um estudo de recepção se materializa, justificando o investimento acadêmico por este caminho. É assim que a escolha do público jovem se justifica no percurso do trabalho.

Do ponto de vista demográfico, trata-se de uma população numerosa para a democracia de massa atual. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) indicam que, em 2014, somente o estrato da população jovem de classe média C no Brasil somará 30 milhões de eleitores. Como parâmetro, em números absolutos, a projeção é que toda a população votante das classes A e B, somados os dois agrupamentos de renda, no mesmo período alcance cerca de 24 milhões de eleitores.

Optou-se por pesquisar o segmento de jovens conectados à internet no município do Rio de Janeiro, uma vez que a literatura trabalhada normativamente apoia-se em achados de

pesquisas internacionais. Daí que o trabalho de revisão bibliográfica, sozinho, parecia insuficiente para dar conta do desafio. Para entender o fenômeno em uma perspectiva mais ampla, faz-se necessário ter o foco nas formas como a recepção trabalha com este novo espaço comunicativo, entendendo de que maneira certos estratos sociais lidam com a tecnologia e a incorporam nas suas práticas cotidianas. Uma proposta como essa exigiria um alto investimento em contemplar diversas camadas da sociedade, o que tornaria o trabalho inviável.

A escolha foi segmentar o estudo entre os jovens já usuários da rede mundial de computadores no município do Rio de Janeiro. Trata-se de uma geração mais habituada ao uso das TIC no cotidiano, posto que nativa digital, tendo um segmento da amostra inclusive a mesma idade da incorporação da tecnologia da internet para um público mais numeroso no Brasil (meados dos anos 1990). De acordo com o IBGE (2008), de uma taxa de 40% da população brasileira então conectada, a taxa de penetração das TIC entre o jovem há quatro anos, considerando o agrupamento na região sudeste, era de 74% entre 15 e 17 anos; 69% entre 18 a 19 anos; e 62% entre 20 a 24 anos. Considerando as taxas de crescimento registradas nos anos recentes, é possível afirmar que a taxa de penetração entre o público jovem cresceu desde então. Uma geração que já utiliza a internet e demais aparelhos eletrônicos conectados em rede. Trabalhar com tal segmento permite inaugurar observações temporais de como os assuntos políticos podem ser apropriados ou ignorados pelas novas gerações de adultos.

Realiza-se, portanto, pesquisa de campo apoiada na metodologia quantitativa, aplicada ao segmento de jovens entre 17 e 24 anos, já eleitores e manifestadamente usuários da rede mundial de computadores, em casa ou outros espaços, partindo de amostra não-probabilística (por cotas). São feitas nesta coleta entrevistas pessoais com questionário estruturado, de acordo com as áreas de planejamento especificadas pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, tendo por base o Censo Demográfico 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Neste sentido, a pesquisa sonda não somente os hábitos de consumo das TIC por parte dos jovens, mas também procura investigar de que forma os meios de comunicação tradicionais compõem o cardápio de informações políticas deste segmento. O estudo igualmente mapeia o entendimento desta geração quanto ao que caracteriza a política e o grau de interesse pelos assuntos cívicos de maneira mais ampla. Constata-se que, embora o jovem conectado aprecie os atributos da internet, o uso dos meios tradicionais continua a exercer grande influência no consumo de informação política.

Na fase de elaboração do trabalho de campo, são considerados estudos correlatos na Argentina, Chile, Colômbia e México. *Surveys* cujos atributos similares em pesquisas já realizadas com jovens nesses países permitem aproveitar metodologias importantes para o planejamento. Assim como também oferecem modelos de categorizações que ajudam a discutir os achados da realidade brasileira sob a luz das contribuições de outros pesquisadores latino-americanos. Também na fase de planejamento, o questionário foi elaborado a partir dos achados de pesquisa qualitativa que Aldé (2011) aplicou com ‘internautas casuais’. Boa parte das hipóteses apontadas naquele trabalho sobre o comportamento que os diferentes grupos focais apresentavam sobre o uso da internet para a política foi trazida para o contexto da pesquisa quantitativa, permeando-se questões ao longo de todos os blocos do questionário, mas com presença ainda mais marcante no bloco voltado para os meios de comunicação.

Assim, o primeiro capítulo tem por objetivo mapear as definições sobre democracia que ajudam a explicar o contexto atual brasileiro da comunicação política. Antes de se abordar a democracia na internet, torna-se importante especificar quais são as correntes existentes e os respectivos conceitos de representação e execução democrática que preceituam. Este retorno aos conceitos tradicionais pré-internet revelam-se valiosos para entender as premissas que fundamentam as visões das correntes existentes sobre a *e-democracia*. Discute-se o modelo brasileiro abordando-se os valores do reconhecimento de valores, a confiança na sua execução e a participação cívica. Mapeiam-se os atores tradicionais ligados à política e de que forma se posicionam na esfera pública contemporânea.

No segundo capítulo, são apresentadas as teorias atuais sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação, com ênfase no contraponto ao modelo massivo tradicional. Aborda-se a questão dos meios de comunicação e a mediação política. A expectativa é entender como a competição política na esfera pública chega ao espaço da rede mundial de computadores, já a caminho de se tornar outro meio massivo. Buscam-se explicações para entender por que a comunicação mediada por computador é apontada como elemento potencialmente transformador. Já seria possível nos tempos atuais perceber o uso diferenciado das redes TIC para atuação política em sociedades democráticas? Na perspectiva positiva, emergem novas práticas políticas ou se transformam ao serem reapropriadas e glosadas com os fazeres tradicionais, identificando os arranjos recorrentes em tais interações. No viés crítico, são demonstrados os déficits que ainda constroem a possibilidade da participação ampliada nos assuntos públicos, a despeito de todo o aparato de conexão colocado à disposição dos indivíduos e grupos sociais. Tudo isso diante de um momento em que a

política institucionalizada e os atores da esfera pública relacionados ao cotidiano da democracia se veem diante de crescente ceticismo e baixo interesse pela política.

São apresentados os aspectos da crise da comunicação política tradicional e como as instituições respondem ao desafio. Identifica-se a política no espaço da internet como um novo campo de possibilidades de representação e participação. Ao mesmo tempo, revelam-se os atores que acreditam no potencial transformador das TIC, cada qual à sua maneira, com modelos de execução que reiteram os preceitos pré-internet.

No terceiro capítulo, a pesquisa vai buscar os estudos no campo da cognição que apontam uma transformação cultural a partir de interações inovadoras propiciadas ou amplificadas pela comunicação mediada por computadores em rede. Busca-se neste conteúdo entender quais são os conceitos de aprendizado que podem ser verificados a partir da incorporação da lógica da conexão em rede. A partir daí, interessa entender como este aprendizado contribui para ampliar o interesse pelos assuntos cívicos.

No quarto capítulo, fala-se sobre a juventude brasileira a partir dos estudos já consagrados no país sobre este perfil de público, considerando seus desejos, anseios e frustrações, elementos que ajudam a entender a percepção do jovem em relação à vida cívica. É neste capítulo, também, que se enquadram os temas de interesse apresentados ao recorte da amostra da pesquisa.

Nos capítulos finais do trabalho, a tarefa passa a ser identificar no seio da audiência como os valores da democracia e o uso das TIC podem estar relacionados com a ampliação do interesse social pela vida pública política. Tanto os aspectos positivos quanto os negativos da discussão bibliográfica são confrontados com dados de uma pesquisa de campo que busca entender quais tendências se confirmam ou se refutam no caso de agrupamento (jovem) específico da sociedade.

Os objetivos deste trabalho são apresentar a discussão normativa sobre o papel das redes TIC na conformação da esfera pública política e gerar uma evidência empírica sobre a forma como a juventude conectada de uma grande cidade brasileira se apropria da lógica cultural e das ferramentas daí advindas para ampliar, declinar ou subverter sua participação democrática na sociedade civil.

Percebe-se que a juventude carioca conectada tem conhecimento dos valores democráticos, com apreço aos seus atributos mais fundamentais. E apresenta um comportamento latente, com perspectivas notadamente promissoras, posto que uma fatia importante reconhece que as redes TIC podem ser usadas para melhorar a política. Do ponto de vista prático, contudo, as técnicas da internet ainda são apropriadas por uma fatia

limitada de jovens engajados. Novos hábitos de consumo informativo se estabelecem em continuidade aos argumentos dos *media* tradicionais. A internet acaba por complementar um cardápio variado de informações, cuja lógica de acreditação dos conteúdos oferecidos passa a contar com outras instâncias.

Revela-se um contexto diferente de mediação política de complementação aos *media* tradicionais. Instituições e indivíduos relacionados à política tradicional têm baixa atenção também no ambiente da internet. E o comportamento desafiante compõe o repertório de uma fatia limitada da juventude usuária da internet. Um processo de aprendizado com tais ferramentas se estabelece a partir de fraco interesse pelos assuntos cívicos. O maior engajamento nas questões públicas que circulam na internet parece depender de um investimento na própria construção da cidadania do segmento de público jovem fora da internet.

1 SITUANDO O PROBLEMA: UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE DEMOCRACIA NO CENÁRIO POLÍTICO ATUAL

Faz-se necessário buscar o conceito clássico do termo ‘democracia’. Embora tenha se tornado um vocábulo amplamente utilizado, o trato informativo cotidiano reduziu as variadas interpretações que ele comporta. O que leva à visão equivocada de que as propostas democráticas formam um bloco único e que todas seguem na mesma direção. Ao contrário, existem correntes distintas que pensam a democracia singularmente não somente nos seus aspectos normativos, mas também na sua execução prática. Uma revisão de alguns conceitos históricos ajuda a estabelecer as bases da discussão sobre democracia nas redes TIC. O que mais adiante permite identificar aqueles atributos da democracia brasileira que estão mais presentes na realidade dos jovens, condicionando o conceito de política identificado na pesquisa de campo.

1.1 Conceitos fundamentais de democracia: definições clássicas e correntes tradicionais

Para Bobbio (2004), democracia é “um conjunto de regras de procedimentos para a formação de decisões coletivas, em que está prevista e facilitada a participação mais ampla possível dos interessados”.

Idealizado na Grécia antiga, institucionalizado e popularizado por Roma, o conceito de democracia tal como empregado hoje se firma nos séculos XVII e XVIII, momento em que as mudanças nas estruturas sociais e do Estado se dão com a ascensão burguesa, em especial com as revoluções Francesa e Americana. O liberalismo firma-se como filosofia política. Estabelece-se o conceito de bem comum universalizante, com a valorização da vontade do indivíduo, da propriedade e da livre iniciativa. A partir daí, surgem novas propostas tendo como base visões empíricas de experiências diretas e indiretas de democracia.

Regime de governo no qual o poder de decidir politicamente está com o povo, imbuído de cidadania plena, através de representantes eleitos de forma legítima. Pode existir em sistemas como ‘presidencialista’ ou ‘parlamentarista’, ‘republicano’ ou ‘monárquico’. Distingue-se entre democracia direta (pura), na qual o povo expressa a sua vontade por voto direto em cada assunto particular; e democracia representativa (indireta), quando o povo expressa sua vontade através da eleição de representantes.

Antes de entrar mais profundamente nos conceitos democráticos presentes no meio digital, é preciso fazer uma distinção cuidadosa entre as diferentes concepções de democracia. Embora certos valores estejam presentes e sejam compartilhados por todas as correntes

teóricas, deve-se atentar para o fato de que o conceito de ‘democracia’ não é algo monolítico, dado *a priori*, com a mesma conotação para todas elas.

Os valores que emergem da proposta democrática se apoiam no uso da palavra em seu conceito retórico mais elementar, transparência, visibilidade, publicidade (VERNANT, 1996), igualdade entre cidadãos perante a lei, ideal de coletividade e construção de espaços públicos (ARENDETT, 1997).

A discussão contemporânea se dá no embate entre três vertentes majoritárias, que podem ser explicadas pelas concepções ‘liberal’, ‘deliberativa’ e ‘republicana’, que por analogia podem ser definidas pelas noções de ‘mercado’ e ‘fórum’. ‘Mercado’ lida com a política no seu aspecto liberal a partir da escolha racional baseada nos valores, interesses individuais e transparência (*accountability*). E a política é um espaço de decisão cujos papéis de atores (eleitores, políticos, partidos, instituições, Estado, entre outros) são claramente demarcados. A administração pública fica nas mãos de uma elite política preparada para geri-la. ‘Fórum’ se liga ao espaço de debate deliberativo público, participativo ou comunitarista. Traz questões como reconhecimento de minorias e igualdade de representação nos espaços de decisão democrática como balizadores dos assuntos públicos (NÓBREGA JR., 2003). A proposta republicana propõe uma síntese entre ‘fórum’ e ‘mercado’. Parte da visão prática de que a gestão da máquina pública demanda crescente centralização traduzida em fazer profissional. Ao mesmo tempo preceitua a necessidade de ampliar os espaços institucionais de participação da sociedade civil no trato dos assuntos públicos.

As variações sobre as formas mais adequadas de aplicação da democracia ocorrem principalmente em relação ao grau de estímulo à participação civil. Pode ser através da expressão direta da vontade da maioria ou através da representação institucional. Tais divergências quanto ao envolvimento da esfera pública nos assuntos do Estado levam a propostas diferentes sobre o processo adequado para executá-las. A execução considera o grau de transparência e engajamento. Por uma questão de ilustração, sem a pretensão de encerrar toda a riqueza de pensamento dos autores, colocam-se em contraposição alguns nomes representativos de tais correntes e como o embate de ideias colocou-se ao longo dos séculos. O primeiro par de teóricos a se contrapor é Jean-Jacques Rousseau e John Locke.

Para Rousseau (1997), na perspectiva da fase clássica contratualista, a democracia deve ter caráter mais participativo. Apoiar-se sobre uma base mínima universal de educação e formação cívica. Todos os indivíduos conquistam a condição de cidadão, o que se traduz em uma crescente capacidade de decisão direta e qualificada sobre os assuntos públicos. Esta base é definida por valores como bem comum, vontade do povo e vontade geral. A vontade

geral apresenta-se como a resultante das vontades dos indivíduos isoladamente a ponto de serem percebidas numa escala sociológica. Admite-se originalmente haver uma visão compartilhada do bem numa base dispersa e difusa de indivíduos e grupos. Neste sentido, quanto menos Estado e maior capacidade de deliberação pública direta auto-organizada, melhor se atende à proposta democrática.

Contraopondo-se a tais ideias, Locke percebe que o contrato social não pode abrir mão do papel dos representantes legitimamente escolhidos. A representação tem por mérito permitir que uma elite política preparada, ciente dos assuntos públicos e dos limites do Estado, possa criar e gerir um conjunto de normas, procedimentos e regras que protejam o indivíduo em suas liberdades e iniciativas. Em especial, ao permitir que o cidadão possa se concentrar nos seus assuntos cotidianos. Este pensamento se alicerça também nos valores de uma burguesia cada vez mais presente na esfera pública (século XVII, Inglaterra), traduzidos nos direitos naturais do indivíduo: liberdade, vida e propriedade. Atributos ameaçados pelos tentáculos dos governos, caso não haja um parlamento que possa mediar esta relação entre sociedade e Estado. Nesta linha, quanto mais estímulo à iniciativa pessoal, melhor o resultado esperado, uma vez que desde as suas origens o Estado traz em seu bojo elementos de coerção que inibem o processo de auto-regulação que os mercados são capazes de desenvolver quando chegam ao seu estágio de maturidade. Por essa razão, um corpo de representantes legitimamente eleitos responde aos anseios da maioria. Mas com discricionariedade para também contrariá-la quando tal maioria estiver equivocada, dedicando-se totalmente aos assuntos políticos, jamais abrindo mão de sua capacidade de julgamento sobre as melhores opções de se chegar ao bem comum.

Outro par teórico com defesas distintas é Max Interneter e Karl Marx. Para Interneter (1999), a garantia do bom funcionamento da democracia depende de um aparelho burocrático gerido pelo parlamento, órgão responsável pelas decisões políticas da sociedade e do Estado. Os representantes são escolhidos a partir do cálculo do indivíduo exposto à competição eleitoral e convencido pelos aspectos racionais apresentados por aqueles que se propõem a representá-lo politicamente. Isso porque um sistema de representação direta seria inviável com o aumento do número de cidadãos em uma grande cidade, base das preocupações dos pensadores clássicos. Na mesma linha de Locke, portanto, Interneter vai defender a participação pública com alcance restrito ao celebrar o voto, seguindo dali em diante com uma liderança capaz de manter o Estado forte e coerente. Para o autor, há um peso importante na aceitação do cidadão de que o aparelho estatal tem importante papel de mediação ao tornar previsível a relação do indivíduo com a burocracia pública.

Já para Marx, a democracia tal como concebida no século XIX traduz-se no modelo de acumulação capitalista, fadado desde as origens a fracassar ao criar duas classes antagônicas e inconciliáveis: proletários e capitalistas. Partindo do modelo de determinismo econômico, Marx critica a representação democrática percebendo a crescente submissão de todas as esferas sociais à economia, o que levaria ao esgotamento natural do fazer político. Tendo na revolução socialista um momento de ruptura e transformação para um novo contexto social, o autor acredita na participação direta do indivíduo, ciente do seu papel político na promoção do bem comum. Um indivíduo com alto grau de interesse passa a envolver-se ativamente na vida pública, cidadão não mais focado exclusivamente em seus interesses particulares imediatos, mas como alguém que acompanha criticamente os incumbentes eleitos, também proletários, ao contrário do indivíduo alienado, privado das escolhas públicas e alheio às práticas políticas de uma elite distante daqueles que representa.

Outro par a contrapor é Joseph Schumpeter e Jürgen Habermas, pensadores contemporâneos. Schumpeter (1984) ao refletir sobre a aplicação da democracia no século XX propõe ultrapassar a visão clássica e admitir que a gestão do Estado e da política demanda uma especialização do político. A democracia como método deve evitar a tirania da maioria e restringir a participação política dos cidadãos apenas à escolha de seus líderes. Estes representantes vêm de escalões da elite política (políticos profissionais), cuja tarefa é obter a maioria dos votos dos cidadãos numa competição livre. Assim, os políticos se inserem em partidos que têm como principal objetivo chegar e manter-se no poder, com discernimento para fazer escolhas em nome de seus representados.

Schumpeter reflete a necessidade de uma organização racional dos recursos e atores políticos, tornando a tarefa de governar passível do ponto de vista das decisões públicas. Desta forma, a participação civil deve se limitar à escolha racional dos políticos melhor preparados, deixando a condução dos assuntos públicos a tais entes no período de mandato. E o retorno sobre a avaliação das ações do governo ocorre quando há novo pleito eleitoral, aprovando através da reeleição ou reprovando ao escolher um novo governante.

Para Habermas (1997), mais do que franquear representantes políticos profissionais de tempos em tempos, a democracia demanda a participação da sociedade civil na condução do aparelho público de forma opinativa, não importando se formal ou informalmente. Assim, torna-se parte importante do processo um fórum de cidadãos livres e racionais, dispostos a colocarem suas opiniões em circulação, para estabelecer parâmetros sobre o melhor uso dos recursos públicos e das prioridades de governo. A capacidade argumentativa dos indivíduos transforma-se em valor de ‘agir comunicativo’, com o mérito de legitimar as escolhas dos

governantes como a vontade pública mais ampla. Na perspectiva democrática deliberativa, introduz-se o valor da argumentação. Ao mesmo tempo, preserva a visão de que é necessário existir uma instância de decisão independente. Capaz de ouvir a sociedade civil, sem com isso estar obrigada a concordar com a opinião pública em toda e qualquer situação. A deliberação política a partir da interação criativa entre os indivíduos, nesta perspectiva, leva a soluções legítimas deixando de lado as práticas utilitárias de barganha e troca presentes na política liberal. O conhecimento político é discursivo, contingente e intercambiável, atributos que emergem do contato com o outro (BARBER, 1984).

Grosso modo, a questão polêmica está na forma e grau de participação que a democracia deve promover. Há dissenso entre os diferentes pares entre maior estímulo à participação individual direta na visão de uns; e maior apreço pelo fortalecimento das instituições democráticas, mediadoras no modelo indireto, na visão de outros. A ponto de parecer que ambas as possibilidades seriam impossíveis de conciliar, tal como promover maior poder ao indivíduo, ao mesmo tempo dando mais legitimidade ao papel mediador das instituições na democracia, até mesmo como uma forma de organizar este fluxo de comunicação e deliberação.

Dos três pares analisados torna-se explícito que há uma discussão ao longo dos séculos que divide o conceito de democracia entre o grau de participação direta e o processo de gestão do aparelho público. Nos tempos atuais, admite-se que o aumento da participação da sociedade civil nos assuntos públicos ajuda na gestão do Estado enquanto se compreende que há um papel institucional incontornável. Ambos funcionam como fatores complementares e não concorrentes: mais participação civil, com aprofundamento e qualidade do ponto-de-vista do conteúdo; aliada ao reconhecimento das instituições para dar transparência aos processos de decisão.

Vale lembrar que ainda existe a discussão de matriz republicana com direitos positivos que coloca em contradição a política de reconhecimento e a política da igual dignidade de todos os indivíduos. O pensamento envolvido neste debate diz respeito à questão das minorias e sua representatividade de forma diferenciada. O que reflete o respeito à multiculturalidade de um lado; enquanto, em outro flanco, defende-se o preceito da incorporação de qualquer minoria no contexto social amplo. Dilui-se a identidade de tais grupos minoritários em prol de um patamar igualitário de representação, defesa postulada pela perspectiva dos direitos negativos das correntes liberais (TAYLOR, 2000).

Contemporaneamente, com Coleman e Blumler (2009) admite-se que valores e práticas que permeiam todas as correntes e que caracterizam minimamente um ambiente democrático podem ser definidos por:

“eleições regulares, livres e justas, envolvendo competição entre mais de um partido; leis regulamentando a ligação de todos os cidadãos a uma jurisdição comum; liberdade de expressão, reunião e publicidade, inclusive contra o governo estabelecido, sem receio de intimidação; transparência de governos e atenção às questões públicas que preocupam a população; existência de uma sociedade civil livre do controle de governos e do mercado” (COLEMAN E BLUMLER, 2009, p.15; [livre tradução nossa]).

De forma que a ausência de apenas um dos elementos acima quebra a promessa de uma proposta democrática em sua plenitude. Ainda que cada democracia desenvolva de maneira diferenciada os elementos que a caracterizam, tais como institucionalização, participação e elegibilidade (SANTOS, 1998). Observa-se que a definição contempla a democracia tanto nos seus aspectos institucionais quanto individuais. E encara o desafio de superar antigos déficits que a limitam, como as barreiras de tempo e espaço entre representantes e representados; o real conhecimento das necessidades dos representados dada a diferente escala no número de eleitores; os limites do entendimento do público quanto aos assuntos políticos cada vez mais complexos colocados em pauta; as disputas endógenas e exógenas dos grupos de interesse; as críticas ao processo de escolhas, influenciadores diretos dos resultados de acordo com o desenho deliberativo; as questões de hegemonia e diferença no seio dos grupos e instituições (COLEMAN E BLUMLER 2009).

Neste rol sobre o modelo mais adequado de democracia convivem correntes como liberais, participativas, comunitaristas, deliberativas, republicanas cívicas, entre outras. É impossível tomar o conceito de democracia como algo único, já que cada qual trata de forma peculiar cada ponto da sua proposta normativa ou de execução prática.

Para manter o norte da análise, apresenta-se um breve detalhamento de três vertentes marcantes na atualidade. Elas costumam ser apresentadas mais recorrentemente nos estudos sobre democracia digital: liberal, deliberativa e republicana. Desde já reconhecendo que existem outras correntes democráticas, mas descartadas por uma questão de ênfase nos modelos que contemporaneamente têm sido apontados como os mais recorrentes.

1.1.1 Modelos de democracia: breve análise das correntes mais presentes

Apresentam-se brevemente os preceitos que as correntes mais significativas do modelo democrático defendem. Sem com isso querer encerrar o assunto e contemplar todas as existentes. O objetivo é traçar o mapa conceitual sobre democracia que a recepção compartilha socialmente, ainda que compreendido pelo jovem carioca conectado de forma latente, dado que se buscará identificar e confirmar na fase de campo.

1.1.1.1 Corrente liberal (representativa)

Na perspectiva liberal, a ideia de democracia enfatiza as liberdades negativas: a democracia é um regime de proteção das liberdades dos indivíduos, inclusive contra o Estado (MACHAN, 1974; NARVESON, 1988; NOZICK, 1974; MORRESI, 2002). Regime de autonomia e liberdade de expressão, opinião e reunião, a democracia deve reforçar a iniciativa de cada indivíduo em defesa dos seus próprios interesses políticos. Congregando-se ao redor de instituições políticas que o represente enquanto organização com interesses convergentes. Este modelo valoriza também a justiça política e propõe todo um aparato institucional de representação como forma de viabilizar a soberania popular.

A tríade padrão do modelo liberal-representativo de democracia pode ser descrita como competição pluralista, participação eleitoral de cidadãos politicamente iguais e liberdades civis e políticas (NORRIS, 2001). Numa democracia deste tipo, indivíduos e partidos concorrem pelas cotas de representação disponíveis nas eleições, que se realizam periodicamente, com liberdade e justiça. Indivíduos e partidos se expressam, organizam-se, publicam e se reúnem livremente, condição *sine qua non* para uma competição mais equilibrada.

As instituições neste modelo ocupam lugar central na representação e no fluxo comunicativo entre sociedade civil e Estado. A comunicação direta entre governados e governantes se dá em momentos específicos, como as eleições ou plebiscitos. Mas raramente de forma continuada e regular no cotidiano das decisões públicas. Neste sentido, há um peso menor da participação civil direta. Valoriza-se em seu lugar aspectos como, por exemplo, a transparência e a responsabilização dos agentes públicos nos atos de governo, a garantia das liberdades civis ou o estímulo a um melhor nível de comunicação entre os indivíduos e as instituições que os representam.

Outra perspectiva liberal afirma que a liberdade individual é uma conquista que pode ser ameaçada pelos interesses do Estado ou econômicos, sendo preciso zelar por ela, tornando-a protegida dos controles e ações de governos, leis e poderes políticos e econômicos

em geral. Razão pela qual há uma veemente defesa do indivíduo que racionalmente atribui seu voto àqueles representantes que melhor defendem seus interesses mais próximos, valorizando o aspecto utilitário da escolha política.

As críticas a este modelo apontam as limitações sobre o próprio processo de mediação. Forma-se uma estrutura política em torno das instituições, o que acaba por fazer prevalecer as vozes mais fortes e representadas. Enquanto afasta do centro de decisões os grupos minoritários. A crítica se dá sobre a efetiva capacidade das instituições em representar os anseios de todos os indivíduos e grupos existentes, ficando em xeque a real capacidade das instituições em dar voz às diferentes camadas da sociedade civil. Isso quando se confirma que a elite política que representa um grupo atua, de fato, em defesa dos interesses dos seus representados. Uma das constatações mais recorrentes é a ausência de laços de afinidade entre parlamentares e representados. Distância essa a que se atribui, entre outros fatores, o ceticismo social crescente em relação à política. Também surge como crítica o maniqueísmo trazido pela visão liberal de que o indivíduo apenas atua em prol dos próprios interesses utilitários, ao se perceber historicamente que há alternância entre visões individualistas e sociológicas, a depender do contexto social.

1.1.1.2 Corrente deliberativa

A corrente deliberativa da democracia propõe um modelo híbrido, rompendo com a lógica que parte somente do polo dos interesses individuais de um lado (liberal); e do outro que exige uma profunda e engajada participação popular (republicano). Discussão política livre, aberta e equilibrada que representa todos os segmentos da sociedade civil são os elementos mais presentes nos ideais desta corrente. As opiniões não necessitam ser exclusivamente formadas pelo diálogo, o que desonera o sujeito da expectativa muitas vezes irrealizável da ‘pureza moral’ e da necessidade de mobilização para o entendimento aprofundado dos temas coletivos (GIMMLER, 2001). O que passa a ser exigido são a transparência e a adoção de projetos de interesse do bem comum por parte dos atores políticos. As instituições públicas passam a prestar contas de seus atos e as questões coletivas ganham maior peso (HABERMAS, 1995). Firma-se o conceito de esfera pública resultante da participação da esfera civil na produção da decisão política.

Nesta linha, quanto mais comunicação entre a sociedade civil e as instâncias de gestão pública e representação política, tanto melhor para a democracia. Daí a necessidade de alargar os espaços de discussão, a possibilidade de o cidadão decidir direta ou, minimamente, opinar sobre assuntos ligados à gestão do Estado. Ao propiciar variados momentos de discussão e

deliberação cidadã, espaços de aparência, não só se dá voz aos distintos grupos sociais, mas também tornam visíveis seus interesses para a sociedade. É a partir do discurso que os indivíduos assumem uma aparência explícita e interativa, passando a existir socialmente (ARENDDT, 1997). Ao posicionar-se discursivamente, os atores sociais passam a conhecer a realidade e as necessidades do grupo que se expressa.

Aqui se encaixa o conceito de democracia como ‘fórum’, em contraposição ao conceito de ‘mercado’. Neste sentido, a democracia apresenta-se como espaço de argumentação (AVRITZER, 2000). John Rawls e Jürgen Habermas são apresentados como os pensadores mais presentes da linha teórica da democracia deliberativa (ELSTER, 1997).

Para Rawls, a democracia deliberativa assume forma híbrida ao alternar elementos de decisão e argumentos racionais (AVRITZER, 2000). Busca-se uma convergência de opiniões levando a uma espécie de consenso após haver uma tomada de consciência dos grupos em disputa pelos argumentos pró e contra qualquer situação.

Fruto do amadurecimento conceitual ao fim do século XX, admite-se que os indivíduos são diferentes em seus valores, concepções morais, crenças e demais aspectos. Características culturais que influem na formação de diferentes visões e opiniões. O conflito entre distintos valores de grupos deve ser regulado para que as diferenças não inviabilizem o diálogo e a busca do consenso.

Pensadores como Habermas contemplam o parlamento como ator importante no processo decisório, reconhecendo tal ambiente sob a responsabilidade de especialistas personificados numa elite administrativa. A esfera pública posiciona-se como um parâmetro das demandas da esfera privada levadas a público pelo agir comunicativo. Ação esta ligada aos grupos que transmitem suas opiniões e anseios acerca da realidade e suas demandas sociais. Os meios de comunicação de massa, neste contexto, atuam como mecanismo com potencial positivo de circulação de opiniões e de movimentos deliberativos. Fazem a mediação das trocas da sociedade civil para o mundo político, desde que entendam seu papel fundamental de dar voz a diferentes estratos sociais de forma igualitária e equilibrada.

Como crítica a este modelo, a democracia argumentativa deliberativa aceita a manutenção do aspecto decisório nas instituições do Estado, deixando em segundo plano a questão dos arranjos institucionais (AVRITZER, 2000). Da mesma forma, a maior circulação de informação entre os diferentes atores presentes na esfera pública não tem necessariamente o resultado positivo de aumentar o nível de consciência e de monitoramento dos agentes do Estado. Mesmo que haja mais espaço para outros atores, permanece o baixo interesse do indivíduo médio por ocupar o espaço público político. Mesmo em ambientes com maior

circulação de informação, nem sempre um fórum racional e aberto à alteridade se estabelece como resultado das interações entre os atores. Além disso, reconhece-se contemporaneamente que há outros modos comunicativos para além da racionalidade que interferem no contexto deliberativo, tais como os afetivos, humorísticos, irônicos, poéticos, entre outros (DAHLGREN, 2005).

1.1.1.3 Corrente republicana

Esta corrente procura se apresentar como um modelo mais flexível entre os modelos liberal e deliberativo. Conforma-se em ter as condições para o debate que conte com uma participação consistente de parte das organizações da sociedade civil. Ao mesmo tempo seguindo regras mínimas de ação comunicativa, tais como a do respeito mútuo pelos argumentos do outro. As decisões são tomadas pelos parlamentares eleitos no sistema representativo, sendo cada decisão precedida de amplo debate público. O debate influencia a pauta e o tratamento das principais alternativas. Em certos momentos, os argumentos apresentados são suficientemente fortes para convencer a outra parte. Em outros casos, novas alternativas surgem do debate, atendendo os grupos conflitantes de forma a superar o conflito. O compromisso continua sendo necessário e o voto da maioria é que efetivamente decide o assunto (PEREIRA, 2005).

Tal modelo conta com a participação ativa de organizações do terceiro setor, corporativas e organizações públicas não-estatais de responsabilização social. A democracia participativa envolve socialização através da adesão, devendo até mesmo os espaços de trabalho ser reconhecidos como uma instituição política em potencial. Organizações da sociedade civil que atuam participativamente são fundamentais no modelo de democracia republicana. Tanto em países democráticos maduros quanto em democracias recentes, surgem organizações que fazem um papel de mediação diferenciado dos atores tradicionais da esfera pública civil, tais como sindicatos ou entidades de representação. Em especial, destacam-se aquelas ligadas aos temas da responsabilidade social ao formarem complexas redes de relacionamento. O reconhecimento de um espaço público não-estatal e a necessidade das organizações de responsabilidade social tornam-se importantes no contexto cuja crise do política intensifica a dicotomia Estado/mercado, levando a imaginar que a única alternativa à propriedade do Estado é a propriedade privada e que a democracia só pode ser procedimental e elitista (PEREIRA, 2005).

Assim, na visão desta corrente, empregar o conceito de democracia representativa em um sentido mais abrangente como movimento alternativo à democracia direta é a única

possibilidade realizável. Desde que a responsabilidade social e mecanismos deliberativos ou participativos sejam encarados como um aperfeiçoamento da democracia representativa.

As críticas ao modelo republicano vão residir essencialmente na legitimidade representativa dos intermediários que surgem entre a sociedade civil, o Estado e os atores políticos em geral. À medida que as organizações do terceiro setor, mesmo que imbuídas de ideais nobres, não passam por um processo institucional de escolha democrática ampla de seus representantes, tampouco há alternância na escolha de seus líderes. O que se coloca como barreira é a efetiva capacidade de tais atores em representar, de fato, algum segmento social e não interesses específicos de grupos restritos.

A vertente republicana caracteriza também as correntes ‘participativa’ (BARBER, 1984; VERBA E NIE, 1972; VERBA ET AL., 1995; BUCY E GREGSON 2000; BUCHSTEIN, 1997; PUTNAM, 2000; BIMBER, 2000; GOMES, 2005; GOMES 2005B); a ‘comunitarista’ (PUTNAM, 2000; TAYLOR, 2000; MACINTYRE, 2001; SILVA, 2009); entre outras, que por uma questão de síntese deixam-se indicadas sem maior aprofundamento.

1.1.2 Breve discussão sobre a experiência democrática brasileira

Assim como o recorte conceitual que define democracia sofre variações de acordo com as vertentes dos modelos ‘liberal’ ou ‘participativo’, também se encontram resultados distintos ao analisar as experiências nacionais na execução democrática. A discussão contempla algumas peculiaridades do modelo brasileiro em específico. Uma vez mais, sem a pretensão de encerrar a discussão, mas para trazer elementos que ajudarão a criar categorias de análise principalmente na elaboração do instrumento de coleta da pesquisa. Os primeiros blocos do questionário tentam captar o nível de percepção sobre os valores democráticos, sendo necessário, para tal, evidenciar os referenciais que são testados na fase de campo.

Antes de tudo, a democracia brasileira se enquadra no modelo republicano, presidencialista e o processo de decisão política se dá por vias mistas (representativa e direta). Os princípios fundamentais da Constituição de 1988 reiteram os valores do Estado Democrático de Direito (soberania, cidadania, dignidade, trabalho e livre iniciativa, pluralismo político); a independência entre os três poderes da União (Executivo, Legislativo e Judiciário); o compromisso em contemplar e representar todo e qualquer estrato da sociedade; a integração com as demais nações no plano internacional. Os valores democráticos explícitos na carta constitucional servem de marco para enquadrar a aspiração do modelo brasileiro.

Passadas mais de duas décadas da nova Constituição, análises refletem o grau de maturidade do modelo democrático brasileiro. Merece registro os estudos de Santos (1998)

sobre o conceito de poliarquia ou oligarquia, ao analisar comparativamente as transições por que passam os sistemas democráticos nos diferentes contextos nacionais. Na visão do autor, a democracia contempla a institucionalização da competição eleitoral, a participação ampliada dos diferentes estratos sociais e o controle dos elegíveis, sendo este último atributo contribuição do próprio autor naquilo que se constitui em terceira dimensão e nova categoria de análise. Tomando por base estes três referenciais e seus respectivos pesos na história democrática de cada país, é possível perceber se seus respectivos modelos pendem para uma tendência poliárquica ou para outra oligárquica.

Quanto mais fortes os aspectos institucionais, a participação e as condições de elegibilidade, mais poliárquico será um dado sistema democrático. A poliarquia se caracteriza em princípio pela criação de um ambiente institucional onde segmentos com interesses divergentes o reconhecem como um espaço legítimo e equilibrado. Os procedimentos ajudam na geração do consenso, ainda que mínimo. Em seguida, a poliarquia se complementa ao ampliar a escala de envolvimento de estratos sociais distintos no processo de decisão política. Todos eles com vozes equivalentes, direitos assegurados, inclusive com liberdade de se posicionarem a favor ou contrariamente. E, por fim, alcança o ápice no gradiente quanto mais aberto for para que postulantes aos cargos políticos possam surgir de qualquer um desses estratos sociais. Esta última dimensão, em especial, ajuda a esclarecer historicamente a transição de democracias limitadas (ou autocracias, em muitos casos) para modelos institucionalizados e representativos, à medida que se cadencia a entrada de novos atores políticos a partir do controle de quem reúne condições de ser eleito.

Partindo da constatação de que inexiste a poliarquia ideal no seu limite mais amplo, seja qual for a democracia, Santos (1998) mostra que diferentes estratégias são desenvolvidas por cada país para exercer de forma hegemônica e controlada o potencial problema de se aumentar exponencialmente a escala de representação e participação no processo de decisão, sem gerar com isso o caos social. Ao se limitar os potenciais elegíveis, é possível universalizar o voto. Afasta-se o risco de rupturas institucionais motivadas, sobretudo, pelos insatisfeitos com o modelo. A ênfase em tais estratégias revela recorrentes casos de democracias que se enquadram como oligarquias. Nesta concepção, a oligarquia revela um desnível entre as três dimensões como traço marcante, sendo o controle do eixo 'elegibilidade' o mais eficaz do ponto de vista das elites políticas. As oligarquias no sentido defendido por Santos (1998) se caracterizam não somente pelo controle dos elegíveis, mas em arranjos nos processos de decisão que tornam difíceis alcançar consenso e fáceis a geração de

vetos, em especial pelo aumento do número de estratos envolvidos (e eventualmente não contemplados) nos assuntos em pauta:

“[...] dir-se-á que, em oligarquias, a produção de bens coletivos requer cooperação de maioria altamente qualificada para ser efetivo, o que, pela mesma razão, torna a decisão de produzi-los vulnerável à obstrução de ínfima minoria. Um sistema oligárquico, portanto, funciona em processo decisório de exigentes requisitos para aprovação de medidas e leniente permissividade para vetos. Implícita encontra-se a condição de que os recursos políticos estejam razoavelmente dispersos e de magnitude mais ou menos equivalente entre os poucos atores participantes (SANTOS, 1998, vol.41, n.2, pp. 207-281).”

Ao analisar o caso brasileiro, percebe-se que ao longo da segunda metade do século XX há a passagem de sucessivos sistemas autocráticos para um modelo que oscila entre o oligárquico e o poliárquico. No primeiro caso, coexistem regras para o controle à entrada de novos atores políticos, como, por exemplo, as exigências do artigo 14 da Constituição que estabelece, entre outras restrições, limites de elegibilidade ao exigir requisitos como: nacionalidade brasileira; pleno exercício dos direitos políticos; efetivo alistamento e domicílio eleitoral; filiação partidária; educação; e idade, a depender do cargo a que se postula (mínimo de 35 anos para Presidente, Vice-Presidente, Governador, Vice-Governador e Senador; 21 anos para Deputado Federal, Deputado Estadual ou Distrital, Prefeito, Vice-Prefeito e juiz de paz; 18 anos para vereador). Tal ênfase no controle coexiste com orientações de tendências poliárquicas, como a ampliação do eixo da representatividade com inclusão de amplo contingente populacional independente de questões de renda, idade, religião, gênero e raça, assim como o reconhecimento de grupos organizados com finalidade política.

Para as hipóteses que a pesquisa pretende contemplar, os achados da distinção entre poliarquia e oligarquia nos servem para tentar enquadrar o modelo brasileiro a partir da percepção cotidiana do cidadão. Interessa entender como valores que ora tendem à poliarquia, ora tendem à oligarquia são percebidos na experiência prática do segmento jovem do público. Busca-se compreender qual das vertentes se revela mais fortemente na escolha entre os atributos apresentados pelo questionário de pesquisa. Isso se dará, portanto, ao abordar aspectos institucionais, representativos e de controle da democracia brasileira, testando até que ponto, na visão deste segmento da população carioca, a avaliação positiva ou negativa sobre tais dimensões se traduz em conhecimento da política e dos valores democráticos; interesse, participação e confiança na democracia, suas instituições, processos e atores.

1.1.2.1 Conhecimento da política e dos valores democráticos

Os atributos sobre o conhecimento da política e dos valores a serem trabalhados apóiam-se em Moisés (1992) que analisa questões da cultura democrática formada em públicos de massa. Situado entre as sociedades cuja democracia é implantada a partir da segunda metade do século XX, o caso brasileiro entrelaça características de práticas arcaístas com sucessivos processos de modernização econômica e social, o que contribui na conformação de forças políticas.

Santos (1995) aborda a leniência das elites políticas ao abrir espaço para camadas maiores da população na disputa eleitoral (processo que viria de cima para baixo, com certos cuidados limitadores). Já na discussão sobre a cultura política importa reconhecer se tais valores democráticos são criados a partir de tais concessões. Ou se, no limite oposto, a estabilidade do sistema depende da existência de uma cultura democrática emergente, em maturação no seio da sociedade. Daí apropriada pelas elites como forma de manter a relação de poder não mais pela repressão, mas pelo reconhecimento negociado das necessidades dos demais agrupamentos existentes na esfera pública.

Assim, o dilema que se coloca é se a democracia passa a ditar a cultura social, depois de implantada pelas elites políticas. Ou se, no sentido inverso, é a paulatina vivência do indivíduo dentro do contexto democrático que leva à incorporação e à aceitação dessa forma de governar. Para enquadrar tal discussão nas correntes teóricas, destacam-se abordagens marxistas apoiadas no modelo do determinismo estrutural (GRAMSCI, 1979) e abordagens da corrente liberal adepta à emergência dos valores no seio social (INGLEHART, 1997).

É tomando por base as características formais e emergentes da proposta democrática que se pretende incluir testes que identifiquem o grau de conhecimento formal dos preceitos democráticos. Interessa identificar aquilo que é um valor presente no cotidiano, já incorporado informalmente ao hábito do grupo pesquisado. Mas que eventualmente passe despercebido ao segmento jovem como algo ligado a uma cultura política formal. Neste sentido, o que se propõe é perceber o que está presente no campo discursivo explícito, formalmente dominado, diferenciando daquilo que é sentido tacitamente no cotidiano.

1.1.2.2 Confiança no modelo e na política

Entre os valores democráticos analisados, ênfase especial é dada à questão da confiança no modelo adotado. A confiança se define pela coesão social necessária em torno dos espaços criados para a representação política, perpassando os diferentes agrupamentos

políticos. Neste caminho, acredita-se que a democracia não somente deve ser o sistema mais adequado para o processo de decisão política. Mas também o indivíduo deve crer que é nele que se estabelece um ambiente institucional equilibrado e justo. Dentro do qual as diferentes forças políticas podem competir. Mas a perspectiva histórica mostra que o sistema democrático se firma justamente como resposta ao poder ilimitado e discricionário. Ainda que exista confiança no modelo democrático, isso não se traduz necessariamente em confiança no ambiente político. Limita-se o poder e cobra-se transparência dos incumbentes a partir de uma ‘desconfiança institucionalizada’ (MOISÉS, 2005). A obrigação de prestação de contas é um dos preceitos fundamentais. É possível socialmente confiar no modelo, mas deve-se permanentemente questionar os atores políticos tendo por base o próprio conjunto de regras, normas e procedimentos institucionalizados. Nesta separação entre os níveis de confiança, é possível identificar cinco camadas distintas, segundo estudos de Easton (1965): na comunidade política em si; nos princípios do regime; no seu desempenho específico; nas instituições; nos atores políticos. Separar tais camadas permite identificar o grau de apoio social que é dado especificamente para governos e lideranças, sem perder a visão do apoio difuso que pode ser dado ao sistema político como um todo.

Institucionalizar a desconfiança, neste contexto, significa incentivar práticas democráticas relacionadas à comunicação entre cidadãos; a tolerância e a aceitação do pluralismo; o consenso mínimo sobre a aplicação dos procedimentos democráticos; a civilidade no espaço de competição; a participação efetiva dos cidadãos por diferentes canais da sociedade civil e da comunidade política (SZTOMPKA, 1999).

Na democracia brasileira, há confiança no regime, embora se reconheça as imperfeições quanto ao seu desempenho. Restando à comunidade política, instituições e atores o viés mais crítico deste gradiente, indicando alto grau de ceticismo. Parte deste fenômeno pode ser explicado pelo predomínio de práticas arcaicas na gestão do aparelho público. Destacam-se características como corrupção, clientelismo, corporativismo e patrimonialismo, hábitos culturalmente herdados das práticas existentes nos momentos autocráticos da vida nacional, mas que ainda persistem na vida pública (MOISÉS, 1992).

Outra parte para ajudar a explicar o fenômeno do ceticismo crescente se relaciona com a atuação do sistema de mídias na cobertura cotidiana recorrentemente crítica dos fatos políticos. Argumento que será desenvolvido em mais detalhes adiante, quando for abordada a questão dos meios de comunicação de massa como ator influenciador da esfera pública. Neste ponto, basta indicar que o enquadramento crítico habitualmente dado ao cotidiano político –

característica presente em diversos países, fenômeno transnacional, portanto – ajuda a reforçar uma visão negativa da comunidade política, das instituições e dos seus atores.

Ambos os processos à sua maneira contribuem para o amadurecimento da ideia de que o regime democrático é um bem a ser preservado, embora imperfeito, o que exige um permanente vigiar dos detentores do poder por uma esfera pública livre e atuante.

Nas hipóteses testadas nesta dissertação, a confiança é um atributo que será medido tanto no seu viés de reconhecimento do regime e suas aplicações quanto na percepção que o jovem tem acerca da comunidade política, das instituições e seus atores.

1.1.2.3 Participação política na experiência nacional

Outra categoria que merece atenção na pesquisa lida com a participação política na experiência cidadã brasileira. A começar pela iniciativa de caráter poliárquico com a universalização do sufrágio ocorrida a partir da redemocratização em fins dos anos 1980. Neste quesito, o único impeditivo atual à participação se relaciona à idade, contemplando praticamente todas as outras condições e respeitando o direito de escolha facultativa para jovens de 16 a 17 anos, idosos e analfabetos. Isso após garantir que as vagas disponíveis no eixo ‘elegibilidade’ estivessem sob controle do ponto de vista do filtro de acesso (SANTOS, 1998). De qualquer forma, o rito eleitoral está viabilizado a grandes estratos da sociedade.

A participação é uma categoria que interessa ser considerada tendo por base a efetiva confiança do cidadão de que a sua adesão pode influenciar nos resultados políticos. Assim como da visão de que as decisões tomadas no campo político podem afetar a sua vida. Dessa forma, pesquisas sociológicas que optam por empregar metodologias de caráter estatístico tentam identificar até que ponto há conhecimento dos valores da democracia. Mas nesta altura enfatizando entre escolhas que os entrevistados fazem entre regimes com diferentes graus de participação. Neste caminho, interessa saber se há um modelo de participação mais apreciado, assim como a opinião do entrevistado de que a sua adesão importa ou não para o resultado final. E se, uma vez tendo participado, aquela decisão retorna de alguma forma como ações de governo a ponto de afetar seu modo de vida. Pares como democracia e ditadura, por exemplo, são apresentados de forma a perceber como o entrevistado se comporta diante dos valores que cada qual pode evocar no segmento pesquisado.

Aplicando-se ao caso da sociedade brasileira, análises de outras pesquisas identificam o apreço à participação democrática havendo correlação com variáveis como renda, ocupação e escolaridade. No limite, quanto maior a renda de um indivíduo, mais ligado a atividades laborais no setor de serviços e maior for o seu nível de educação formal, tanto mais propenso

a reiterar sua afinidade com o modelo democrático. Outra variável importante relaciona-se com o grau de urbanização, caracterizado pelo local de moradia do respondente. Quanto mais próximo dos benefícios de uma política pública de transformação do espaço urbano, seja em grandes capitais ou cidades economicamente abastadas do interior, maior a adesão à democracia (MOISÉS, 1995). De forma que as atitudes políticas de segmentos sociais devem contemplar estudos correlativos com perfis sociodemográficos, pois são variáveis relevantes que influenciam nas escolhas dos respondentes.

Destaca-se no presente momento brasileiro a percepção de valores de participação ligados a caráter liberal de representação e participação, notando-se a emergência de novos repertórios de ação voltados a causas específicas e à redefinição entre os limites do que é público e do que é privado, o que faz diminuir a percepção de que há separação entre o social e o político (KRISCHKE, 2005).

É também o propósito da pesquisa identificar os repertórios de ação e participação, percebendo até que ponto o segmento jovem conhece e age politicamente. Para refletir em quanto as percepções da efetividade em participar ajuda a inseri-lo no contexto transformado dos meios de comunicação TIC.

1.1.3 Correntes democráticas e o objeto da pesquisa

Tem-se um referencial sobre democracia parte dos aspectos normativos que analisam o processo institucional. Que em seguida passa pela participação como um valor de caráter individual do qual deriva o engajamento político. E culmina, por fim, na participação coletiva ampliada dos grupos sociais em suas redes de solidariedade e pertencimento.

Uma vez mais, não se pretende neste exíguo espaço encerrar toda a riqueza dos debates acerca dos modelos democráticos, tampouco tomar como completa a discussão estabelecida. O que se pretende é identificar quais são os modelos de democracia cujos valores têm maior potencial de serem compartilhados pelo segmento da sociedade que se pretende estudar.

É a partir do entendimento que a recepção traz incorporado dos valores democráticos que se verifica a hipótese de que a esfera pública estaria em processo de transformação cultural. E até que ponto este fenômeno se dá pela maior circulação de informação, algo potencializado pelas ferramentas de compartilhamento TIC. Identificando, em caso positivo, se tal transformação chega a abarcar os assuntos cívicos.

Importante ressaltar que a pesquisa busca entender quais são os valores democráticos não somente no seu aspecto formal, mas também no seu aspecto mais informal, permeados na

sociedade civil. Ainda que não sejam explicitamente reconhecidos como tal, aquilo que Dahlgren (2005) apresenta como valores de ‘cultura cívica’, a partir das práticas cotidianas de uma cidadania atuante.

Refuta-se a visão determinista de que a tecnologia por si só condiciona novos desenhos revolucionários. Mas admite-se que o emprego crescente de suas ferramentas tem servido como um fator desestabilizante para ampliar o espaço de debates e ações. Levando a uma reconfiguração de papéis de atores e instituições políticos tradicionais. Ao mesmo tempo permitindo a emergência de novos participantes, com visões e práticas diferenciadas (COLEMAN e BLUMLER, 2009).

De forma que o caminho que se abre evidencia a retomada de valores da cidadania democrática, não apenas restrita à visão da representação institucional centrada no Estado com suas tradições. Mas também em opções mais fluidas de participação direta do cidadão, cujos valores contemporâneos se ligam ao consumo, aos interesses comunitários ou até mesmo transnacionais por afinidade (CASTELLS, 2003; BENNETT, 2007). É possível identificar a emergência de uma cidadania política crítica relacionada à expressão dos valores e atuação coletiva. Segue-se o fluxo da base social para as instituições políticas, levando a uma readequação dos atores tradicionais e à criação de novos espaços políticos (COLEMAN e BLUMLER, 2009).

A contribuição das redes TIC, de acordo com a literatura trabalhada, está na mudança de escala que diminuiu os custos de interação e coordenação entre indivíduos e grupos. Emergem relações horizontais entre cidadãos na esfera civil e verticais entre cidadãos e instituições políticas. No que pese a difícil realização de processos políticos ainda mais inclusivos e formalmente válidos (via digital ou não) nos fluxos de discussão entre indivíduos e instituições, experiências internacionais identificam atributos positivos. Como, por exemplo, compartilhamento colaborativo de informação, construção de capital social e envolvimento de grupos civis tanto nas instituições representativas quanto na administração pública, seja em assuntos locais ou nacionais (CHADWICK, 2006). Será que este fenômeno também se verifica no caso da juventude conectada residente na cidade do Rio de Janeiro?

1.1.4 Atores tradicionais da esfera pública política e suas práticas

Parece útil neste momento retornar aos conceitos tradicionais de esfera pública como o ambiente no qual a informação terá um importante papel no jogo democrático. Assim como ajuda a posicionar os atores dentro deste espaço, inserindo-os dentro de um espectro de

categorias que contribuem para explicar o ambiente institucional político e como os demais atores da sociedade civil participam na construção deste espaço.

Do ponto de vista histórico, o conceito de esfera pública deriva da mesma tendência que firmou o de democracia. Tendo suas origens nos séculos XVII e XVIII, coloca-se em contradição aos valores absolutos da nobreza e do clero, a partir dos ideais burgueses emergentes. Início dos grandes aglomerados populacionais em cidades pré-industriais, o advento da imprensa tem papel significativo ao fazer circular e ampliar as opiniões compartilhadas nos espaços públicos, tais como os cafés, as livrarias, os passeios públicos, as primeiras oficinas industriais e até mesmo os cabarés, ambientes onde os tentáculos do poder exercem baixo controle no fluir das opiniões. (AUGRAS, 1974; HABERMAS, 1984).

Assim, a esfera pública se forma como um espaço de debates políticos sem o controle estrito do Estado. Não necessariamente reduzida ao discurso apenas de setores econômicos ou de grupos específicos da sociedade civil. Mas de todo o mosaico social, ainda que com suas imperfeições do ponto de vista da representação (ainda estavam excluídos os empregados, os negros, as mulheres e os jovens, grupos recentemente chegados à participação eleitoral, por exemplo). E embora o Estado não controle a esfera pública, ele investe com energia na tentativa de influenciar este espaço, disputando poder de voz com outros atores. Daí o fortalecimento do uso público da razão (ALMEIDA, 1999).

Ao longo dos séculos XIX e XX, com a transição para o modelo de democracia de massas, amplia-se o ideal de participação e cresce a necessidade de representação social de novos estratos nesta esfera. Especialmente com a conquista de direito ao voto por trabalhadores, mulheres e jovens. Uma vez mais, o aumento de escala com a entrada massiva desses novos contingentes populacionais faz crescer a necessidade de circular mais amplamente a informação no seu caráter opinativo. Momento em que os meios de comunicação de massa se consolidam no suporte impresso (séc. XIX) e depois audiovisual (séc. XX). Passando a ser um dos atores fundamentais na formação da opinião pública. Agora difusa em grande número de indivíduos, esta opinião pública se torna em ‘audiência’, ‘público’ e ‘eleitorado’ e passa a ser objeto de ramos específicos das ciências sociais (BARBERO, 1997; WOLTON, 2007).

Desde então, pode-se dizer que a esfera pública se firma como um palco para circulação de opiniões. Processo que se torna complexo em função da necessidade de dar voz em larga escala a estratos difusos da população, com interesses crescentemente plurais, dando força a um novo ator na relação de poder: os meios de comunicação de massa.

Chega-se assim ao século XXI com a possibilidade de identificar os atores presentes dentro da esfera pública política naquilo que trazem para o jogo democrático atual. Uma breve análise de cada ator revela como as estratégias e as práticas de mandatários (governos e grupos) e desafiantes (opositores e grupos) acabam se instaurando no mosaico da esfera pública, na sua relação com os meios de comunicação de massa e com a sociedade nos seus diferentes estratos e agrupamentos.

Para Kriesi (2004), as categorias de atores podem ser divididas em três grandes segmentos dentro da esfera pública: decisores, mídia e desafiadores. Os decisores são os governantes atualmente investidos em seus cargos. A estratégia de comunicação política que vão desenvolver segue o fluxo descendente (*top-down strategies*), destacando, justificando e enaltecendo as realizações de governo. A mídia vai atuar de acordo com seus próprios interesses (*media-centered strategies*) de enquadramento e produção (no nível mais elementar, o jornalista com seus critérios de noticiabilidade, até o mais alto grau representando o grupo empresarial institucionalmente). Por fim, aos desafiantes cabe o esforço de fazer chegar fatos e casos da base para o topo, fazendo o fluxo ascendente de comunicação (*bottom-up strategies*).

Nesta mesma linha, Dahlgren (2005) define a esfera pública contemporânea como uma constelação de espaços comunicativos que convivem entre si na sociedade, cuja circulação de informações, ideias e debates ocorre de forma livre e aberta (ao menos em tese). De forma que se identifica uma pluralidade de esferas comunicativas dentro de uma mesma sociedade. O que torna complexo não somente estabelecer um perfil fixo para cada uma dessas esferas, como também querer oferecer estruturas fixas de análises para os arranjos que acontecem no plano institucional. Daí que trabalhar com categorias amplas de atores parece uma solução viável para facilitar a compreensão ao tratar a esfera pública. Uma forma de analisá-la, segundo o autor, seria dividi-la em três dimensões: estruturais, representacionais e interativas.

A dimensão estrutural lida com uma ‘ecologia política’, na qual estão garantidos os valores clássicos da democracia, como liberdade de expressão, acesso e inclusão, tanto dos grupos quanto das instituições políticas e dos meios de comunicação como espaços institucionais legítimos. A dimensão representacional liga-se à maneira como os meios de comunicação retratam o ambiente político e institucional, não somente através de alcance massivo, mas também nas mensagens voltadas para públicos específicos, observando-se de forma criteriosa aspectos como clareza, acuracidade, completude, pluralidade de visões, *agenda-setting*, tendências ideológicas, modos de endereçamento dos assuntos entre outros

atributos que caracterizam a produção informativa e influenciam a esfera pública. Por fim, a dimensão interativa considera os modos pelos quais os indivíduos se relacionam com os meios de comunicação para conhecer e interpretar os assuntos. Assim como também contempla as relações que os indivíduos estabelecem socialmente entre si de maneiras formais ou informais, fazendo com que a circulação das informações não conte necessariamente com a visão restrita dada pelos meios de comunicação para os fatos que interessam.

1.1.4.1 O diálogo entre instituições, meios de comunicação e indivíduos

Contemporaneamente, a esfera pública demanda a divulgação transparente das decisões do Estado, tendo esse ator passado por um processo de profissionalização crescente, incorporando em muitos aspectos os preceitos do espetáculo. Atualmente, além de gerir o aparelho público, faz-se necessário divulgar as realizações de uma dada gestão. Posicionar-se positivamente para a esfera pública é tão importante quanto administrar corretamente os recursos do Estado. Práticas, representações e valores alimentam um sistema de exibição cujos atores permanentemente se dispõem a ocupar a tribuna midiática. Tribuna essa transformada em espaço igualmente importante como os demais ambientes institucionais, como os plenários, gabinetes e demais espaços de representação política.

Embora possa parecer uma marca distintiva da contemporaneidade, a questão da política tratada para a exibição pública (*ad extra*) e seu equivalente oposto, os centros restritos de decisão (*ad intra*), permanecem pouco alterados desde a época dos Estados absolutistas europeus, que já produziam uma aura pública em torno da figura do rei. O objetivo é levar a opinião pública a ter uma representação do poder fortalecido e pacificado. Esta prática remonta a períodos pré-mídia de massa quando eram utilizadas formas sofisticadas de mobilização da atenção da sociedade a partir das artes, da literatura, dos rituais, das celebrações e dos atos públicos (GOMES, 2004).

Daí a distinção entre o fazer externo da política, o *ad extra*, cujas características são a gestão da aparência, produção e administração da visibilidade, geração de legitimidade e administração dos fluxos de comunicação política dirigidos à esfera pública. E a gestão interna da política, o *ad intra*, cujas funções são a manutenção das engrenagens partidárias com suas barganhas, compensações, arranjos, disputas discursivas, *lobbies* e demais interfaces com grupos de interesse. Tais características podem ser encontradas nos mesmos moldes atualmente nas sociedades democráticas. Com a diferença que hoje há uma prática redimensionada da exibição *ad extra* do poder, para a qual os meios de comunicação potencializam o alcance das mensagens. Assim, identifica-se por parte dos atores políticos um

esforço cada vez maior em desenvolver habilidades, saberes e agentes aptos a lidarem com o universo midiático na produção de opinião e disposição públicas. Interferindo ou tentando produzir enquadramentos que interessem a tais agrupamentos (GOMES, 2004).

A proeminência dos meios de comunicação, especialmente os de amplo alcance como a TV e o rádio, introduz o conceito de “democracia de audiência” (MANIN, 1995). Como características principais contemporâneas, destacam-se fenômenos como a personalização do político; o crescimento do número de profissionais aptos a lidarem com a comunicação política; as propostas políticas feitas vagamente permitindo um amplo espaço de manobras por parte da elite política; a onipresença da opinião pública; e a transferência do debate político dos bastidores de comitês parlamentares, escritórios de partidos e associações para a esfera pública. Essa mudança de paradigma leva, para certas correntes, a um relativo enfraquecimento ideológico dos partidos como espaço de elaboração programática e o crescimento de legendas fortemente orientadas para ganhar pleitos eleitorais (MAIR, 1997). Ainda que as decisões mais importantes da vida pública ainda continuem em muitos casos sendo tomadas longe da visão da opinião pública, compondo uma espécie de rede de governança (GOMES, 2004).

Dentro da lógica de exibição pública ampliada, desenvolve-se um sistema cujos meios e instrumentos se referenciam nas próprias linguagens, recursos e agentes da comunicação da cultura de massa. Tais iniciativas se dão a partir de um cálculo de sucesso quanto aos efeitos produzidos. O que pode ser medido através da cobertura midiática e das sondagens de opinião. Neste panorama, pode-se falar de um fazer político midiático, com novas habilidades, padrões de atividade, configuração de agentes, formatação de saberes e representações produzidas para a esfera pública redimensionada (GOMES, 2004).

Um dos resultados deste momento transformado é a personalização da figura pública do político, obrigando-o a readequar-se aprendendo e aprimorando novas práticas do discurso persuasivo. Por exemplo, no lugar da retórica eloquente de outrora, sempre pronta para o combate direto, entra um novo padrão de conversa suave e conciliatória. Quanto mais próximo e aparentemente simples um político, quanto mais intimista e informal, acredita-se que maior será a identificação entre ele e o público. Uma espécie de fala casual exigida pelos meios de comunicação denota cooperação, mutualidade e harmonia, preparando terreno para um discurso cada vez mais autobiográfico. Na prática, o que passa a ser fundamental é a frase curta, memorável e sem conflitos, que deixe muito claro na cabeça do cidadão quem é o político e o que ele representa. *Persona* esta elaborada considerando uma fórmula ideal e orientada a atender as necessidades do produto jornalístico noticioso (JAMIESON, 1988).

Não só a personalidade do político vai se adequar a este novo momento, mas também há transformação no papel dos partidos, que passam a se focar nas estratégias de campanhas para chegar e se manter no poder. Embora pareça haver perda de importância dos partidos no contexto em que a figura pessoal do político se sobressai, diminuindo o papel *ad intra* da articulação partidária, de maneira transformada as legendas passam a ser responsáveis por uma gestão de sua própria imagem e agenda temática. Ambas agora tratadas como produtos de *marketing*. Neste modo de atuar, contratam-se equipes profissionais de *marketing* político, compostas por especialistas em mercadologia, relações públicas, pesquisas de opinião e demais técnicas. Todos pensando e agindo para que partidos e seus respectivos candidatos possam se dirigir adequadamente e convencer o maior número possível de cidadãos nos seus mais diferentes estratos (SWANSON, 2004; LAVAREDA, 2009).

“A secularização da sociedade europeia [fenômeno também presente no caso brasileiro recente] foi acompanhada pela transformação da vida política [...]. Esta transformação envolve o declínio dos partidos de massa, ideologicamente identificados e suportados por grupos sociais distintos, e no seu lugar foram colocados partidos profissionais especialistas em ganhar eleições, orientados primariamente não na representação de um grupo ou ideologia, mas na conquista eleitoral de fatias de mercado” (HALLIN E MANCINI, 2004, p.30). [Comentários nossos].

Há cientistas políticos que avaliam esta transformação como uma efetividade em conquistar e manter o poder. No cenário de crescente profissionalização, torna-se tarefa dos partidos a tentativa de estabelecer uma agenda de temas relevantes para públicos difusos. Consideram-se os objetivos de manter o partido no poder ou desafiar o grupo opositor então mandatário. Neste sentido, para além de municiar seus correligionários com pautas atuais ou desafiar/apoiar os decisores, a função dos partidos é tentar convencer a esfera pública de que o direcionamento e a condução dos assuntos oferecidos pela legenda são condizentes com o lado mais correto e coerente das questões políticas (COOK, 2007). Ainda que tal agenda ao longo das últimas décadas tenha sofrido a transição da identidade partidária e compromissos de longo prazo para o relacionamento de curto prazo baseado na persuasão para momentos eleitorais específicos. Esta batalha tem duas frentes distintas, que se complementam na maior parte das vezes: convencer a opinião pública e direcionar o enquadramento da imprensa (SWANSON, 2004).

Desta forma, cabe aos partidos também traçar estratégias para chegar à opinião pública com a menor interferência possível, com a finalidade de persuadi-la. Isso corrobora a importância dos horários eleitorais gratuitos, dos debates políticos e das inserções curtas no

formato de comercial político ao longo da programação habitual dos meios de comunicação. Já que o público costuma confrontar as informações veiculadas pelos meios de comunicação com as propostas e assuntos de campanha apresentados por governos, candidatos, assim como observando as possibilidades de benefícios individuais ou para um grupo específico do qual faça parte. Razão porque as campanhas são importantes, pois servem como outra referência ao discurso midiático, ajudando o indivíduo a chegar a suas próprias conclusões (POPKIN, 1994). Graças à propaganda política, o eleitor pode estabelecer conexões entre assuntos e gabinetes, ações e candidatos (ou atuais ocupantes do cargo) e benefícios conquistados ou a serem trazidos num panorama futuro (FIGUEIREDO ET AL, 2000).

No trato com a imprensa, não há qualquer garantia de que a estratégia do partido vai ser bem-sucedida. Muitas vezes fatos inesperados, eventualidades e o próprio cinismo alimentado (papel de *cão-de-guarda* da imprensa) podem levar a cobertura a uma abordagem reduzida ou, no limite, negativa, desviando a intenção inicial partidária ao propor certa agenda. Há situações que irrompem e obrigam a uma cobertura mais ostensiva sobre como os centros de decisão política se articulam. Ainda que os jornalistas sofram limitações nas possibilidades de cobertura por conta de linhas editoriais institucionalmente delineadas, pelo zelo de preservar suas fontes ou pelo próprio prestígio de continuar a circular internamente nos círculos de poder. É neste momento que escândalos entram na agenda da imprensa e se tornam parte da própria política. Os jornalistas são potencialmente contestadores do *status quo*, desde que uma história política se delineie muito claramente a ponto de permitir explicar de forma ilustrativa como o poder se articula e funciona (SCHUDSON, 2007).

Aos partidos também cabe o papel de institucionalmente produzir mensagens e pautas que enfraqueçam a oposição, prática esta que tem a sua faceta mais exacerbada na configuração do escândalo público midiático. O escândalo é um instrumento possível neste cenário de questionar a legitimidade de um posicionamento político explícito. O escândalo midiático vai para além do escândalo tradicional. O tradicional se foca na questão do delito que leva à quebra da confiança e da reputação numa esfera muito limitada (da família e/ou dos grupos sociais). O escândalo midiático depende de eventos que sejam passíveis de tratamento da imprensa. Fatores que facilitam a cobertura do escândalo são a crescente visibilidade dos líderes políticos, as mudanças nas tecnologias de comunicação e de vigilância, as mudanças nas culturas jornalística e política e um crescente interesse e regulamentação da vida pública política (THOMPSON, 2002).

Daí que para o escândalo ser tratado como objeto jornalístico precisa ter uma estrutura temporal fácil de ser traçada, uma seqüência distinta de acontecimentos, evidências reais

como provas e documentos, assim como instituições e agentes implicados. Não por acaso, todos estes elementos tornam-se material frequente nas centenas de ‘dossiês’ que vazam para a imprensa regularmente. Na esteira do escândalo, comunicam-se como fatos mais graves as transgressões dos valores, das normas ou dos códigos morais. Fatos que comprovam como personagens e organizações se comportam nos bastidores (*ad intra*), naquele espaço da vida política pouco visível para a sociedade (THOMPSON, 2002).

Verifica-se, portanto, nos planos institucional, representacional e nas formas de interação, ainda pensando no modelo tradicional de esfera pública, que há uma imbricada rede de atores e arranjos cujos resultados de seus relacionamentos influenciam e sofrem influências em diferentes frentes. Destacando-se um esforço de cada qual em ganhar legitimidade e ter a versão socialmente mais aceita. Neste ambiente, considera-se que o fluxo de comunicação idealmente parte de maneira centralizada das instituições e meios de comunicação para o público. E a capacidade de gerar retorno restringe-se a modelos relativamente fixos de ouvir o que o público interpreta. É exatamente no potencial de reequilibrar e inverter este fluxo comunicativo que reside o otimismo com a emergência das redes TIC.

Pela primeira vez no contexto midiático a base social pode retornar para o emissor qual é sua visão sobre a vida política e as decisões de governo, agindo mesmo a partir desta tomada de consciência. Um convite ao então passivo consumidor de mensagens a se transformar em um produtor de conteúdo. Duas décadas depois, vale a pena analisar os ganhos e as perdas traçando um mapa atual a ponto de entender o que, afinal, pode ser verificado como hábitos consolidados na prática discursiva do uso da rede mundial de computadores e seus efeitos na democracia.

Para a pesquisa empreendida, interessa verificar até que ponto o público entrevistado reconhece e acredita nos atores da esfera pública política nos seus aspectos institucionais, representacionais e nas suas formas de interação, buscando identificar se há uma visão positiva ou cética sobre eles. O que ajuda a explicar se os meios de comunicação TIC são empregados neste contexto como espaço de contestação. Outra possibilidade é que o público perceba as ferramentas TIC como um elemento que dá continuidade ao processo tradicional no qual a comunicação pela rede mundial de computadores reforça práticas tradicionais da política, entranhadas no modelo massivo acima descrito. Uma terceira possibilidade de análise é que se verifique no público a percepção de que arranjos entre modelos tradicionais e inovadores tomam forma a depender dos assuntos e dos contextos que se apresentam. Todas essas possibilidades são testadas no questionário aplicado em campo.

2 CONCEITOS FUNDAMENTAIS DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Torna-se interessante analisar de que forma as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são apropriadas socialmente e como condicionam arranjos e práticas institucionais. Agora que já está mapeada a discussão atual sobre os modelos democráticos existentes, anteriores e externos à rede mundial de computadores, nas relações que os diferentes atores da esfera pública passam a fazer ao se apropriar culturalmente de tal tecnicidade. Interessa questionar se os usos da internet chegam a formar uma nova esfera de comunicação política, ainda mais aprofundada. Para isso, são trazidos os achados de pesquisas que refletem sobre o espaço público que se manifesta nas redes digitais, com ênfase na internet, fazendo uma breve síntese de suas defesas e críticas.

A pesquisa bibliográfica mostra que há uma multiplicidade de campos que refletem sobre democracia que contribuem para pensar o fenômeno da sociedade em rede e a inserção das TIC neste contexto. Percebe-se uma variação de matizes com abordagens mais tecnicistas até correntes com perspectivas mais culturalistas.

No campo da política, os debates travados sobre a incorporação das TIC preocupam-se prioritariamente com as questões ligadas à ampliação (ou não) da participação da sociedade civil no processo de decisão democrática. Observam-se seus efeitos na estrutura das instituições, nas representações midiáticas e nas formas de interação entre indivíduos e grupos, com destaque para a possibilidade do emprego das ferramentas TIC para informação, engajamento e mobilização. Sem abandonar a perspectiva dos arranjos que ora colaboram ora constroem o potencial da Internet, o que coloca tais correntes numa perspectiva mais crítica e questionadora.

Em outro flanco, há correntes que admitem que no cenário atual as ferramentas de comunicação oferecidas pelas redes telemáticas, apropriadas por cidadãos engajados e interessados, facilitam o trabalho de circulação de ideias entre pares. O que torna mais conveniente e menos custoso o esforço de se coordenar ações voltadas a interesses específicos (CASTELLS, 2003). Atualmente, o desafio é manter o fluxo de informação relevante e atraente o suficiente para que um número significativo de indivíduos decida aderir e permaneça a ele alinhado ao longo do tempo. O que confere legitimidade àquele movimento. A tarefa de coordenação, por seu turno, tornou-se mais dinâmica e menos dispendiosa a partir da comunicação mediada pelas TIC (CASTELLS, 2003; BENKLER, 2006; SHIRKY, 2008).

Uma revisão sobre os prós e contras ajuda a esclarecer o debate, servindo como parâmetro importante para os testes de opinião a serem organizados na fase de campo desta dissertação.

2.1 Ruptura ou transformação? Do *broadcast* massivo à rede conectada de equipamentos TIC

O debate entre os meios tradicionais de comunicação de massa e a internet usualmente tem sido desenvolvido numa perspectiva contraditória. Os meios tradicionais são vistos sob o modelo de um polo produtor centralizado emitindo conteúdos para uma massa difusa de receptores. Em contraposição, a internet apresenta-se como um espaço de produção equilibrada (ao menos idealmente) e segmentada de conteúdo tanto por parte dos emissores quanto dos próprios receptores (LÉVY, 1998; WOLTON, 2007).

A premissa que suporta a visão antagônica e de ruptura entre as formas de produzir e consumir dos meios tradicionais e da internet toma dois caminhos distintos. Um diz que a centralização dos meios massivos serve a propósitos específicos dos poucos que detêm o controle da produção, ou da sua regulação. Enquanto outra corrente situa a internet como mídia revolucionária colocada ao alcance do cidadão comum como uma ferramenta cuja produção barata e descentralizada permite emergir iniciativas em um novo sentido do fluxo de comunicação, seja com o propósito de cooperar, opor ou resistir.

A discussão oscila entre ruptura ou continuidade do agir comunicativo com o advento da comunicação em rede mediada pelas TIC. A linha que defende o processo de ruptura com a comunicação tradicional observa que a lógica da transmissão dará lugar à do banco de dados. Ao invés de um determinado veículo controlar os horários da audiência impondo sua grade de programação, conteúdos estarão à disposição do público que irá acessá-los de acordo com os próprios interesses, em datas e horários mais convenientes para cada indivíduo. Corrente fortemente representada pelos pensadores que observam a realidade norte-americana, marcada pelo declínio dos canais tradicionais de transmissão aberta para a TV a cabo, esta maneira *prêt-à-porter* de consumir conteúdo sob demanda coloca em xeque o modelo *broadcast* transmissionista tradicional. Segundo esta vertente, provavelmente a transmissão só continuará a existir para os eventos transmitidos ao vivo. Aposta-se na implosão do sistema tradicional de mídias, com a fragmentação da audiência. Permitindo que diferentes conteúdos fiquem disponíveis no ciberespaço. O conteúdo se dispersa ao longo do horário e quem passa a montar o cardápio de conteúdo é o consumidor. Muda a lógica de polarização do horário

nobre (*prime time*) em detrimento de uma programação gerada pelo interesse dos indivíduos por conteúdos específicos (JOHNSON, 2003; JENKINS, 2009; SHIRKY, 2008 e 2010).

Outra corrente, esta com participação de analistas europeus, pensa o fenômeno de forma contrária. Admitindo que os meios de comunicação tradicionais já demarcaram seus espaços nos hábitos culturais das audiências, a emergência do novo meio de comunicação talvez não tenha o efeito de torná-los obsoletos, mas sim de transformar as suas fraquezas (o baixo poder de *feedback*, por exemplo) em novas bases de comunicação. Esta corrente observa especialmente os valores que os meios massivos trazem para a circulação pública da informação em caráter abrangente, com ênfase na popularização do audiovisual. O que dá para a sociedade uma visão mais geral e abrangente dos sentimentos compartilhados pelo povo nos mais diferentes estratos sociais. Caberia aos meios massivos o papel de dar uma visão do conjunto e da multiplicidade dos temas circulantes. Enquanto os meios segmentados, apoiados no acesso pelo interesse, teriam o caráter fragmentador da audiência. As observações desta corrente mostram que no momento atual parte considerável do que circula pela rede de computadores ainda depende dos *inputs* gerados pelos meios tradicionais. A exemplo dos sucessos que reúnem grandes audiências na Internet dependerem da mídia tradicional, quando não são feitos por especialistas que dominam a técnica comunicativa oriunda daqueles meios. Estas constatações também se dão considerando o aspecto prático de que os meios tradicionais, embora imersos numa espécie de crise de valores com a comunicação ‘muitos-muitos’, possuem capacidade econômica de se adaptarem às novas demandas. Que são mais complementares do que necessariamente concorrentes entre os modelos tradicionais e TIC (WOLTON, 2007; JENKINS, 2009).

Assim, embora os meios tradicionais passem atualmente por uma fase de reposicionamento, ao contrário de estarem colocados em perspectiva contraditória, há indícios de que os usos e as apropriações das ferramentas da internet são influenciados decisivamente pela agenda midiática tradicional em um vetor de continuidade (PRUDÊNCIO, 2009; ORTIZ, 2011). Mais do que encarar a emergência da internet como fenômeno de criação de espaço midiático independente, constata-se que as práticas dos meios tradicionais de comunicação de massa se espalham também na rede mundial de computadores. Se a liberdade de criação propiciada pela internet é verificável, colocando nas mãos do então receptor a possibilidade de elaborar os seus próprios conteúdos, verifica-se que boa parte desta construção se dá a partir de uma agenda de interesses iniciada e alimentada pelos meios tradicionais. O que resulta em movimento favorável ou de contestação daquilo que já está presente na mídia ampla.

Por esta razão, é traçado o mapa conceitual que aborda o fenômeno das mudanças técnicas e culturais potencializadas pelas TIC. Mudanças que, por um lado, apropriam-se de valores e práticas consagrados dos meios de comunicação massivos. E, por outro lado, oferecem ferramentas que transformam o agir comunicativo, gerando novas propostas de comunicação entre indivíduos e grupos. O interesse é situar a discussão tanto no campo restrito da comunicação política, como também na perspectiva abrangente de outras correntes teóricas que analisam o fenômeno da transformação das habilidades cognitivas a partir da interação humana com os diversos objetos técnicos ligados em redes telemáticas. Embora as defesas destes segmentos não se restrinjam à aplicação apenas no campo da comunicação política, há valores políticos permeados nos hábitos e atitudes que se desenvolvem nos indivíduos imersos neste ecossistema informativo que ajudam a entender alguns dos achados refletidos ao longo deste trabalho.

2.1.1 Comunicação de massa e mediação política

Entende-se que as práticas consagradas do fazer comunicativo dos meios de massa tradicionais têm servido como base para o desenvolvimento das TIC nos primeiros passos desta nova mídia. Faz-se necessário, então, abordar alguns valores permeados em ambos os espaços até o presente momento. Assim, trava-se uma discussão acerca dos elementos da mídia tradicional (TV, rádio, impressos) com suas contribuições aplicadas à comunicação política no contexto da esfera pública. E posteriormente se analisa como tecnicamente as TIC fazem convergir sob uma mesma plataforma todos os meios tradicionais. Enquanto condiciona em paralelo o surgimento de novas ferramentas e manifestações de comunicação.

É importante lembrar que a gestão do Estado e da política se tornou complexa e a sociedade contemporânea demanda um sistema profissional de representação e de administração da máquina pública. À medida que as sociedades crescem, a relação com o poder público se torna mais distante e burocratizada. Neste contexto de distanciamento entre o Estado e a sociedade é que os meios de comunicação encontram a sua função. O trabalho de mediação tem o mérito de fazer circular informações sobre o que acontece no centro do poder e a interpretação sobre o que tais decisões acarretam para a sociedade (POPKIN, 1994; BARBERO, 1997).

Dentro do conceito de esfera pública, os meios de comunicação de massa apresentam-se como ator ao fazer circular as informações. De parte do cidadão, existe um circuito de verificação e confrontação nos níveis intra e interpessoal que leva o indivíduo a refletir e a tirar conclusões após receber mensagens e interpretações da mídia. Os meios de comunicação

de massa se tornam efetivos ao oferecer comodidade e conveniência para o cidadão seguir a etapa de obtenção de informações e análises iniciais sobre os fenômenos políticos da atualidade. A pauta política apresentada pela imprensa é o ponto de partida para a agenda de interesses do cidadão (ALDÉ, 2004; COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Castells (2011) ainda assim enxerga no atual papel dos meios de comunicação tradicionais um dos pilares do poder político, embora reconheça que nem tudo está no controle dos meios massivos:

“É por isso que o controle da informação e da comunicação foi sempre a forma fundamental de exercício do poder. O controle dos governos, das grandes empresas midiáticas – esta é a forma essencial. E por isso a política transformou-se, hoje, em algo midiático. O que não existe nos meios, não chega aos cidadãos – e, portanto, não existe. Aliás, o mais importante da política midiática não é tanto o que dizem os meios, mas o que eles ocultam: a ausência de mensagens, opiniões e alternativas”. (CASTELLS, 2011, extraído do Internetsite www.nosdacomunicacao.com, hospedado em 25/7/2011, acessível em http://www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G)

Até aqui, defende-se que o modelo de democracia liberal é o que mais adequadamente propicia a liberdade de atuação dos meios de comunicação de massa. Até mesmo na cobertura do escândalo, o limite máximo da cobertura midiática (THOMPSON, 2002). É dentro deste modelo de democracia que a imprensa pode (pelos menos idealmente) desenvolver o seu trabalho sem sanções governamentais ou de círculos sociais próximos do poder.

No contexto democrático-liberal predominante verifica-se uma tendência transnacional de produção e tratamento do conteúdo sobre política em países com sistemas avançados de mídia, cujo *savoir-faire* vai sofrer forte influência das práticas de produção norte-americanas. Guardadas variações entre um país e outro, esta forma de produção de conteúdo apresenta um conjunto de categorias recorrentes, que permitem identificar a influência dos meios de comunicação na definição da agenda política na esfera pública, contribuindo consideravelmente no debate e percepção públicos.

Como atributos de um sistema avançado de mídia, destacam-se o paradigma comercial como fator de proliferação de meios massivos; a abordagem dos assuntos sob um viés editorial voltado para o entretenimento; a adequação da figura do político e dos eventos públicos para a cobertura midiática dos assuntos; o antagonismo crescente entre jornalistas e políticos; o cinismo recorrente do público em relação à política graças à visão dos jornalistas e comentaristas que prevalece nos enquadramentos dados pelos conteúdos. Este panorama tende

a resultar em apatia e ceticismo a respeito dos políticos e governantes, uma das fontes do comportamento ‘libertarianista’ de refutação do poder institucionalizado formal que cresce recentemente (SWANSON, 2004).

Quanto à influência dos agentes midiáticos, os fatores que levam à mudança de percepção no seio da sociedade são: a garantia da infraestrutura técnica de recepção da informação e integridade da mensagem; a compreensão do público; a relevância para entender e ajudar a avaliar políticas públicas; o conflito cognitivo com crenças passadas a ponto de desequilibrar certezas no público; a credibilidade do ponto de vista do emissor credenciado desta informação. Neste rol, destacam-se os *experts* (especialistas convidados pela mídia) e comentaristas políticos. Ambos com forte capacidade de influência na mudança de paradigma da opinião pública, chegando a gozar de maior credibilidade do que até mesmo os grupos de interesse (PAGE, SHAPIRO E DEMPSEY, 2007).

Considerando o destaque que o discurso midiático adquire contemporaneamente, o comportamento da mídia em relação ao universo político é descrito por seu papel de ‘cão-de-guarda’ (*watchdog role*). Prioritariamente exercido pela imprensa ao acompanhar governantes ou agentes públicos, mesmo com as eventuais situações que podem limitar a variedade de opiniões dentro da mídia (dependência de fontes oficiais; código profissional fisiologista, proveniência social e alienação dos jornalistas sobre os diversos grupos sociais que cobrem, entre outros fatores). Ainda assim, como abordado anteriormente, os eventos, o imprevisto, o conflito e o diverso têm potencial de acontecer, vazando dos círculos fechados (*ad intra*) e abrindo espaço para divulgação jornalística de fatos relevantes (BENETT E LERRIN, 2004; SCHUDSON, 2007; PATTERSON, 2007; COOK, 2007; FARNSWORTH E LICHTER, 2007).

Afinal, um complexo sistema político pré-internet se impõe como referencial para discutir um modelo de democracia na internet. O trabalho desta pesquisa é buscar responder, em parte, o quanto desta *e-democracia* pode ser formal e informalmente percebida no segmento jovem de público estudado.

2.1.1.1 Comunicação de massa e competição política

Especificamente nos certames eleitorais, observando-se a atuação da imprensa, alguns autores vão defender que se trata de uma instituição ‘fora dos moldes’. A constatação decorre da impossibilidade por parte dos meios de comunicação de massa de atuar durante as campanhas eleitorais como instituições voltadas a organizar a opinião pública em torno dos candidatos. O interesse e a visão dos meios de comunicação nem sempre são os mesmos da

esfera civil. Interessa à imprensa prioritariamente a geração do material jornalístico como, por exemplo, captar o fato novo e fora do comum, que possa ser retratado na linguagem de cada meio sob seus aspectos e enfoques. As agendas de interesse pelos mais variados temas da esfera pública e dos meios de comunicação não necessariamente convergem (PATTERSON, 2007).

Quando se espera que os meios de comunicação estabeleçam a agenda pública de debates políticos, percebe-se que os elementos noticiosos retratados estão mais relacionados aos enquadramentos que alimentam os próprios meios com fatos novos. Ao contrário de combinar com as necessidades da sociedade na formação de sua opinião. Neste sentido, um processo de definição de temas de campanha por parte dos meios de comunicação é limitador do debate público. A mídia estabelece uma agenda voltada para abastecê-la com matéria-prima (imagens, declarações e reações). Por conseguinte, o curso deste processo mostra que candidatos e partidos se esforçam para atender os requisitos midiáticos enquadrando-se de maneira dramatizada e espetacular. Enfoques de potenciais candidatos e propostas são em consequência feitos pelos meios de comunicação. Temas importantes são redefinidos pelo que possa surgir de mais espetacular. A tradução é feita para o público, com a possibilidade de geração de novos enquadramentos, iniciando o processo novamente (PATTERSON, 2007).

Neste cenário, análises comparativas em processos políticos apontam para a proeminência da televisão como o mais importante meio de comunicação massiva. É ali que a lógica do espetáculo se estabelece. A cobertura e o alcance da televisão são fundamentais para também consolidá-la como o meio mais influente de comunicação política dentro do contexto liberal de democracia. Aliado a isso, ainda há o próprio trabalho jornalístico em traduzir o que os assuntos complicados dos bastidores políticos significam e podem afetar o cotidiano social (POPKIN, 1994). Há de se destacar, ainda, que em países em desenvolvimento a televisão (assim como o rádio), contribui no trabalho de comunicação informando e traduzindo conceitos de forma audiovisual para uma parcela da população analfabeta.

Tendo por base a linha de análise dos efeitos no médio e no longo prazo, os meios de comunicação de massa participam na formação da opinião pública à medida que dão ao indivíduo uma ideia do que pensa o restante da coletividade sobre um dado tema. Este interesse em conhecer e se adequar ao sistema de valores socialmente aceito faz com que o indivíduo corrobore suas crenças, mude seu pensamento para se adaptar ao grupo, ou simplesmente se exima de emitir sua real opinião (conceito da espiral do silêncio). Tal comportamento parte da premissa de que o indivíduo tenta evitar divergências que possam isolá-lo da coletividade. O exercício de comparar as opiniões próprias com aquilo que o

restante da sociedade deve pensar sobre um tema condiciona um clima de opinião, que se manifesta em situações e momentos específicos. (NOELLE-NEUMANN, 1981).

Como desdobramento do clima de opinião, há uma série de proposições feitas pela hipótese do *agenda-setting* (WOLF, 1995). Trata-se da capacidade dos meios massivos de formarem o cardápio de temas de interesse da sociedade, dando-se a partir de elementos como acumulação, consonância, onipresença, relevância, quadro temporal, intervalo de tempo, centralidade, tematização, saliência e focalização (BARROS FILHO, 1995).

No campo da política, no momento em que as informações geradas pelos profissionais e especialistas circulam e são recebidas pela opinião pública, há um processo de confrontação com os enquadramentos da imprensa. Sendo tais quadros de referência em seguida verificados, debatidos e confrontados em maior ou menor profundidade a partir da visão de mundo que o indivíduo tem. O que por sua vez também se abastece de informações na sua relação no seio dos grupos primários (família, amigos) e secundários (escola, igreja, trabalho, clubes, grupos sociais, sindicatos, partidos etc.). Então, chega-se a uma conclusão, sendo neste nível que se verifica a efetividade do discurso de governantes, partidos, candidatos e da própria mídia.

Apoiados nas informações circulantes, os indivíduos processam no nível individual, refletem sobre temas e personalidades, baseando-se em atalhos cognitivos para explicar a realidade. Uma operação de economia de esforço já que o assunto político tem baixo interesse por parte do cidadão médio (POPKIN, 1994; GOMES, 2005). Daí que votar seja considerado um processo de escolhas em etapas, no qual o voto é uma espécie de investimento baseado em informações incompletas e imperfeitas. Elementos que tradicionalmente são apontados como influenciadores no processo de interpretação de campanhas políticas no nível individual são: a identificação partidária; os ruídos na percepção; os contatos com outros indivíduos dos grupos sociais; a exposição aos argumentos da mídia; as convicções prévias; os símbolos ligados a um candidato ou coligação; as conexões (muitas vezes enviesadas) entre ações passadas do governo e seus benefícios concretos; assim como o significado do apoio de outras lideranças – políticas ou não – a dada candidatura ou coligação partidária (POPKIN, 1994).

É por essa razão que campanhas políticas desempenham um papel importante nas corridas eleitorais. Uma vez que o conteúdo jornalístico massivo não é o único disponível, a propaganda eleitoral torna-se um meio de apresentar diretamente interpretações e mensagens, sem o filtro dos veículos noticiosos. Uma campanha elaborada de forma consistente, cujos partidos e seus candidato tragam avaliações positivas no seio da opinião pública tem condições de até mesmo inverterem o fluxo de comunicação. E altera um quadro de

referências na própria imprensa, apresentando evidências sobre um tema, mostrando as conexões entre o governo e um resultado social específico ou simplesmente marcando diferentes visões sobre temas.

No plano individual, o que se busca é a construção da imagem do postulante e do partido para que haja identificação do eleitor, desenvolvendo uma relação de confiança. Então, é dada ênfase nas qualidades pessoais do candidato e seus aliados, na sua associação com valores ou símbolos compartilhados por aquele grupo social e na apresentação de realizações passadas como prova de capacidade de realização (FIGUEIREDO ET AL., 2004). No processo de coleta de informação, o indivíduo reflete sobre as informações que recebe no cotidiano e os aprendizados que acumula, cruzando-os em seguida com os fatos que o afetam no dia a dia. Então, retém seletivamente aquilo que é mais relevante, formando posteriormente um enquadramento próprio sobre tal tema político. Estabelecido este enquadramento, personalidades, propostas e movimentos passam inicialmente por este filtro pessoal, que serve como uma espécie de molde que facilita a tarefa de interpretar os fatos. Mesmo o cidadão de nível educacional mais elevado tem dificuldade em manter um conhecimento aprofundado das questões políticas. Empiricamente, constata-se que quanto maior o nível educacional, mais ampla é a agenda de interesses deste cidadão, tornando-o mais atento a certos assuntos em um momento específico da vida pública (GRABER, 2007).

Já no aprendizado com processos eleitorais, o indivíduo vai confrontar suas experiências passadas, o cotidiano atual na vida privada e em grupo, o que a mídia apresenta sobre temas e candidatos, além do conteúdo dos próprios partidos. Trata-se de uma tarefa com maior ou menor grau de refinamento e acuracidade para obter, avaliar e armazenar informações que sejam relevantes para ajudar a definir o voto (ALDÉ, 2004).

2.1.1.2 Comunicação social em transformação

A análise precedente tem por objetivo apresentar conceitos consagrados dos meios tradicionais de comunicação trazidos desde a segunda metade do século XX. Contemporaneamente ainda são práticas disponíveis para o processo de remediação no espaço das TIC. Nos primórdios da comunicação mediada pelas redes telemáticas, percebia-se que muitas das práticas dos outros meios tradicionais eram utilizadas no novo meio. ‘Remediação’ (BOLTER e GRUSIN, 1998) é o termo utilizado para descrever a passagem da linguagem de um meio já consolidado para outro novo. A primeira fase da internet, por exemplo, foi caracterizada pela linguagem textual tomada de empréstimo dos periódicos e revistas. Enquanto atualmente se inaugura uma segunda fase com maior capacidade de transporte de

dados para imagens e sons, servindo a produção televisiva e de games como referência. A tendência é que a remediação aconteça até que o meio se consolide e desenvolva sua linguagem distintiva própria.

Nesta breve revisão sobre os meios de comunicação de massa como ator na conformação da opinião pública, entende-se que há efeitos importantes de longo prazo no processo de avaliação política da esfera pública, mas refuta-se a hipótese de que influenciam absoluta e decisivamente a sociedade sem que outros filtros de caracteres sociais e individuais de toda ordem também participem do processo (BARBERO, 1997). Seguindo as linhas de estudo que se notabilizaram a partir dos anos 1960, nesta proposta de pesquisa acredita-se que há operações mais complexas nos níveis primários (família, amigos) e secundários (escola, igreja, trabalho etc.) nos quais os indivíduos trocam informações, debatem, influenciam e sofrem influências. De forma que existem variados passos na aquisição da informação e processo de conclusão que ora coadunam ora se chocam com os valores difundidos pelos meios massivos. Assim, os estudos de recepção podem contribuir positivamente para entender como se processam as mensagens veiculadas na esfera pública, sejam elas difundidas pela imprensa ou mesmo pelos demais agentes políticos.

Com as teorias analisadas, já é possível tratar o tema de como as características da democracia e um fazer consagrado pelos meios tradicionais de comunicação migram para as redes TIC. O que possibilita arranjos diferentes entre os atores da esfera pública ou condicionando a ação de novos entrantes no jogo político. Levantando-se inclusive a polêmica se o espaço criado pela rede mundial de comunicação pode, de fato, ser considerado como uma esfera pública. Caso positivo, vale conferir como ela se conforma. Caso negativo, torna-se fundamental explicar em que bases as hipóteses para refutar a tese de que uma esfera pública se torna aparente neste ambiente midiático.

2.2 A democracia transportada para o espaço da rede mundial conectada

E o que se constata da política quando levada para o espaço ampliado das redes telemáticas conectadas? Em especial considerando-se valores e práticas democráticos, o que afinal caracteriza a *e-democracia*? E qual é o alcance das redes TIC na conformação da esfera pública atual?

Como discutido anteriormente, os laços de afinidade do indivíduo médio com os assuntos políticos se dão sob a perspectiva da crescente especialização e valorização do papel institucional. O que afasta o cidadão dos assuntos públicos e alimenta o ceticismo não somente em relação ao agente político como também no modelo representativo que se

restringe à celebração do voto. Razão pela qual se verifica um baixo interesse pela política como um elemento de conexão. Analisando esta perspectiva, COLEMAN (2005) defende que o sentimento de estar conectado politicamente relaciona-se a noções como presença democrática, reciprocidade e respeito. Características que extrapolam o cálculo utilitário do sujeito atomizado posicionado pelos seus interesses particulares diretos. O contexto atual apresenta um indivíduo com baixa afinidade (ou fraca conexão) não somente quanto aos assuntos eleitorais, mas também em relação à cultura cívica na sua acepção mais ampla. O modelo de representatividade institucional contemporâneo parece enfraquecer a conexão política. É importante perceber este contexto para entender as expectativas com a adoção da comunicação mediada pelas redes de computadores nos debates sobre as transformações dos modelos de democracia.

Ao mesmo tempo, presencia-se a consolidação de um espaço comunicativo conectado por uma infraestrutura global de informação. Notadamente com a internet, que se diferencia das demais mídias existentes justamente pelo seu caráter convergente e inclusivo. Servindo mais como uma plataforma que também as incorpora com textos, sons e imagens, mas que guarda diferenças importantes. Tais como o uso ativo por parte do consumidor do conteúdo, que idealmente ‘garimpa’ pela rede em busca da informação de seu interesse. Livre da restrição da instantaneidade do modelo transmissionista (*broadcast*), este indivíduo pode refletir sobre o conteúdo que recebe de forma mais aprofundada. Respondendo de maneira assíncrona e ainda assim válida para a riqueza de visões (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Esta opinião fica armazenada no repositório que forma a memória das redes TIC. Assim como as fontes oficiais ou oficiosas de qualquer assunto permanecem perenes *online*. O que diminui o custo econômico de busca, acesso aos dados e produção de informação (COLEMAN E BLUMLER, 2009). De igual forma, o caráter distribuído da rede torna as ferramentas TIC cada vez mais baratas à medida que mais indivíduos aderem aos sistemas de informação, o que também faz parte da convergência técnica ao incorporar as ferramentas de comunicação individual (telefone, carta, traduzidas no e-mail, por exemplo) que eram distintas daquelas usadas pelos meios de comunicação de massa (SHIRKY, 2008 e 2010; BENKLER, 2006). Todos estes diferenciais representam possibilidades positivas para ampliar a cultura da comunicação política a partir da mudança econômica de produção e emissão de conteúdos. O que era tecnicamente caro e especializado, tornou-se amigável e não-especializado, se não comparável em qualidade e acabamento, ao menos informativo e presente, preceitos altamente valorizados por certas correntes da democracia ao fazer circular

a opinião. É possível perceber uma circulação mais ampla e inclusiva, o que não impede que os embates que evidenciam os dilemas democráticos sejam retomados.

“Na medida em que há uma mudança organizativa e tecnológica no entorno da comunicação, mudam também os processos de comunicação, e como consequência as relações de poder. Qual a mudança fundamental que temos observado nos últimos anos? É a passagem de um sistema totalmente dominado pela comunicação de massas, e centrado nos meios de comunicação de massas, para um sistema que chamo de autocomunicação de massas, através da internet. [...] Por autocomunicação de massas podemos entender a capacidade de cada pessoa para emitir suas mensagens, selecionar as que quer receber e organizar suas próprias redes – nas quais os conteúdos, as formas e os participantes são definidos de forma autônoma. É claro que isso acontece em um cenário dominado por grandes empresas de comunicação e pelas empresas de internet. Porém, dentro desse espaço existem possibilidades infinitamente maiores que havia no espaço tradicional dos meios de comunicação de massa. Podem-se organizar redes horizontais de comunicação interativa, que chegam à sociedade através de pessoas, interesses, valores e grupos sociais não representados pelos sistemas corporativos de poder. Em consequência, ampliou-se extraordinariamente o espaço para a comunicação conflitiva e, portanto, o espaço de autorrepresentação das pessoas na sociedade”. (CASTELLS, 2011. Extraído do *Internetsite* www.nosdacomunicacao.com, hospedado 25/7/2011, acessível www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G).

Coleman e Blumler (2009) identificam o contexto atual como momento em que: as relações entre os cidadãos e os agentes públicos estão num fluxo de transformação; há um inevitável empobrecimento da comunicação política tradicional centrada no papel institucional do Estado, em função da mudança da infraestrutura do sistema de mídias; há a consolidação da mídia digital interativa com potencial para enriquecer a democracia, mas ainda assim vulnerável pela proeminência que o caráter comercial tem adquirido em detrimento da criação e consolidação de espaços de cultura cívica.

Na relação entre cidadãos e Estado, há a expectativa da esfera civil em ser mais ouvida nas decisões públicas. Para além daquilo que é feito nos momentos de celebração eleitoral, das pesquisas de opinião, das rotinas burocráticas, dos comitês interdepartamentais, entre outras ferramentas de organização institucional do ‘topo para a base’. Do lado dos governos, há o desafio de atender tais expectativas, criando canais de comunicação que organizem estas demandas. Mas especialmente que façam com que as complexas estruturas burocráticas se adaptem para cumprir a promessa de entregar melhores serviços e oferecer um ambiente institucional que acomode com equilíbrio todas as vozes do mosaico social.

2.2.1 Crise da comunicação política tradicional

Na questão que envolve o empobrecimento da comunicação política tradicional, a crise pode ser explicada em parte pela mudança do sistema de mídias. Os preceitos digitais

obrigam os próprios meios de comunicação tradicionais a se readaptarem para sobreviver à transformação tanto da tecnologia quanto do comportamento de consumo da audiência. Os resultados sobre uma comunicação ligada à cultura cívica ainda é incerta (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Da mesma forma que o caráter comercial alavanca a expansão de públicos no uso das redes TIC pelo viés do entretenimento e do consumo, as possibilidades de ampliação e aprofundamento da circulação de opinião na esfera pública é um elemento presente. Principalmente com as experiências inovadoras ligadas a valores não-tradicionais da democracia (CASTELLS, 2003).

Desafio será, portanto, identificar que valores democráticos emergem e a que modelos de democracia eles podem ser atribuídos. Ante um panorama no qual há mudanças de escala na questão da representação e das vozes circulantes. Tais mudanças são sentidas no crescente número de eleitores, partidos, segmentos de interesse, financiadores de campanhas, lobistas, meios de comunicação tradicionais e inovadores. Todos se apresentando como atores de uma esfera pública que anseia por mais participação e acesso. Exige maior transparência da gestão pública e garantia de liberdades individuais (MARQUES, 2011). Atores que parecem esperar, para além da celebração do voto, por relações políticas que sejam mais amplas, completas e empáticas, desenvolvidas sob outras formas, enfim, de mediação institucional.

Uma alternativa de analisar a política na rede telemática é observar os contornos da esfera civil que se revela no espaço das TIC. Dahlgren (2005) mostra que desde 1990 há uma tendência de declínio na percepção pública quanto à efetividade do processo democrático. Sobretudo em sociedades mais maduras, cuja proposta de representação e transparência, como abordado anteriormente, surge como um ponto de tensão entre as diversas correntes. Ao mesmo tempo, data de igual época o aumento do uso do espaço criado pelas redes telemáticas, observando-se os primeiros movimentos de consolidação de uma nova mídia. Por vezes em contraposição às práticas limitadoras (profissionais, técnicas e econômicas) dos meios massivos tradicionais.

A ponto de se acreditar, nos primórdios, em ruptura com os modelos consagrados pelas novas práticas e linguagens comunicativas. Esses dois movimentos que inicialmente não guardavam relação entre si acabaram por se entrelaçar em uma onda otimista no campo da comunicação política. Nem sempre com realizações verificáveis empiricamente. Daí que Dahlgren (2005) propõe que se analise a esfera pública transposta para o espaço das TIC sempre considerando um duplo caminho. De um lado, mirando-se estruturas, representações e modos de interação a partir de apropriações transformadoras nas práticas das instituições

tradicionais. De outro lado, analisando-se as práticas disruptivas provenientes de outros segmentos da esfera pública. Não necessariamente restritos aos grupos tradicionais e institucionalizados da política, mas atentos a ela no conceito mais amplo de ‘cultura cívica’.

Ao abordar numa perspectiva ampla as potencialidades da democracia digital, destacam-se duas correntes que procuram responder se a comunicação mediada por redes de computadores pode condicionar ou não um novo modelo de participação: ‘otimistas’ e ‘pessimistas’. Para os otimistas, a popularização da base de equipamentos conectados, a entrada maciça de parcelas cada vez maiores de estratos sociais mais pobres, a possibilidade de comunicação descentralizada do modelo tradicional ‘um-todos’, passando para modelos ‘um-muitos’ ou ‘muitos-muitos’ e a interação com pessoas geograficamente dispersas de uma maneira fácil e conveniente são argumentos que mostram que uma nova esfera social se forma em torno do aparato tecnológico das redes TIC (ZITTEL, 2004).

Na corrente oposta, pessimista, percebe-se esta *e-democracia* mais como uma forma de reforçar velhas estruturas da política tradicional do que transformar o fazer político. Retomando a discussão na própria matriz sobre democracia, o mérito da rede conectada em escala seria dar maior transparência no processo de decisão dos agentes públicos. Sem com isso abrir espaço para uma efetiva deliberação ampliada. Uma vez que o sistema necessita de uma organização mais centralizada em torno das instituições (ZITTEL, 2004). Ao invés de mais abertura e empatia, o que se estabelece são práticas de governo a partir de uma interface digital controlada pelo governo. Profissionalizada numa perspectiva do desempenho em serviços *online*, além de comunicação baseada em valores propagandísticos de dada administração. Estabelecendo comunicação direta com o cidadão de forma a evitar a mediação jornalística. De maneira que os canais Internet dos órgãos de governo incorporam valores da internet comercial, tais como responsividade imediata, apelo visual e textual baseados em estilos de vida e elementos de entretenimento como visitas virtuais, imagens de governantes. Todo um arsenal que reforça as posições de poder da elite política (CHADWICK, 2006).

Contemporaneamente há correntes que equilibram críticas e promessas tanto das correntes otimistas quanto das pessimistas. Em busca de um modelo que comporta igualmente as possibilidades ampliadas de comunicação horizontal de uma linha – preceito fundamental para maior participação – e as limitações de um projeto de ampla inclusão – dificilmente realizável do ponto de vista prático, amplo e plural de todos os segmentos sociais existentes.

Coleman e Blumler (2009) verificam que os movimentos que na internet são exemplos de que há um desinteresse pela política no seu aspecto institucional. Mas um

crescente estado de prontidão de indivíduos e grupos em relação a causas sociais. Assim, ao contrário de um indivíduo cínico e desinteressado, a comunicação que se estabelece via TIC tem revelado um indivíduo pronto para a ação. Desde que a causa seja suficientemente forte para mobilizá-lo. As redes telemáticas derrubam o custo econômico de adesão e facilitam o acompanhamento das informações. Proporcionando rápidas maneiras de entrar em ação fazendo circular as opiniões, naqueles casos em que opinar ajuda a pressionar os decisores públicos.

Ao contrário de apatia, cresce o questionamento aos modelos institucionalizados de democracia que preveem a participação do cidadão somente no momento eleitoral. Deixando-o sem voz nos demais espaços de decisão. Com esta visão, a adoção das TIC pode ser entendida como um processo de expressão que não substitui o espaço institucional. Mas o reforça a partir de novas práticas comunicativas com poder de influência nas escolhas públicas. A transformação das práticas institucionais com a mediação digital se dá na mudança de paradigmas ligados a distância geográfica, presença, conexão com outros movimentos políticos, diálogo e atuação. Os sentimentos que tornam a conectar o indivíduo aos laços políticos apontam na direção de valores de uma cultura cívica mais ampla. Caracterizada pelos pares ‘proximidade’ e ‘co-presença’; ‘mutualidade’ e ‘enredamento’; ‘coerência e diálogo’; ‘empatia’ e ‘comportamento atuante’ (COLEMAN, 2005).

O que revela a existência de duas linhas proeminentes a propor modelos democráticos no ambiente digital: as correntes ‘liberal’ e “participacionista”. Cada qual aponta caminhos distintos diante dos desafios que emergem da realidade da comunicação em rede, com suas peculiaridades quanto à percepção de democracia e participação:

“[...] ‘democracia digital’ usualmente [faz] referência a um montante muito amplo de experiências, iniciativas e práticas políticas relacionadas à ideia ou às instituições da democracia, na medida em que tais experiências iniciativas e práticas se apoiam em dispositivos, ferramentas e recursos das tecnologias digitais de comunicação e informação.” (GOMES, 2008).

Para os liberais, apoiados na tese libertária, a internet é um espaço que deve garantir a liberdade individual contra as investidas das corporações comerciais ou do próprio Estado (GOMES, 2008). Nesta perspectiva, a internet necessita de autonomia absoluta e liberdade civil total. Propiciando um foro aberto para o agrupamento, a expressão e a opinião. Contribui para isso o amplo alcance das ferramentas da Internet e a rede descentralizada e socialmente emergente dela decorrente, o anonimato do indivíduo e a possibilidade de interação

equilibrada ‘muitos-muitos’. Acreditando-se aqui na capacidade da própria base social em gerar uma norma que regule este ambiente.

Já a corrente participacionista preceitua que a internet é um espaço para colocar o cidadão como um elemento atuante nas decisões políticas. As questões colocadas em evidência são a participação e o engajamento. Graças à comunicação direta e equilibrada em rede, já não seria mais necessária a mediação do elemento político e demais *gatekeepers* (órgãos do poder público, partidos políticos, empresas, entidades de representação, imprensa) na relação entre sociedade e Estado. A visão otimista desta linha arrefeceu ao longo de mais de uma década de experiências com a internet. Ao contrário de uma participação ampliada da sociedade civil, o que se constata é que o cidadão apresenta baixo interesse pelos assuntos políticos. Nota-se um predomínio de atores sociais já relacionados à política fora da rede de computadores que utilizam o espaço como mais uma ferramenta do fazer político tradicional (HINDMAN, 2009).

A mesma constatação é feita por Chadwick (2006), ao identificar que muitas das experiências deliberativas falham por motivos como projetos mal dimensionados financeiramente, expectativas irrealistas, tecnologias inapropriadas, disputas internas e falta de clareza de objetivos. Assim como a baixa capacidade de gerar senso de pertencimento, o que se constata em comunidades geograficamente próximas e regularmente reunidas. O desafio vai para além de oferecer as ferramentas TIC, mas também gerar os laços de capital social que fazem os grupos de interesse funcionar.

O que se conclui do embate entre as duas linhas, portanto, é que a própria percepção do que vem a ser “democracia digital” é precedido por uma matriz teórica do modelo democrático tradicional. Considerando-se a participação e o processo mais adequado para realizá-la. Para uns, seria inviável administrar a máquina pública a partir de uma deliberação em rede, sobretudo pela complexidade de se organizar o interesse público em relação a todos os temas com a profundidade que o fazer político profissional requer (NORRIS, 2001), restando à internet o papel de dar transparência ao trato das decisões públicas; enquanto para outros (GOMES, 2008), é possível estimular maior envolvimento da sociedade civil nas decisões do Estado.

Ainda na tarefa de definir democracia digital, outra possibilidade de análise sobre as teorias normativas de internet é feita por Zittel (2004), que apresenta três dimensões distintas que definem modelos de democracias digitais em níveis distintos: a jurisdicional, a decisional e a representacional. A dimensão jurisdicional baseia-se na probabilidade de as decisões serem tomadas coletivamente ou por um ator social autônomo. Daí decorrendo que o novo

meio digital aumenta os laços sociais e o engajamento cívico, um campo que se auto-regula com novos tipos de comunidades virtuais. Na dimensão decisional, preceitua-se que este espaço pode se transformar num foro apropriado para decisões diretas da sociedade. Graças à dimensão representacional, tem-se que a distância entre o cidadão comum e as instituições representativas pode diminuir graças à internet. Cada dimensão propicia um modelo diferente de democracia nos níveis macro (constitucional), meso (institucional) e micro (comportamental).

As possibilidades positivas da internet podem ser descritas tais como: superação dos limites de tempo e espaço para participação política; quantidade e armazenamento de informações *online* à disposição; comodidade, conforto e conveniência para acessar informações; facilidade e extensão de acesso; baixo controle e poucos filtros como parte da própria natureza do meio; possibilidade de interatividade e desenvolvimento de um fluxo equilibrado de comunicação; e, finalmente, oportunidades para vozes com menos acesso aos meios tradicionais de comunicação de massa (GOMES, 2005).

2.2.2 A perspectiva das estruturas institucionais

Para certos segmentos que pensam a democracia, quanto mais comunicação, mais representação (participacionistas). Para outros, mais comunicação pode se traduzir em ruído e enfraquecimento representativo (liberais). Para cada proposta de modelo mais adequado de democracia, existirá um modelo próprio para pensá-la e desenvolvê-la no ambiente digital. Gomes (2008) resume a questão quando se refere ao “babelismo” conceitual que separa as correntes sobre *e-democracia*:

“Democratas comunitaristas, por exemplo, gostam da ideia de rede (Putnam 2000), mas odeiam o anonimato, o hedonismo e o individualismo que caracterizam os que a usam; republicanos cívicos adoram a possibilidade de comunidades cosmopolitas de cidadãos representadas pela rede, ao tempo em que lhes desagradam o sabor predominantemente liberal de todo o mais; democratas deliberacionistas se encantam com os meios e modos da discussão política livre, aberta e espalhada mediante computadores, mas se agastam com a brutalidade ou a superficialidade das conversas on-line. Em suma, cada modelo - e cada ênfase dentro dos modelos - tem não apenas a sua internet preferida (e, correspondente, a sua internet indesejada), como tem também noções precisas a respeito do que é preciso fazer para que os recursos do universo digital contemporâneo, a internet acima de tudo, estejam a serviço da democracia” (GOMES, 2008).

Para além da definição de democracia digital, interessa saber como este ambiente de comunicação que se apresenta como potencialmente positivo à proposta democrática se

desenha e regula. Já que também é mediado por relações de poder que se consolidam transversalmente por novos marcos regulatórios e arranjos institucionais.

No uso crescente das TIC em processos democráticos, sofrem transformações as três dimensões de Dahlgren (2005) – estrutural, representacional e modos de interação. Na dimensão ‘estrutural’ há uma visão diferenciada por conta da dispersão geográfica e de infraestrutura, já que ambas condicionam outros quesitos legais, sociais, culturais e técnicos, afetando na forma como os indivíduos se relacionam diretamente entre si, entre grupos e com a burocracia estatal. Nas dimensões ‘representacional’ e ‘interativa’, percebe-se uma redefinição de fronteiras entre os modelos de comunicação ‘um-muitos’ e ‘um-um’, uma vez que as práticas tornam possível a inversão entre polos emissores e receptores. O que leva a uma redefinição dos papéis clássicos dos meios massivos e dos meios personalizados de comunicação.

Há ainda a polêmica discussão acerca da existência de uma esfera pública global em vias de formação por conta da conexão via redes digitais. Enquanto alguns autores defendem que os primeiros contornos já podem ser vistos (CASTELLS, 2001), há outros que acreditam que a sua realização completa ainda está longe de acontecer nos moldes deliberativos de aprofundamento dos temas, acesso irrestrito e ampliação dos debates (DAHLGREN, 2005).

“Democracia digital, democracia eletrônica, *e-democracy*, democracia virtual, ciberdemocracia, entre outras formas de designação surgem como tentativas de definir o campo de possibilidades do jogo democrático na internet, sempre observando que o interesse aqui é dar conta de uma nova maneira de representação, cujo processo ideal – mas dificilmente realizável – seria o amplo acesso da esfera civil à informação, à troca de conhecimentos e debates organizados em torno da grande rede, culminando na deliberação efetiva com legitimidade suficiente para levar a esfera política, ente aparentemente indispensável pelo atual grau de exigência técnica e profissional do saber-fazer político, a se submeter à escolha da maioria e executar a vontade popular [...]” (GOMES, 2005).

Em outra frente de debates sobre o aspecto estrutural, discute-se a regulamentação da infraestrutura das TIC, o que exerce forte influência numa esfera pública conectada. Na contramão da opinião dos estudiosos de relações internacionais de que a internet seria uma zona de baixo controle por parte dos Estados nacionais, percebe-se que os governos exercem um tipo diferenciado de poder, um modelo que no início delegava as tarefas de regulação a grupos de pesquisa, entidades não-governamentais ou ao setor privado. Naquele momento, o cuidado visava garantir que as operações estivessem em harmonia com o que as grandes potências preceituavam como modelo de comunicação em rede. Aí contempladas as

necessidades e demandas dos conglomerados que a exploravam comercialmente, tanto no seu conteúdo quanto na sua infraestrutura técnica.

O resultado é uma internet gerida de forma eficiente, a partir de uma agenda liberal, com forte viés comercial, voltada para interesses de grupos econômicos dos setores de TI e telecomunicações. Sem necessitar concentrar especificamente sua administração na figura de um ator político, mas no conjunto de atores tais como empresas estatais, conselhos internacionais, organizações não-governamentais ou empresas privadas. A gestão se desenvolve através de governança alternada, supranacional, prevalecendo padrões e políticas mais convenientes para os países com maior influência econômica e política no cenário global. Elementos que normalmente se traduzem nos polos de desenvolvimento de tecnologia inovadores, sediados nestes países (DREZNER, 2004; CHADWICK, 2006).

O diagnóstico da presença regulatória disfarçada dos governos no ambiente aparentemente apolítico da infraestrutura da internet contraria dois argumentos otimistas sobre a rede mundial de computadores: o de que a globalização diminui a soberania dos Estados e o de que o poder dos Estados tem diminuído. A visão de que a internet aumenta o poder de atores não-estatais esbarra em formas sutis de controle, como por exemplo, os altos custos de licenças de operações para os provedores, a fiscalização dos conteúdos veiculados nestes espaços com possibilidade de censura (vide o caso da pedofilia), a definição de padrões internacionais de tecnologia como os protocolos TCP/IP e a política para registro de domínios públicos na rede. Todos os modelos são adotados a partir de consenso entre entidades, empresas e governos que compartilham uma visão muito próxima do que a internet pode ser e como deve evoluir (DREZNER, 2004).

O fato de não haver maior regulação do conteúdo e sistemas na internet, segundo Drezner (2004), se dá pelo interesse atual dos próprios governos – aí incluídos os de nações em desenvolvimento e demais atores – em permitirem uma aceleração da adoção das TIC. O que explica a baixa regulação como uma maneira de estimular novos entrantes. Tendências apontam que, dentro de poucos anos, surgirá forte movimento nos diferentes países requerendo maior regulação da internet. Pressão que ocorrerá pelo clamor das esferas civis em proteger a privacidade, evitar o roubo de informações pessoais, garantir a segurança dos dados financeiros armazenados na rede e evitar a publicidade não-autorizada (*spam*) (GARTNER GROUP, 2010).

Até o presente momento (2012), entretanto, ainda é indefinida a criação de uma entidade de regulação com autoridade máxima para ditar os rumos do espaço da internet. Embora alguns atores tenham peso relativo em tais esforços, como por exemplo, a Internet

Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) ou a *International Telecommunication Union* (ITU), entre outras 14 entidades governamentais, intergovernamentais e não-governamentais que se posicionam de forma consistente ante os desafios de estabelecer uma normatização para a gestão das redes TIC. A disputa atualmente se dá em campos de discussão contemplando aspectos como: necessidade de privatização das infraestruturas de telecomunicações; estímulo à entrada de investidores privados no segmento; criação de padrões e normas; ações de proteção aos direitos sobre a propriedade intelectual; defesa libertária sobre o estímulo à diversidade de desenvolvimento de aplicações técnicas e conteúdos; modernização administrativa do setor público; universalização do acesso à tecnologia; cooperação na elaboração de uma agenda global em pesquisa tecnológica e desenvolvimento (CHADWICK, 2006).

Outras versões da dimensão estrutural podem ser vistas na internet através de distintas versões de *e-government*, grupos ativistas, fóruns cívicos, organizações pré ou para-políticas, coberturas jornalísticas, entre outras (DAHLGREN, 2005). As iniciativas de *e-government* valorizam a oferta de serviços ao cidadão e informações sobre os atos de governo a partir do enquadramento da transparência pública. A interação entre agentes e aparelhos do Estado com a sociedade ainda se estabelece por meio de uma comunicação vertical, de caráter controlado de ‘cima para baixo’. Embora experiências já ocorram com modelos de comunicação horizontal com a posterior indicação aos entes públicos sobre a preferência encontrada em consenso (DAHLGREN, 2005; CHADWICK, 2006).

Grupos ativistas tradicionais se apropriam deste espaço para reforçar suas práticas e gerar mobilização. Traço diferenciador nesta exposição ampliada pelas TIC é o fato de se formar uma rede de organizações com percepções, valores e objetivos em comum. Ainda que estejam separadas por temas e geograficamente, podem se coordenar para exercer pressão e agir politicamente em defesa de interesses pontuais compartilhados. Ou mesmo partirem para ações mais extremas, como boicotes e protestos, com práticas inovadoras de mobilização e liderança (DAHLGREN, 2005; CHADWICK, 2006; ANTOUN E MALINI, 2010).

Fóruns cívicos são caracterizados por espaços com baixa organização institucional e participação casual de público fragmentado com interesses dispersos, mas que permitem a troca de informações e opiniões entre os indivíduos, podendo potencialmente dali emergir algum tipo de movimento. Tais espaços estão presentes na internet como as redes sociais com laços fracos, reunindo um cidadão mais propenso a consumir informações e compartilhar opiniões. Sem com isso necessariamente aderir a uma causa específica (DAHLGREN, 2005).

Já os espaços pré ou para-políticos reúnem indivíduos dispostos a emitir opiniões e trocar dados sobre assuntos de interesse mútuo ligados a aspectos sociais e culturais que formam a identidade coletiva e o capital social daquele agrupamento. Não necessariamente ligados à política, mas sempre guardando potencial caso alguma questão possa surgir no seu seio (DAHLGREN, 2005).

Outro ator institucional da esfera pública descrito por Dahlgren (2005) que se posiciona dentro da internet é o domínio jornalístico tanto dos meios massivos quanto dos veículos segmentados de comunicação, com caráter informativo ou opinativo. Ambos seguindo os moldes de produção e enquadramento jornalísticos consagrados. Neste rol, há um espectro que vai desde ‘blogueiros’ comunicando para baixas audiências, passando pelos veículos tradicionais levados para o espaço online, chegando até aos jornalistas especializados dentro ou fora da grande mídia tradicional atuando com seus próprios canais, poderosos captadores da atenção da audiência na Internet (HINDMAN, 2009). Neste sentido, mesmo os veículos alternativos de comunicação ganham novo fôlego, se não ao atrair atenção numerosa comparável à dos veículos historicamente estabelecidos, ao menos conseguindo emitir sua opinião com menores restrições editoriais para um grupo geograficamente disperso que guarda afinidade com as ideias e as informações circuladas por aquele canal.

Acerca das influências que as atividades em redes digitais estimulam nos atores políticos, destacam-se processos pré-internet de deliberação, existentes em sistemas políticos liberal-democratas antes mesmo da consolidação tecnológica, que se apresentam como experiências potenciais que podem ser transportadas para as redes TIC, tais como júris populares, painéis de cidadãos, fóruns locais, grupos de discussão, enquetes deliberativas, pequenos referendos e petições (COLEMAN e BLUMLER, 2009).

Do ponto de vista da administração da máquina pública, cabe considerar que a entrada das TIC no aparato de governos se deu fortemente sob a égide da eficácia e organização da burocracia, de forma a melhor atender às demandas do cidadão e tornar o processo de comunicação mais fluido e transparente. Diminuindo inclusive as despesas públicas ao fazê-lo. Ainda que a intenção de dar maior poder de voz ao cidadão nas decisões públicas seja um preceito regularmente evocado e considerado, raras e incipientes são as experiências em que o cidadão pode ser amplamente ouvido sobre as pautas em deliberação (CHADWICK, 2006).

Pensando nos preceitos de *e-government*, fica explícito que os filtros funcionais que anteriormente denotavam relações internas de poder na gestão pública passam por transformações com a informatização das rotinas de trabalho. Mas isso não significa o fim dos ‘feudos’ de poder. A hierarquização do acesso e os níveis de autorizações dentro dos próprios

sistemas resgatam esta dinâmica de interação entre os funcionários públicos. Separando os que podem mais e os que podem menos na divisão do trabalho (CHADWICK, 2006).

Assim, ao contrário de ter como objetivo principal revitalizar a democracia ou aumentar o escopo da cidadania, as TIC entram a partir dos anos 1990 na máquina pública como uma forma de reduzir custos, melhorar sua coordenação, tornando-a mais efetiva e, na medida do possível, mais democrática. Embora os argumentos em torno da tese de informatizar e interligar as instituições governamentais se dê em bases econômicas pelo ganho de escala, ainda não se constata significativas reduções de custo nem ganho efetivo de agilidade de coordenação administrativa. Ao invés disso, presencia-se o surgimento de modelos híbridos que equilibram práticas antigas e novas de gestão que alternam modelos conectados eficientes e transparentes com práticas mais conservadoras de controle e comando, aí incluídas todas as barganhas tradicionais de gabinetes. Ao menos no espaço laboral, embora as relações estejam estabelecidas em redes, as desigualdades de *status*, poder e prestígio acabam por reforçar uma estrutura hierárquica que deveria se ‘achatar’ conforme as práticas contemporâneas de administração baseadas em modelos horizontais de gestão (CHADWICK, 2006).

Ainda na abordagem institucional, críticas apontam que o aparato técnico tem se colocado como um elemento de vigilância do local de trabalho. Uma forma de pressão sobre as equipes alocadas nestes espaços, retomando discussões acerca de automação e autonomia. De forma que, dentro de um contexto de maior ganho econômico de escala e consequente economia, emergem comportamentos dos próprios empregados da burocracia. Em posição contra-hegemônica a valores tomados de antemão pela adoção das soluções de tecnologia da informação sem considerar os usos humanos de tais sistemas. Ora desafiando, ora transformando-os em ferramentas distintas daquilo a que deveriam se prestar quando concebidas (CHADWICK, 2006).

Especula-se que uma próxima etapa desta discussão tende a migrar para a adoção massiva de *software open source*, espécie de programação em código aberto que pode ser programado por qualquer profissional. Substituindo o atual uso de programas proprietários, o que levará a novas estruturas de governança e outros modelos transformados de interação nas instituições públicas.

Dois modelos institucionais parecem se firmar a partir de experiências nos Estados Unidos e no Reino Unido: ‘consultivo’ e ‘deliberativo’ (CHADWICK, 2006). No modelo consultivo, de matriz liberal norte-americana, o que se valoriza é o fluxo de comunicação da sociedade para os agentes e instituições de governo, dando cobertura à opinião do cidadão,

mantendo a estrutura hierarquizada, de maneira a assegurar o papel do aparelho do Estado. Enquanto que no modelo deliberativo, de matriz inglesa participativa, o fluxo de informação se dá de forma multidirecional, horizontal, transversal e verticalmente, com a efetiva participação do cidadão nas decisões públicas e as respectivas avaliações sobre o desempenho de seus representantes no trato dos assuntos de interesse comum.

Mais do que acreditar em uma nova maneira de construir uma democracia radicalmente diferente ou transformada a partir do espaço criado pelas redes TIC, parece factível acreditar que modelos híbridos se desenham de forma suplementar. Mesmo quando se percebe que o uso das redes TIC pode ter contribuído para aumentar o poder ou desestabilizar, reconhece-se que ainda há um caminho a percorrer para que este espaço deliberativo seja formalmente incorporado pelas instituições democráticas formais como uma ferramenta legítima e inclusiva de deliberação. Constata-se que há esforços para que tal aparato possa vir a contribuir na melhor circulação das informações entre a sociedade civil e as instituições democráticas (CHADWICK, 2006).

Neste arranjo de forças que ora competem ora convergem, atores políticos apontam para uma organização social diferente que ainda não tem contornos totalmente definidos. Mas apresenta potencial para aliar interesses dos Estados, dos entes econômicos e da sociedade civil (CASTELLS, 2003).

Especificamente em certames eleitorais, a internet também faz sentir os seus efeitos sobre a prática política. Tendo como cenário as democracias mais maduras, constata-se o declínio: no interesse do eleitor em expressar sua opinião através do voto; no suporte social dos partidos políticos por parte de segmentos específicos da população prevalecendo recortes mais amplos e difusos da sociedade; da identificação partidária clássica na vida e nas escolhas políticas; na adesão ideológica à política em detrimento de um perfil mais profissional e, por esta razão, mais calculado sobre os riscos e as oportunidades pelo viés persuasivo, entre outras práticas. Elementos prejudiciais *a priori*, que se traduzem em canalização do interesse dos indivíduos por grupos de interesse fora do âmbito político institucional. Como as entidades voltadas para assuntos específicos, os novos movimentos sociais, ou, no limite oposto, a exacerbação da política, aderindo a causas de protesto explícito para subverter a ordem. Tudo isso reforça a readequação das estratégias e estruturas organizacionais nos partidos e grupos políticos tradicionais para se enquadrarem neste modelo de esfera pública em vias de transformação.

“Isso permite colocar saídas para a crise da democracia atual. Em todo o mundo, estamos vivendo uma crise muito séria e profunda da democracia. A democracia representativa foi uma conquista histórica dos povos, que custou muito sangue, suor e lágrimas, contra os despotismos que dominaram grande parte do mundo. Porém, a partir do momento em que já se constituem instituições democráticas, imediatamente formam-se partidos políticos, que definem as regras da participação política de acordo com seus interesses e os interesses que representam. Fecham-se outras vias de representação e se assegura por lei eleitoral que apenas os partidos majoritários podem governar”. (CASTELLS, 2011, extraído do [Internetsite www.nosdacomunicacao.com](http://www.nosdacomunicacao.com), hospedado em 25/7/2011, acessível www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G).

Diante deste panorama, os principais achados sobre o poder da internet em modificar a realidade institucional revelam novos arranjos e práticas transformadas: na competição partidária, já que o meio oferece ferramentas baratas para grandes e pequenos comitês eleitorais; na descentralização dos atores interessados na política tanto nas fileiras dos partidos quanto também no âmbito da sociedade mais ampla; na adaptação institucional visivelmente em curso por parte dos atores políticos para se apropriarem desta prática discursiva, ainda em processo de amadurecimento (CHADWICK, 2006; COLEMAN E BLUMLER, 2009).

2.2.3 A perspectiva da representação nos meios de comunicação TIC

Em maior ou menor grau, cada país que introduziu o modelo de comunicação via redes digitais TIC presenciou mudanças no seu sistema de mídias. Em alguns, como os Estados Unidos, esta consolidação se deu de forma concomitante com a proliferação dos canais segmentados de TV a cabo, fragmentando ainda mais a audiência em nichos. Naquele país, sente-se a dispersão da atenção do público pelos diversos canais, levando as grandes redes de comunicação, tanto eletrônicas quanto impressas, a um esforço sem precedentes para entender e se adequar ao momento. Uma onda de fusões e aquisições naquele mercado leva os analistas a definirem o cenário como uma crise dos meios de comunicação de massa, dentro da qual uma parte dos tradicionais veículos está sendo comprada por empresas nascidas no contexto dos empreendimentos *pontocom* (JENKINS, 2009; SHIRKY, 2008 e 2010).

No caso brasileiro, a história da comunicação mediada por computador pode ser dividida em dois momentos. Desde meados dos anos 1990, a adoção das redes TIC conheceu forte penetração nas classes alta e média. No segundo momento, desde meados dos anos 2000, após a ampliação do acesso da classe C aos serviços de telefonia fixa e móvel, constata-se que cresce a base de usuários da nova classe média brasileira. O hábito de consumo dos aparatos TIC se consolida com o maior acesso aos computadores e *gadgets* eletrônicos no espaço do

trabalho, assim como na incorporação da lógica da rede telemática em quase todos os ambientes ligados à vida doméstica e aos espaços públicos (WAGNER, 2010).

Ao contrário do que se constata no contexto norte-americano, o crescimento vegetativo da base de equipamentos TIC na classe média brasileira não gera necessariamente uma crise nos meios de comunicação massiva tradicionais. Verifica-se que estes meios também se posicionam na internet como provedores de acesso e fornecedores de conteúdos. Tornam-se, dessa forma, os principais recrutadores de novos contingentes de audiência para a rede mundial de computadores. Neste sentido, os grupos de comunicação brasileiros tratam de ocupar o espaço digital antes mesmo que o consumidor tenha a opção de criar o hábito de navegar por outros canais não-relacionados a tais grupos de mídia, como aconteceu no exterior.

Em parte, o caráter onipresente e concentrado dos grandes grupos de comunicação, aliado ao alcance dos meios tradicionais e à penetração dos veículos eletrônicos de rádio e TV nos lares brasileiros de todas as classes de renda, são fatores que ajudam as empresas massivas de comunicação a colonizar o espaço da internet com suas fórmulas de sucesso e práticas consagradas.

Contudo, o fato de desenvolver com sucesso veículos de comunicação em meio digital não denota que os meios tradicionais controlem totalmente os rumos do desenvolvimento dos conteúdos e das práticas comunicativas na internet. Tampouco que a comunicação esteja passando incólume à mudança de paradigma do setor de mídias. Com as TIC, o que era caro especializado passa a ficar mais fácil de utilizar e acessível para ser produzido e difundido, gerando uma abundância de conteúdos colocados no ar, seja de boa ou de má qualidade, a depender da perspectiva da recepção. Diante deste contexto, há uma transformação em curso no papel dos meios de comunicação de massa nas suas práticas cotidianas.

Ao pensar no momento por que passa o sistema de mídias contemporâneo, não importa se sob o viés de crise (COLEMAN E BLUMLER, 2009) ou expansão (NORRIS, 2001), há que se considerar como elemento primordial que acontece uma transformação deste sistema. Entra em cena um suporte cuja característica primordial é a capacidade de convergência de vários outros meio sob uma mesma plataforma. O que permite novos tipos de arranjos comunicativos e posicionamento de atores em um espectro que varia desde o alcance personalizado até a comunicação total. As TIC provocaram uma mudança na economia de produção de conteúdo, tornando qualquer indivíduo (anteriormente restrito ao papel de audiência passiva) em um potencial emissor. Essa mudança no paradigma técnico-estrutural

facilita a proliferação de novos hábitos de usos e consumos, momento de redefinição presenciado atualmente (SHIRKY, 2008). Logo, as mudanças podem ser sentidas em toda a cadeia da produção em comunicação.

Fecha-se neste trabalho o foco nos veículos relacionados com os processos da comunicação política, desde já destacando que o fenômeno se alastra de forma híbrida em outras frentes da comunicação. Ora influenciando, ora sofrendo influências de diferentes atores institucionais, tradicionais ou entrantes, transformando suas práticas a ponto de se falar de alteração no próprio ecossistema informacional.

A primeira mudança lida com a atuação ativa dos meios de comunicação em sistemas avançados de mídia, marca das democracias liberais. No contexto pré-internet havia uma escala na qual em um extremo estava o esforço orquestrado dos profissionais de relações públicas em evidenciar fatos para exposição pública; no outro extremo, tinha-se a produção do escândalo como um recurso que compunha o jogo político, com seus cálculos de perdas e ganhos. Dentro deste contexto, o trabalho jornalístico de apuração, seleção, redação e edição gerava legitimidade aos fatos reportados principalmente pela confiança do público no processo de *checks and balances* da cobertura noticiosa regular. Atualmente, graças às ferramentas interativas e ao acesso a variados bancos de dados à disposição, fatos que passam despercebidos, anteriormente esquecidos, agora são re-apropriados nas redes digitais e podem retornar à cobertura da imprensa ampla no sentido contrário. Nesta inversão do fluxo de produção das pautas de interesse, situações que escapam ao enquadramento temporal jornalístico, como eventos e solenidades, podem voltar ao foco graças à polêmica que geram no seio de grupos específicos. Seja por uma expressão mal colocada, alguma gafe cometida ou uma imagem descuidada, a inquietação gerada nas redes acaba se tornando matéria-prima para a imprensa requestrar o fato sob o enfoque discutido pelos grupos (CHADWICK, 2006; SHIRKY, 2008 e 2010).

Esta inflexão pode ser sentida no erro ou vexame dos personagens políticos retratados, ou no próprio equívoco ou exagero dos órgãos de imprensa no desenvolvimento do seu trabalho. Caso célebre ocorreu em 2010, durante as eleições presidenciais, quando um grupo de usuários descontentes com a cobertura negativa reiterada do jornal Folha de São Paulo utilizou-se da sátira para contestar o tom parcial com que o jornal vinha cobrindo a então candidata Dilma Rousseff. Os próprios internautas criaram o site 'Falha de São Paulo', utilizando-se dos mesmos recursos visuais do jornal, estimulando via redes sociais a interação de outros usuários para redigir criativamente *ad absurdum* uma série espiralar de manchetes irônicas baseada em fatos históricos que a candidata supostamente teria relação, ironizando a

perspectiva parcial que os editores do jornal vinham adotando. Tornou-se uma das manifestações de maior repercussão na época da campanha, resultando em censura após o veículo ter comprovado na justiça que havia uso indevido de propriedade intelectual, obrigando os autores a retirar o site do ar. Em vão, uma vez que outros internautas solidários ao grupo manifestante já o replicavam em servidores dentro e fora do país, tornando o controle impossível e a repercussão do fato ainda maior, pela inusitada ‘queda de braço’ entre o poderoso grupo econômico contra indivíduos com representação formal inexpressiva, exceto pela criatividade e coragem.

Se, por um lado, muda o fluxo de interação entre os meios de comunicação e a audiência, cujo retorno positivo ou negativo sobre o material produzido tradicionalmente pode ser ouvido com maior rapidez, há casos em que o enquadramento da imprensa é desconsiderado em detrimento daquilo que circula no seio dos grupos sociais eletronicamente conectados. Partindo de uma base de confiança e legitimidade mais próxima, há temas que passam sem a cobertura da imprensa, mas que os grupos descobrem e compartilham entre si. No caso das eleições presidenciais de 2010 no Brasil, exemplo discutido na IV Compolítica, organizada na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, os temas sobre aborto e união civil homossexual compunham a pauta política como assuntos que, nas palavras do professor da Universidade Federal da Bahia, Wilson Gomes, ‘circulavam nos porões da Internet’, inicialmente restritos nos grupos pró e contra os temas, até que se fizeram sentir com maior força na cobertura da imprensa ampla.

De um lado, o material seguindo o fluxo usual, com os assuntos sendo tratados e trazidos pelos veículos de massa. De outro, os temas que são discutidos com maior ou menor embasamento em grupos mais restritos conectados digitalmente. Que, por vezes, preferem conduzir as análises referenciando-se internamente, caracterizando uma produção emergente (COLEMAN E BLUMLER, 2009). Estes dois extremos levam a questões do ponto de vista do conceito de intermediação. A exemplo das instituições democráticas que se readaptam, também os meios de comunicação se veem diante do desafio de reforçar seu papel de legítimo tradutor e formalizador dos assuntos públicos na mediação entre sociedade e Estado. Papel este que desde a revolução moderna representava a zona de conforto do trabalho jornalístico, já que o reconhecimento público desta produção era encarado como um serviço de utilidade pública, ainda que houvesse clareza das suas limitações. No momento em que implode o modelo econômico cujos custos de produção e difusão do conteúdo caem vertiginosamente, revela-se um comportamento incubado na audiência em se manifestar midiaticamente. O público passa a se comportar como se fosse a própria mídia, produzindo seus conteúdos e,

muitas vezes, dando-se ao luxo de ignorar a produção institucionalizada do veículo tradicional. Trata-se de um comportamento emergente, cujas práticas recentemente começam a se revelar com maior ênfase. Neste momento, aquelas limitações da produção massiva tradicional que eram relativizadas por um modelo que reconhecidamente permitia baixo *feedback*, nos tempos atuais torna-se um defeito difícil de lidar quando ferramentas de comunicação TIC estão às mãos e publicar qualquer tipo de pensamento apresenta-se como uma tarefa potencialmente fácil e culturalmente consagrada nos hábitos sociais.

Enquanto no modelo tradicional de comunicação massiva o padrão de discurso e cobertura jornalística conta com a significativa influência das experiências norte-americanas, com destaque para a orientação comercial e a ênfase nos aspectos do entretenimento, a comunicação mediada por computador tem feito emergir novos valores do ponto de vista da produção do discurso. Torna-se incerto traçar qualquer previsão se ela terá no futuro próximo consolidado a ênfase no caráter comercial e baixa participação no tratamento dos assuntos cívicos. Embora o modelo informativo continue a se apoiar nas práticas tradicionais do jornalismo, está em construção um fazer institucionalizado que se mescla à produção que parte do próprio público, aumentando a interação entre emissores e audiência. Diminuem as inferências sobre a opinião do público a partir apenas de sondagens de opinião, em vista do que se pode observar censitariamente em tempo real das reações que o conteúdo gera. Em certos casos, até mesmo instantaneamente enquanto se divulga a notícia. Estas reações podem tanto retornar para os veículos tradicionais, tal qual um termômetro, como podem migrar para outros espaços na rede, como forma de reforço ou protesto. Neste sentido, o provimento do acesso à rede e o direcionamento do usuário neste espaço se tornam características tão fundamentais quanto a elaboração do conteúdo (HINDMAN, 2009). Sobressaem-se neste contexto os portais de conexão (Globo.com, Terra, Uol, G1 etc.) e os sites buscadores de conteúdos (Google, Yahoo! etc.), catalisadores de grandes contingentes de usuários e tráfego pela rede.

A questão deixa de ser apenas o acesso aos fatos e a capacidade técnica para elaborar conteúdo e colocá-lo no ar, processo facilitado pelas ferramentas disponíveis. Atualmente, igualmente importante é determinar que tipo de audiência certo conteúdo atrai, considerando o tráfego que gera e a posição relativa dos atores (algo mapeável com ou sem auxílio de índices algorítmicos de pesquisa), tornando o conteúdo mais visível para o público a que se destina a mensagem (HINDMAN, 2009).

A respeito do nível de atenção gerado por certo conteúdo, vale discutir a mudança do ecossistema informativo a partir da figura tanto dos veículos tradicionais quanto dos próprios

jornalistas, ambos enquanto *gatekeepers* na sua concepção clássica de mediadores culturais com ampla capacidade de discernimento sobre os ‘valores-notícia’ contidos em um fato (WOLF, 1995).

2.2.3.1 TIC como espaço de práticas discursivas e instrumento da política

Veículos e profissionais se deparam com a discussão que tomou força com a potencialização da comunicação digital sobre a legitimidade do processo de mediação. Com o reconhecido papel de fazer circular as opiniões, o jornalismo até recentemente é feito assumindo-se que a capacidade de elaborar e emitir mensagens necessita de amplas e bem-suportadas estruturas de produção de conteúdo. Tanto nos seus aspectos técnicos como profissionais. Atualmente, a necessidade desse filtro parece diminuir. Mas a questão da legitimidade do conteúdo produzido ainda se dá mais fortemente no modelo consagrado pelos veículos tradicionais. Na visão da audiência, ainda é tangível que a estrutura profissional das redações e o trabalho editorial de uma rede técnica de trabalhadores envolvida na análise dos textos compõem um processo de produção que garante que os fatos reportados são reproduzidos o mais fielmente possível. O filtro editorial confere qualidade ao processo jornalístico.

De outra parte, existe uma vasta produção opinativa que se estabelece no entorno dos conteúdos institucionais clássicos, re-apropriados nas redes sociais, através de *blogs* e outras ferramentas agregadoras, com amplo espaço para a livre manifestação. Neste momento, o material informativo ainda é o ponto de partida para as disputas discursivas observadas na rede (PRUDÊNCIO, 2009; ORTIZ, 2011). Os líderes de audiência nas redes sociais provêm especialmente dos estratos já ligados à Política e/ou dissidentes dos ambientes das redações tradicionais após anos de atuação profissional, desejosos de maior liberdade editorial (HINDMAN, 2009). Torna-se válido questionar em que momento histórico a opinião pública pode passar a confiar nos critérios de noticiabilidade que emergem da própria base social. Da mesma forma como em tempos remotos os periódicos sofreram com a desconfiança pública até que se tornassem veículos socialmente críveis, um dos legados positivos do movimento burguês, é possível que a produção noticiosa em massa possa vir a ganhar legitimidade a partir do filtro massivo auto-regulado pela incidência de opiniões e contra-opiniões, movimento que já pode ser observado em grupos sociais menores e laços mais estreitos.

Discute-se o ceticismo do cidadão em relação à política, dada a crise de representação da democracia. Há uma baixa ligação e afinidade entre representantes e representados, parecendo que os assuntos políticos pertencem a outra esfera da realidade. Mas também é

possível imputar uma parte deste ceticismo do cidadão a uma percepção de queda na qualidade da cobertura política por parte dos meios de comunicação. Uma das causas seria a pauperização do conteúdo jornalístico na sua elaboração, premida por fatores como o tempo de divulgação e a concorrência, levando a um trabalho limitado de apuração das notícias.

Outra razão que participa na formação deste cenário negativo se explica pelo critério de noticiabilidade ligado ao espetáculo e aos preceitos comerciais. À medida que um padrão fortemente orientado para o entretenimento e o lazer se impõe no ambiente midiático, a produção voltada para os assuntos cívicos passa a se concentrar nos aspectos mais inusitados e pitorescos da vida política, com ênfase nos seus lances mais dramáticos e espetaculares. O próprio esforço do agente político em se posicionar neste espaço de forma profissional pode servir de material contra a sua imagem, recebendo o enquadramento de um indivíduo com ambições de exposição por interesses pessoais, pensamento que acaba se estendendo às próprias instituições formais representativas onde os agentes políticos circulam, que passam a ser retratadas de forma crítica (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Os assuntos cívicos, em boa parte dos casos, são apresentados como serviços de utilidade pública, com a iniciativa da imprensa em ofuscar o máximo possível o crédito das realizações nas melhorias públicas a indivíduos formalmente ligados à política. Evita-se, com isso, a propaganda calculada do ator político. Os assuntos políticos tornam-se mais apropriados para menções de organizações não-governamentais e representantes fora do campo formal. Cabendo às instituições oficiais e seus representantes geralmente um papel passivo e defensivo diante de reivindicações que ganham destaque na cobertura cotidiana. Mesmo nos casos em que o agente político tem voz, há a figura de um especialista para interpretar e traduzir de que corrente política provém o discurso apresentado.

Daí que na cadeia que envolve crescente profissionalização e antagonismo entre políticos e jornalistas, reforça-se a aparente espiral de afastamento que apresenta o estado de cinismo e apatia da opinião pública em relação à vida política como um resultado inevitável. Tese controversa, segundo algumas correntes (COLEMAN E BLUMLER, 2009) que enxergam o afastamento do cidadão não somente pelo desinteresse, mas também pela falta de recursos adequados dentro do processo de representação democrática para influenciar nos rumos da decisão. Acompanhar a política é uma tarefa que exige tempo, dedicação e esforço. Algo que o indivíduo médio precisa empregar para tocar a própria vida de forma prática. No modelo representativo tradicional, há pouca conveniência em estar fisicamente presente nos momentos de decisão e deliberação, salvo em casos extremos, isso quando não se põe em xeque a própria eficácia de estar atento e presente, já que o espaço político é dominado pelos

atores que ali circulam internamente, tornando a participação uma iniciativa muitas vezes complicada.

É neste contexto que os agrupamentos sociais que se revelam nas redes TIC representam um alento para a política. Considerando os movimentos recentes de cidadãos conectados como ativistas no ciberespaço, percebe-se um ceticismo não pela participação política em si, mas na ineficácia e distanciamento das ferramentas usadas no processo de representação democrático tradicional. Diminui o interesse na representação indireta pela via institucional e paulatinamente se deteriora a confiança nos agentes públicos formalmente responsáveis pelo funcionamento burocrático desta estrutura (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Enquanto isso, contrariamente a sentimentos de apatia e distanciamento, transnacionalmente multiplicam-se experiências que revelam um desejo por tipos diferenciados de participação política. Não mais nos moldes tradicionais do rito racional democrático, menos ainda apoiando-se em suas ferramentas formais de análise e deliberação, mas em aspectos relacionados à afinidade, empatia e senso de justiça (DAHLGREN, 2005; COLEMAN E BLUMLER, 2009). Aderir a esses movimentos não depende necessariamente de uma visão comunitária no seu sentido geográfico e local. Mas a um sentimento de pertencer a algum grupo virtualmente presente e ligado, ainda que com laços tênues e contribuindo superficialmente para o quadro total. Age-se a partir de gestos aparentemente pequenas, mas que no somatório revelam grandes mobilizações com a contribuição possível a cada indivíduo (JENKINS, 2009).

De forma que o engajamento mais radical e comprometido, chamado de 'ciberativismo', irrompe como uma resposta de grupos que tentam subverter o rito deliberativo, tentando exercer influência a partir da comunicação auto-organizada, sem liderança fixa de grupos formais, alternando ações orquestradas em redes de solidariedade. A comunicação mediada por computador se torna um aspecto central no sucesso da coordenação e na repercussão que estes movimentos geram. O espaço de comunicação e circulação das opiniões se torna o objeto de disputa no trabalho de gerar legitimidade para referido movimento. Tão importante como o movimento coordenado em ações dentro e fora da rede de computadores, há uma constante disputa pela representação deste movimento a partir de um cálculo de sucesso relacionado ao nível de exposição e percepção dos demais atores políticos sobre os motivos e as reivindicações do movimento (ANTOUN E MALINI, 2010).

Portanto, a comunicação mediada pelas redes TIC passa a ser apropriada por indivíduos com interesse pela política no seu aspecto cívico mais amplo. Cidadãos que se

colocam em protesto contra os processos democráticos tradicionais. Desafiando a estrutura estabelecida, cujos interesses podem variar entre minimamente aprimorar o modelo de representação até, no outro extremo, substituí-lo por algo totalmente novo. Em ambos os casos, aumentando o poder de voz da sociedade civil nas escolhas públicas. Transforma-se em ferramenta de atuação numa batalha de legitimação, tendo a favor o fato da convergência das mídias e a mudança de escala na economia da produção e distribuição de conteúdos. Fatores que ampliam a capacidade de exposição. Ao mesmo tempo em que se diminui a vinculação a algum grande grupo de comunicação com estrutura técnica e profissional. Ainda que não se possa desprezar a forte capacidade prescritiva que o *mainstream* midiático possa vir a dar ao movimento, depois de repercutir nas redes digitais.

Razão pela qual faz sentido falar em *continuum* entre meios digitais e meios massivos tradicionais ao invés de defender uma ruptura radical entre um modelo e outro (HINDMAN, 2009; ORTIZ, 2011), enquanto se desenha um modelo híbrido que alia amplo alcance e cobertura do modelo tradicional com a facilidade de armazenamento, tratamento, acesso, aprofundamento e segmentação do modelo em redes digitais (WOLTON, 2007).

Enquanto isso, vale abordar como se dão as interações entre indivíduos e grupos, que passam a perceber e se relacionar de forma distinta com as instituições e começam a responder para os mediadores tradicionais sobre as formas como os assuntos estão sendo representados. Muda-se o paradigma nas instituições. Altera-se a perspectiva da representação. Mudam também as formas de interação no plano individual e coletivo.

2.2.4 A perspectiva de indivíduos e grupos nos seus modos de interação

Desde que se popularizou nos primórdios da década de 90 do século XX, correntes nos campos da cibercultura e das ciências sociais tentam entender o potencial da internet em propiciar maior participação política (RHEINGOLD, 1993; VAN DE DONK ET AL., 1995; BROWNING, 1996; BARBER, 1997 *apud* RECUERO, 2009). Passou-se da visão otimista sobre a adoção transformadora de indivíduos munidos das ferramentas Internet atuando na esfera pública até o pessimismo que caracterizou o fim do período ao se constatar que a internet seguia os mesmos padrões das mídias tradicionais. Inclusive tendo sido por elas incorporada nos seus conglomerados de negócios. Chega-se a fins da primeira década do século XXI com uma visão mais dialética sobre o potencial da comunicação via redes TIC, partindo de discussões amadurecidas durante este tempo, mas que ainda assim tornam a dividir as opiniões de parte a parte tanto no campo da Política quanto em outros segmentos acadêmicos. Como COLEMAN E BLUMLER (2009) vão definir o momento, afirmando que

a internet possui enorme potencial transformador para a democracia, mas ainda é vulnerável aos arranjos que se desenvolvem.

Um dos desafios na internet é estimular o engajamento de uma esfera civil pouco participativa e com fraco interesse de se organizar, especialmente para lidar com os assuntos políticos, que em geral despertam baixa atenção do público médio. Tomando por base a discussão normativa *habermasiana*, as condições de uma esfera pública com maior estímulo para deliberação racional através do espaço criado pelas redes telemáticas dependem que: este espaço seja autônomo do estado e do poder econômico; que a razão prevaleça a partir de valores normativos discutidos no lugar de dogmas previamente fechados à análise; reflexividade sobre aspectos em jogo como valores culturais, premissas e interesses, tanto no plano individual como coletivo; respeito à alteridade entendendo outros pontos-de-vista sobre os temas; sinceridade quanto aos objetivos, interesses, expectativas e desejos de cada grupo; esforço em incluir e permitir igual poder de voz a todos os envolvidos no processo deliberativo (DAHLBERG, 2001).

Em um contexto presente em democracias do ocidente, percebe-se que características como individualismo, fragmentação identitária e secularização tornam-se comportamentos marcantes de cidadãos cosmopolitas. O que gera respostas no fazer dos atores políticos institucionais, a consequente profissionalização, como também nas práticas dos meios de comunicação, com o acirramento de posturas críticas em relação ao meio ambiente político (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

No campo da Política, critica-se que o indivíduo com baixa educação formal continua em desvantagem, no que pese haver mais informações disponíveis em larga escala. A rede tende a ser mais bem explorada por aqueles que têm maior nível educacional. O que seria um caráter segregador, pois nivela os usuários a partir de um ponto que poucos chegaram. Além disso, mesmo entre os mais educados, encontra-se uma maioria de indivíduos politicamente desmotivados, cujo uso das redes de informação *online* serve para o consumo de outros tipos de conteúdos, sendo em média fraco o interesse pela Política (HILL E HUGHES, 1998; MARGOLIS E RESNICK, 2000 *apud* COLEMAN E BLUMLER, 2009; HINDMAN, 2009). Nesta mesma linha, alguns cientistas no campo da comunicação política afirmam que há raras evidências de que a internet propicia o engajamento cívico (BIMBER, 2000; JENNINGS E ZEITNER, 2003; HINDMAN, 2009).

Em outras frentes, estudos apontam a tendência crescente de participação *online*, em especial a partir de novos formatos de comunicação e reunião de grupos, movimentos possíveis graças às soluções desenvolvidas na própria internet, como os sites de redes sociais,

que facilitam as tarefas de coordenação e comunicação entre indivíduos e grupos (KAVANAUGH ET AL., 2008; RAYNES-GOLDIE E WALKER, 2008 *apud* GOMES, 2008; SHIRKY, 2008; THEOCHARIS, 2010). Tais ferramentas facilitam para o indivíduo a tarefa de identificar os demais pares com interesses políticos em comum, desenvolvendo redes sociais digitais com o consequente incremento do capital social (LIN, 2001; BOYD, 2008; VALENZUELA ET AL., 2009 *apud* RECUERO, 2009) outrora combatido pelos hábitos dos indivíduos das grandes cidades de se isolar em suas próprias vidas e interesses (PUTNAM, 1993 e 2000).

Nesta linha, não só as ferramentas facilitaram o poder de agrupar, como também os baixos custos de acesso e compartilhamento de informações reforçam a capacidade de participação de cidadãos ativos interessados pela Política. Amplia-se a circulação de fatos em um contexto de comunicação descentralizada, podendo potencialmente chegar a outros grupos pelos diferentes nós da rede (KAVANAUGH E PATTERSON, 2001; CALENDIA E MOSCA, 2007 *apud* GOMES, 2008). Assim, mesmo os pouco interessados pela política podem ser mobilizados em dado momento por outro usuário mais atento, retomando os valores recontextualizados do fluxo em duas etapas e do líder de opinião de escola funcionalista americana, algo diferente do modelo anterior das mídias tradicionais (Coleman, 2005). “O que a internet gerou foi uma nova espécie de cidadãos ativistas transnacionalmente conectados via listas de mailing e pelas páginas da grande rede que vibram com a atividade de monitorar os assuntos político-econômicos globais como um ‘cão-de-guarda’” (DEIBERT, 2000).

Na geração de capital social, estudos empíricos mensuram a influência de diferentes variáveis na mobilização de comunidades observando-se atributos estatísticos como idade, renda e educação. Tais variáveis, mais tradicionais e perenes, ainda apresentam significância maior do que o uso das redes digitais (KATZ E RICE, 2002 *apud* GOMES, 2008). Embora já seja possível afirmar que há certa influência dos usos das redes TIC na maior participação política formal além-voto. Exemplos são os engajamentos em ações de assinatura de petições, redação de cartas, atos públicos, entre outras possibilidades, relacionados a outras variáveis como raça, educação, gênero, idade, participação em grupos locais e clubes de afinidade (INTERNETER ET AL., 2003). Os dados estatísticos mostram, contudo, que o comportamento de maior participação acontece como padrão naqueles indivíduos declaradamente mais interessados por política, possuidores redes de relacionamentos mais consistentes em termos de capital social fora da Internet. Aliás, a troca de informações políticas via redes TIC, para indivíduos ligados à política, serve como elemento de

fortalecimento dos laços. Enquanto que os indivíduos com baixo capital social apresentam tendência de consumo de informações *online* voltadas marcadamente para o entretenimento (SHAH ET AL., 2001 *apud* GOMES, 2008).

Há a discussão travada no meio acadêmico sobre ativismo *online* de protesto e como a internet tem sido usada ativamente por uma variedade de movimentos sociais e políticos (ANTOUN E MALINI, 2010). Na passagem do plano individual para o dos grupos sociais, desencadeiam-se ações de mobilização e engajamento, fenômeno que marca a passagem da esfera privada para a atuação coletiva dos grupos sociais.

Uma origem provável das mobilizações se dá com as práticas de pirataria de aplicativos de informática e a recusa já transformada em hábito cultural – ao menos no plano doméstico – em remunerar direitos autorais, assim como as trocas ilegais de todo tipo de material textual e audiovisual (BENKLER, 2006; KEEN, 2009; SUNSTEIN, 2009). Os usuários individuais conscientemente empregam e compartilham tais programas, despreocupados com qualquer implicação jurídica, quando não violam os próprios códigos-fonte de tais *softwares*, subvertendo seu uso inicial e personalizando o programa ao bel-prazer. Comportamento que concomitantemente migrou para grupos mais radicais, que violam as redes privadas de informática e desenvolvimento de programas voltados a destruírem tais redes por contaminação (o vírus).

Tudo isso indica que a internet ao longo das décadas recentes consiste de um espaço no qual também se combate a autoridade aberta e formal representada pelas instituições. Movimento que se alia a uma atitude cada vez mais libertária e de característica coletiva, visando não somente os governos estabelecidos. Neste alvo também entram as empresas que tenham suas práticas associadas aos lucros desmedidos, personificando o caráter monopolista daqueles grupos que desejam moldar a globalização à conquista e à domesticação totalitária dos mercados, algo que se relaciona com a visão consumerista (THEOCHARIS, 2010).

Pesquisas também sugerem que ativistas políticos pela Internet têm uma atitude significativamente mais liberal que o público médio (HINDMAN, 2009), com uma orientação notadamente anti-governo e atenta a uma agenda progressista, refletindo valores mais cosmopolitas, o que vai no sentido contrário do que pensa o restante da sociedade (HILL E HUGHES, 1998). Tais valores não necessariamente se relacionam com a visão formal-institucional do espaço político e sua plataforma baseada no debate racional. Lidam fortemente com a criação de espaços onde os outros atributos (não-rationais) surgem como valores de resistência e crítica, tais como solidariedade, afeto, empatia, proximidade, humor, compartilhamento, entre outros (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

É neste contexto de esgotamento do papel das instituições representativas no cenário urbano e cosmopolita que se identificam fatores que põem em movimento os agrupamentos sociais, efêmeros ou não, formados ou revelados pelas redes digitais conectadas. Uma variedade de temas guarda capacidade prescritiva e diferentes fontes de informação podem servir como fatos geradores para ações de mobilização.

Em um processo de mobilização, os meios de comunicação desempenham um importante papel por potencializarem o discurso dos grupos sociais e dos mandatários, num processo de transparência ampliada ao proporcionar a prestação de contas do poder público em direção à sociedade (PRUDÊNCIO, 2009).

Um possível esquema para explicar as etapas que levam à participação civil (GOMES, 2005) mostra que tudo se inicia pelo debate, passando pelas manifestações na esfera pública, daí desembocando em organização não-governamental. Evoluindo mais tarde para práticas de reivindicação, mobilização, formação de opinião e vontade públicas, assim como pressão nos governos. Dessa forma, a comunicação mediada por computador se presta ao papel de ajudar a ampliar todo o processo, servindo como um elemento facilitador na passagem da informação e compartilhamento de conhecimento de uma ponta a outra do sistema, desde a sua origem até a ação mais efetiva.

2.2.4.1 TIC como espaço de ação desafiante

Termos como ‘cibermilitância’ e ‘ciberativismo’ entram no léxico cotidiano, principalmente para as gerações mais jovens. Por ‘cibermilitância’ ou ‘ciberativismo’ entende-se o comportamento em adquirir, modificar (ou não) e distribuir conteúdos para um grupo social dentro da internet, replicando opinião de apoio ou contestação. Assim, ativismo global – ciberativismo – pode ser definido como o movimento de cidadãos organizados e reunidos através da internet, orientados a fazer protestos e tornar públicas ações de mobilização para causas de diferentes naturezas (PRUDÊNCIO, 2009).

Analisando como se efetivam os movimentos ativistas no espaço TIC, constata-se que o trabalho de seleção e encaminhamento dos assuntos costuma partir dos enquadramentos oferecidos pela própria imprensa dentro deste ambiente. A prática mais difundida é a da contra-informação. Os conteúdos divulgados pelos veículos tradicionais de comunicação são apropriados pelos ativistas, passam por um processo de reenquadramento (*reframing*) sob um viés contestador. A internet torna-se um palco de debates que proporciona o aumento de poder para grupos restritos, mesmo que somente no nível enunciativo (WARREN, 2002; PRUDÊNCIO, 2009). O objeto de disputa no ativismo digital vai ser a informação. O campo

opositor, portanto, é a própria mídia tradicional, sendo o desafio maior para o ciberativista o êxito em reverter o fluxo da informação, pautando a mídia estabelecida na direção contrária. Forçando a um enquadramento diferente consoante os interesses daquele grupo. Quando não levando a própria imprensa tradicional a reconhecer os seus erros de enquadramento e tratamento da informação (ANTOUN E MALINI, 2010).

“Escolher um frame é escolher um público. E escolher um público pressupõe a intenção de mobilizar a opinião. Nesse momento, a mídia ativista vive um dilema: ela é mais ‘mobilizadora’, ou seja, atinge públicos mais vastos e consegue potencializar sua mensagem, na medida em que se aproxima do frame jornalístico. Em outros termos, quanto mais ‘profissional’ a sua produção de informação, maior a penetrabilidade das suas questões na esfera pública” (PRUDÊNCIO, 2009).

Do ponto de vista da pertinência, o trato dos assuntos apresenta maior efetividade quando a produção dos conteúdos segue os mesmos moldes do texto jornalístico, o que mostra que o *gatekeeping* editorial permanece onipresente neste espaço.

Como traço positivo importante no ativismo digital, as redes permanecem abertas e seus atores são claramente mapeáveis (BENNET, 2004). O que leva a concluir que a rede absorve também grupos sociais com os laços existentes fora dela. Há potencial de formar coalizões mais amplas e flexíveis não somente com cidadãos, mas entre movimentos distintos. Percebe-se uma coexistência de diferentes movimentos alimentados por laços de simpatia e solidariedade. Por outro lado, considerando o interesse por uma participação pública mais democrática, percebe-se que nestes fóruns prevalecem os indivíduos mais interessados em política e seus assuntos, a exemplo daqueles existentes fora deste ambiente midiático (HINDMAN, 2009; PRUDÊNCIO, 2009).

Para Antoun e Malini (2010), mobilização, engajamento e atuação social são possíveis na internet em um contexto no qual as notícias podem ser apropriadas – mesmo que inicialmente no *frame* jornalístico – mas podem ser relidas, transformadas, reconstruídas dentro de uma esfera ampliada da comunicação em colaboração. O que caracteriza liberdade para a produção social. Ainda que exista um movimento de governos e empresas em tentar controlar (deliberada ou disfarçadamente) a sociedade em rede, os autores mostram que há exemplos no próprio ambiente TIC que comprovam que é possível fazer resistência ao poder e à grande mídia através das ações de mobilização nos diversos canais existentes na rede mundial de computadores. A descentralização do controle do pólo emissor dá poder discursivo a grupos colocados de forma contra-hegemônica, impossíveis agora de sofrer censura.

Ideia a que se contrapõe Chadwick (2006), ao identificar um corpo crescente de instituições que pensam a expansão da rede TIC científica e tecnologicamente, mas que sofrem forte influência de governos e empresas privadas. Censurar um conteúdo não é difícil, bastando que se controle o domínio que hospeda tal conteúdo. Daí o comportamento contra-hegemônico de *hackers*, muitas vezes, representar um valor positivo, ao mudar a hospedagem de um conteúdo incessantemente pela rede, de forma a tornar impossível a censura.

Ainda que movimentos de protesto tradicionalmente se apoiem em atividades como demonstrações públicas e piquetes, a internet tem mudado esta dinâmica ao promover digitalmente a difusão de ideias e práticas de protestos com rapidez e eficácia através das fronteiras nacionais (NORRIS, 2001). A ponto de temas globais passarem a compor uma pauta transnacional de interesses, tais como meio ambiente, mudanças climáticas, direitos humanos, combate à fome, antiglobalização, entre outros (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Castells (2011) analisa o fenômeno das redes sociais e seus efeitos em diversos campos, como o da política, interpretando o porvir que tais manifestações indicam na sua concepção, chegando a acreditar em um novo modelo de participação democrática:

“De que modo estas novas formas de expressão e de luta poderão transformar a sociedade? Em todas as mobilizações recentes, busca-se uma nova democracia [...]. Constata-se que, na Europa, as instituições que deveriam representar a sociedade – parlamentos e governos – perderam ou abandonaram este papel. [...] Quando há uma necessidade real, sentida em muitas sociedades, baste que a luta por ela comece a se expressar em alguma parte para que se difunda um sentimento de que ‘nós também podemos’”. (CASTELLS, 2011, extraído do *Internetsite* www.nosdacomunicacao.com, hospedado em 25/7/2011, acessível em www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G).

Gamson (1992) explica que a tríade ‘percepção de injustiça – exemplos anteriores – e responsáveis diretos’ confirma que, à medida que a circulação da informação acontece, ainda que em nações com liberdade de expressão restrita e controle de mídia, torna-se inviável exercer qualquer tipo de controle social que considere ignorar o sentimento popular. No caso dos países meso-orientais, fica explícito que uma juventude cada vez mais aberta aos valores da democracia trazidos pela comunicação que vem de fora – mesmo que de forma incompleta, parcial e idealizada pela indústria cultural europeia e norte-americana – começou a se questionar socialmente sobre o grau de satisfação com a condução ditatorial da vida pública, distante do ideal de liberdade (de expressão e oportunidades), igualdade (de direitos) e condições materiais (econômica e de consumo) que o ocidente desde sempre alardeia como as principais conquistas na emancipação do indivíduo.

As redes TIC, mais especialmente a internet, têm sido consideradas plataformas multifuncionais com amplo potencial para a difusão de inovações junto a uma considerável variedade de ferramentas para auto-expressão e criatividade (THEOCHARIS, 2010). Grupos estabelecidos pré-internet apropriam-se de tais inovações para aumentar seu poder de influência, tanto munindo seus membros de informações quanto pressionando os meios tradicionais de comunicação e agentes públicos. Em níveis distintos, tais inovações permitem práticas transformadas nas instituições. Tendem à transnacionalização dos movimentos sociais, não mais encerrada à geografia ou à noção de Estado, mas à afinidade e à convicção sobre determinada causa, sem com isso implicar necessariamente num traço de identificação ideológico profundo. Levam também à ação direta, em geral de caráter contestatório via *hackerativismo* ou produção de mensagens críticas com montagens e sobreposições do tipo *culture jamming* (CHADWICK, 2006; JENKINS, 2009).

Portanto, há um impacto do uso das TIC na *e-democracia* com elementos característicos. O primeiro é a possibilidade de criação de campanhas permanentes, cujo suporte não mais se dá por via deliberativa usual com o uso sincrônico de argumentos de parte a parte. Mas na passagem não-sincrônica de *links* entre indivíduos e suas redes contendo mensagens sobre os mais diversos assuntos ou causas. O que confere um caráter latente no tema, que pode aparecer em redes distintas em momentos específicos a depender do ritmo de passagem entre os nós da rede (CHADWICK, 2006). As características mantidas ou transformadas desta mensagem em cada passagem podem ser caracterizadas por uma série de atributos, como será visto adiante (RECUERO, 2009).

Segundo, esse caráter disperso leva à fragmentação ideológica, perda que é compensada, em contrapartida, pelas possibilidades de interação entre grupos no próprio espaço das TIC, ao congregar com facilidade segmentos de interesses difusos a baixo custo. O foco da mobilização é claramente ligado à prática. O que muda é a liderança das ações, cuja identificação dos coordenadores muitas vezes se torna impossível dado o caráter transversal da mobilização (BENNETT, 2003).

Terceiro aspecto transformado, a flexibilidade com que os grupos e movimentos conseguem mobilizar os seus membros. Um bom exemplo são as *smart mobs*, mobilizações instantâneas, sempre coordenadas via redes sociais, sem minucioso planejamento prévio, motivadas pela oportunidade de exprimir publicamente – e em escala visível e considerável – um sentimento compartilhado que toma forma repentinamente como uma espécie de consenso imediato. Inclusive, tais manifestações podem *a posteriori* tornar-se enquadramentos mais

perenes no seio de alguns grupos sociais, que vão se apropriar do tema como causas de atenção permanente (SHIRKY, 2008).

Quarta constatação é que a própria mídia tradicional premia e dá maior visibilidade ainda aos movimentos nas TIC que logram conquistar altos índices de atração de audiência *online*, legitimando o debate como algo presente na esfera pública. Por fim, coloca-se também em xeque a relação tradicionalmente estabelecida nos estudos da comunicação política entre a necessidade da presença física do indivíduo como fator de fortalecimento da mobilização. Movimentos *online*, teoricamente com laços sociologicamente fracos, parecem indicar que mesmo mobilizações com atores dispersos e fisicamente ausentes podem trazer resultados positivos (CHADWICK, 2006).

Em paralelo ao relativo enfraquecimento das instituições políticas e suas representações no modelo da comunicação massiva tradicional, presencia-se o aumento do interesse do cidadão em participar ‘à sua própria maneira’ da vida cívica, seja de maneira construtiva, tentando utilizar os recursos para ser mais ouvido nas decisões das instituições estabelecidas, seja de maneira disruptiva, tentando subverter ou mesmo sabotando as tentativas do poder estabelecido em se posicionar e submeter o espaço das redes digitais ao controle do Estado.

Nos modos de interação entre os diferentes atores, nota-se que uma série de arranjos se forma no terreno, com avanços e retrocessos, disputas e consensos, tornando-se a tarefa político-representativa cada vez mais complexa à proporção em que mais e mais grupos aderem ao modelo de comunicação digital e buscam se posicionar neste espaço. O trabalho do Estado aumenta neste contexto, em que deve não só dar voz a grupos de toda ordem, como também se apresentar como um ente capaz de ouvir as demandas e oferecer soluções compatíveis transformadas em políticas públicas.

2.2.5 Ambiente transformado pelas TIC e escolha pela pesquisa de campo

Percebe-se, portanto, que há movimentos tanto das instituições formais quanto dos indivíduos na conformação de um espaço diferenciado de circulação de opiniões. As instituições tentam se apropriar deste espaço imprimindo uma agenda que justifique e reitere a pertinência do conceito da representação política. Buscam incorporar ao mesmo tempo os indivíduos agrupados por laços racionais ou não-racionais (ao menos na sua concepção clássica), permanentes ou transitórios, reformistas ou revolucionários, travando batalhas por legitimidade neste ambiente em construção. O certo é que há uma disputa não só na

apropriação discursiva, como também nos aspectos regulatórios que conformam as práticas comunicativas.

De um lado, estão representadas as correntes que enxergam as redes TIC como um espaço que deve ser domesticado para reforçar as tradicionais estruturas institucionais já estabelecidas, dando transparência dos atos dos decisores, mantendo a estrutura centralizada na figura da elite política apta a conduzir os assuntos públicos e oferecendo mais e melhores serviços ao cidadão-cliente. De outro, tem-se a corrente que deseja não só melhorar os serviços e a visibilidade dos atos dos agentes públicos, mas fundamentalmente reformar as tradicionais estruturas políticas em seus déficits de representação, estabelecendo mais e melhores oportunidades de circulação de opiniões, levando a um amadurecimento social a ponto de permitir que haja uma deliberação mais ampla dos assuntos públicos através da escolha direta do próprio cidadão, ideal que se realiza não somente com a existência das ferramentas e disposição política para realizar tal infraestrutura de decisões, mas especialmente pela criação de uma cultura deliberativa nos seus moldes mais elementares de aprofundamento e inclusão.

É para testar de que forma se resolve esta bifurcação teórica que se coloca em discussão as teorias e as correntes discutidas anteriormente, refletindo no trabalho de campo. Será acertada a visão de que a internet possui positivamente os elementos para ampliar o engajamento e a participação civil, incluindo novos atores que, fora do ambiente digital, dificilmente teriam interesse ou tempo para se posicionar na esfera pública?

A discussão sobre o fenômeno complexo da comunicação em rede atualmente tem despertado o interesse de segmentos das Ciências Sociais. Mas linhas de estudos originadas em outros campos científicos desde os anos 1940, notadamente as Ciências Cognitivas, a Física, a Biologia, a Cibernética e a Ciência dos Sistemas Complexos, ajudam a formar novos referenciais sobre os aspectos da comunicação empregados atualmente. Dessa forma, a partir do próximo capítulo serão abordados elementos que nos parecem pertinentes para fechar o mapa conceitual do objeto de estudo.

3 INDICATIVOS SOBRE OS CAMINHOS DAS TIC E O PORVIR PROMETIDO

Até este ponto, discutiu-se sobre os modelos tradicionais de democracia e como o advento das TIC, com ênfase em como a internet divide o modelo de comunicação travado entre as instituições políticas e a sociedade. Para além da explicação determinista de que é a tecnologia que condiciona as mudanças, percebe-se que a técnica dá vazão a um comportamento oriundo de um crescente ceticismo em relação à representação democrática. Tanto em escala quanto em qualidade, sentimento esse que ou afasta grandes contingentes dos assuntos cívicos ou, no outro extremo, leva uma parcela menor de cidadãos, engajada e atenta, a buscar maior poder de voz nos processos de decisão política. Ao mesmo tempo em que não se menospreza o papel que tal tecnicidade desempenha nos arranjos sociais que atualmente podem ser vistos.

De forma que uma série de estratégias e práticas passa a ser empregada pelos atores que compõem a esfera pública nos níveis institucional e representacional, condicionando os seus modos de interação com a sociedade. Uma disputa se trava neste ambiente midiático ainda em formação, cujos contornos aos poucos vão se tornando perceptíveis. Ações das instituições formais em direção à sociedade são organizadas com o objetivo de reforçar os valores da representação, enquanto convivem com iniciativas que partem de indivíduos e grupos dispersos na sociedade, cujas coordenações se dão de maneiras inovadoras. Desafiam o modelo estabelecido a ponto de colocar em xeque não somente as instituições formais em seus processos consagrados, como também os meios de comunicação que as repercutem nos seus atos e decisões.

Mas esta crise (ou revolução, dependendo da perspectiva) não se constata somente no campo da política. Trata-se de um movimento presente em outros campos. Optamos por colocar em perspectiva a discussão travada nos campos das ciências cognitivas e da *cibercultura*. A constatação é que a interação com um novo ambiente midiático está condicionando novas formas de aprender, fazendo com que o indivíduo se sinta cada vez mais conectado socialmente. O que muda é a forma de aquisição de conhecimento. Uma proposta que se estabelece notadamente nos hábitos contemporâneos relacionados ao consumo, à produção e compartilhamento de saber. E, potencialmente, nos costumes cívicos, à proporção que a capacidade de agrupar pessoas se torna relativamente mais rápida e prática do que em outros tempos. Um retomar dos conceitos de compartilhamento de opiniões, não somente nos fóruns formais, mas em espaços onde outros valores como afetos, convivência e confiança se dão a partir do encontro casual de cidadãos, algo que o modelo democrático tradicional

entregava de forma incompleta, sobretudo pela impossibilidade de conseguir dar voz em escala aos diversos segmentos e grupos existentes na sociedade.

Se a comunicação mediada pelas redes TIC traz possibilidades interessantes para aprimorar o modelo representativo, dando mais voz aos cidadãos e capacidade de escuta para as instituições formais, a partir de ferramentas de coordenação e mensuração, mesmo que no presente momento ainda sendo um tanto vulnerável nos seus rumos, a depender da qualidade e do comprometimento dos experimentos atuais e seus resultados práticos (COLEMAN E BLUMLER, 2009), vale a pena conferir em outros campos resultados e características prescritivas de novos hábitos e comportamentos sociais.

Se tais hábitos e comportamentos estão se sedimentando como uma capacidade de adquirir conhecimento, de forma interativa e sob perspectiva diversa do modelo tradicional de educação, é possível que o aspecto do ‘aprender fazendo’ comece a migrar também para outros campos sociais, entre eles os assuntos cívicos? Será que uma nova forma de aprender, partindo de um modelo conectado e de compartilhamento pode eventualmente vir a exercer alguma influência na política? E como fica neste contexto a questão da escala, desde sempre um problema do ponto de vista da representação democrática tradicional? Grandes contingentes populacionais passam a ser efetivamente ouvidos e acompanhados neste modelo de comunicação, especialmente aqueles com demandas minoritárias, em que todos podem ser emissores e receptores? Que elementos no cenário atual provam que o cidadão conectado em um ambiente midiático interativo de mão-dupla participa mais amplamente dos assuntos cívicos?

3.1 Cognição ampliada a partir da cultura em rede

Importante neste contexto de mudanças e transformações com a consolidação da comunicação mediada por computador é a maneira como se conceitua a recepção, as parcelas do público a quem se dirige as mensagens. Uma das críticas apontada ao modelo massivo de informação resume-se à baixa capacidade de retorno da recepção em relação aos conteúdos a ela direcionados. Uma visão mais ampla sobre as avaliações do público se dá apenas a partir de sondagens de opinião, ferramentas cientificamente válidas, mas restritas às próprias técnicas metodológicas.

No modelo de comunicação atual, presencia-se a transformação nas formas de considerar o público. Na era da comunicação ‘um-muitos’, o público era chamado de ‘audiência’ e o perfil deste agrupamento partia de elaborações sócio-demográficas consagradas, gerando agrupamentos perenes, algo conveniente nos estudos empíricos. Na era

da comunicação em rede, novos modelos comunicacionais começam a ser propostos (‘muitos-muitos’, ‘um-muitos’, ‘muitos-um’) e a visão sobre os agrupamentos da audiência começam a se dar tanto pelos perfis sócio-demográficos quanto censitariamente pela adesão abertamente declarada. E o que se revela são cortes inesperados a partir de afinidades, identificações, interesses múltiplos e cruzados, distribuídos por segmentos de audiência não mais recortáveis pela geografia clássica (regional e nacional), mas também transnacionalmente, a depender do tema. Formas diferenciadas de se considerar a audiência surgem daí, trazendo à tona novos (ou até então invisíveis?) hábitos e costumes de indivíduos e grupos.

Diante da imersão crescente de contingentes populacionais nas experiências *transmidiáticas*, torna à baila a antiga preocupação sobre os efeitos que os meios de comunicação produzem nos grupos sociais e indivíduos. Num primeiro momento, a principal crítica em torno da inteligência coletiva que se forma baseada no discurso do entretenimento é a coroação de um dispositivo ‘entorpecedor’ ligado ao lazer das massas, no que pese evidências mostrando que algumas iniciativas de mobilização inicialmente voltadas para o entretenimento extrapolaram os limites da distração banal e se tornaram movimentos legítimos de reivindicação (BENKLER, 2006; JENKINS, 2009; SHIRKY, 2008 e 2010). Retomam-se as teorias sobre opinião e esfera públicas, diante das possibilidades nascentes de participação em um espaço que pode no futuro migrar da experiência do entretenimento para outros campos cívicos. Esta inteligência coletiva estaria, assim, treinando e aperfeiçoando-se nas ferramentas informacionais, interativas e imersivas das redes sociais digitais, permitindo desenvolver habilidades e saberes com potencial de alterar os arranjos existentes na esfera pública como um ‘sistema emergente’.

Sistemas emergentes são caracterizados pela lógica da organização de redes da base para o topo (*bottom-up*). A origem de tal conceito provém das observações feitas inicialmente no campo da Biologia, mostrando que um organismo possui a capacidade de formar estruturas complexas a partir de interações simples para resolver problemas pontuais em certo ambiente. O movimento de passagem das regras de níveis baixos para níveis mais altos e sofisticados caracteriza um refinamento do sistema, cerne do conceito de ‘emergência’ (JOHNSON, 2003).

Nesses sistemas, a ausência de uma instância central de ordem superior determinando os caminhos é suprida por sucessivos processos de adaptação. Nesta lógica de tentativa e erro, as soluções encontradas vão formando padrões de organização. Estes padrões se solidificam e passam de uma a outra geração, criando uma regra. Embora nem sempre a solução da auto-organização seja a mais racional e lógica, em geral é a mais eficaz e bem-sucedida como

solução a ser adotada em situações futuras de igual natureza. Nos sistemas emergentes a ausência seria, portanto, de hierarquização e não de ordenamento. Prevaecem as regras que são mais efetivas para o sucesso de um determinado agrupamento (de organismos ou pessoas) no desafio de prolongar a sua existência ao longo do tempo.

A inteligência coletiva é encarada como um movimento de auto-organização emergente, ampliada pela conexão exponencial de indivíduos no suporte da rede mundial de computadores (LÉVY, 1993). A partir de seus usos e apropriações, irrompe uma cultura em rede transformada em diversos aspectos por conta da tecnologia e novos padrões de comportamento. Como sistema emergente, a soma das contribuições de cada indivíduo forma uma nova ecologia de pensamento, cuja conexão de cérebros no suporte das redes pode gerar novas e inesperadas configurações.

Os grupos que se formam na rede em grande parte se organizam espontaneamente por laços informais, resolvem tarefas simples, produzem informações, armazenam e sustentam a memória, formam padrões que, ao final do processo, levam ao conhecimento. Trata-se da geração de um conhecimento que evolui da base para o topo, sem uma instância diretiva pensando a lógica deste sistema racionalmente. Este processo remete aos campos da ciência que lidam com o aprendizado.

A internet e demais conexões do sistema global de informação formam mais um ambiente de cognição ampliada no qual a conexão dos cérebros se dá através do suporte descentralizado e ativo das redes de comunicações. É neste sentido que tarefas banais sendo desenvolvidas em rede podem ser encaradas como um processo de aquisição cognitiva. Como sistema emergente de aprendizado, exige certo tempo de adaptação às suas ferramentas e entendimento das normas e valores que os grupos desenvolvem. O tipo de conhecimento que pode gerar ainda está em fase de amadurecimento. Trata-se de um sistema se auto-organizando através de processos de cognição distribuída passando pela memória, confirmação de padrões, inferências, consolidação de raciocínios e aprendizados (HUTCHINS, 1995).

O vertiginoso e acelerado crescimento das redes TIC aliado a uma adoção social em massa de tal aparato nas décadas recentes parece finalmente ter sedimentado o movimento da *cibercultura*. Como pontos principais desta cultura que converge nas redes de informação, destacam-se a interatividade, a produção do conhecimento coletivo (LÉVY, 1998) e uma progressiva descentralização do fazer midiático, agora cada vez mais acessível pela possibilidade de produção e difusão com baixos custos no espaço da internet (JENKINS, 2009).

“Mas como se forma o poder? Ele está fundamentalmente em nossas mentes: não fora, mas dentro de nós. [...] Por isso, a batalha do poder está em nossas mentes, na forma que pensamos. Ela determina o que fazemos. E as mentes são redes: redes neurais, que formam suas visões de mundo, suas concepções, em relação com outras pessoas, outras mentes, outras redes de neurônios e com as redes de nosso entorno social e natural. [...] Tudo isso é o processo de comunicação. Ela é simplesmente a conexão entre distintas redes neurais. O entorno comunicativo e o que se passa nele é [...] o elemento fundamental através do qual nossas mentes funcionam e, portanto, formam-se as relações de poder”. (CASTELLS, 2011, extraído do *Internetsite* www.nosdacomunicacao.com, hospedado em 25/7/2011, acessível em http://www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G)

Nesses primeiros 20 anos, a Internet cresceu e se firmou como mídia tomando por base o conteúdo do entretenimento. O atual momento parece indicar que este meio se prepara para começar a definir suas características por conta própria. A primeira fase da internet foi marcada pelos sites que mais se assemelhavam a informativos digitais, requeitando conteúdo das demais mídias, sobretudo a impressa. Já se enquadra a internet em uma nova fase, a 2.0, cuja principal característica é a interatividade ampliada pelos canais sociais, a produção entre pares (*peer-to-peer*), oferta de *software* como serviço com distribuição em escala, acesso ao código-fonte dos programas de forma ampla e irrestrita, inclusão do usuário não-especialista como co-desenvolvedor da programação ou do conteúdo, entre outros aspectos (O'REILLY, 2005; AGGIO, 2010).

A este espaço virtual, inicialmente campeado pelo entretenimento como mobilizador de grandes contingentes de usuários (JENKINS, 2009), outras experiências sociais começam a tomar forma, a ponto de se falar do espaço virtual como um 'terceiro entorno' educativo (ECHEVERRÍA, 2003). Tendo a história do homem partido do processo de transformação da natureza (primeiro entorno), passando pelos agrupamentos nas cidades (segundo entorno), neste momento encontra no espaço virtual e dos meios de comunicação uma ambiência social em vias de construção, com possibilidades transformadas de participações (ativas ou passivas), associações e manifestações por meio eletrônico.

Do ponto de vista do comportamento da audiência, o que muda na relação dos meios tradicionais de comunicação para a lógica transformada da comunicação digital são a maior participação do usuário na busca da informação desejada, a exploração dos ambientes digitais e a produção ou criação de conteúdos com ferramentas geralmente disponíveis gratuitamente ou a baixos custos na própria rede; aprendizagem de linguagens, interfaces e softwares; interações sociais tendo por base um sistema emergente de produção do conhecimento (RÉGIS, 2010).

À medida que o conteúdo informativo da comunicação política incorpora mais elementos do entretenimento e do espetáculo, a cobertura da imprensa se reveste de drama e humor, a política perde a conotação de assunto sério e protocolar. As apropriações deste conteúdo passam a se inserir na lógica de produção emergente que se dispersa pela rede. A ponto dos próprios atores institucionais se enquadrarem para atender a tais demandas. Neste sentido, o conteúdo da política está a reboque também dos enquadramentos *bottom-up* cujo controle não se dá necessariamente por meio de quem produz a informação, mas também na audiência que a consome, que passa a transformar tais mensagens no fluxo de sua passagem.

Vale frisar, conceitos como conversação pública, participação consensual no processo de escolhas, elaboração popular de propostas da sociedade para as instituições, entre outras diversas formas de engajamento cívico são atributos que recentemente começam a ser trabalhados com a perspectiva de se integrarem aos modelos consagrados da democracia. Já que somente no momento contemporâneo os atores políticos tradicionais admitem que tais ferramentas sejam adotadas socialmente de uma maneira viável e que transforma o fluxo comunicativo. Uma vez mais, tais ferramentas formalizam visões distintas sobre o grau de representação e o processo mais adequado no plano institucional para efetivá-la. Há que se observar nos próximos anos de que maneiras as ferramentas TIC foram incorporadas no fazer político, não somente alterando o fluxo de conversação, mas se e como são incorporados formalmente nos rituais de decisão em instituições de todas as esferas.

De acordo com os preceitos das teorias da *cibercultura* e dos sistemas complexos, a infraestrutura técnica seria o aspecto material de uma rede que está conectando humanos e máquinas a partir de novos arranjos, propiciando formas diferentes não só de aquisição cognitiva relacionada com as capacidades superiores da mente, mas também na forma como o próprio corpo participa no processo de aprendizado (REGIS, 2010).

Torna-se necessário questionar o suposto antagonismo que analisa o fenômeno pelo prisma do ‘determinismo social’ ou pelo viés do ‘determinismo técnico’ (CHADWICK, 2006). Mais do que a distribuição massiva em caráter comercial de objetos técnicos e conteúdo digital, a lógica da rede permeia antigas interações e condiciona novas formas de relação entre indivíduos e instituições, que ora se apropriam do modelo em rede, ora são condicionados pela própria natureza técnica do meio a se posicionarem institucionalmente, não mais detentoras dos canais e seus fluxos de comunicação. Em ambos os casos, a comunicação surge como atributo a ser valorizado e objeto de disputa na esfera pública.

Pensar o conceito de aquisição cognitiva com o uso das redes TIC indica o caminho que aproveita os pontos fortes tanto da corrente social quanto da técnica, sem deixar de lado

os seus aspectos vulneráveis. As questões se apresentam uma vez mais. Afinal, o emprego massificado dos objetos técnicos ligados às redes TIC têm potencial para transformar a maneira como os indivíduos se relacionam com as instituições democráticas? E mesmo fora do caráter institucional, no cotidiano social, que valores podem ficar a partir da popularização da comunicação mediada pelas redes telemáticas?

Entre os avanços e vulnerabilidades, cresce a rede de comunicação mediada por computador. E neste contexto, interessa particularmente entender como a população jovem de uma grande cidade brasileira entende as propostas e processos da democracia, incorporando a cultura do ciberespaço nas suas práticas cotidianas. Será que a rede TIC, de fato, participa na ampliação cognitiva do jovem carioca usuário da internet? Em caso positivo, é possível ver tais reflexos no conhecimento, confiança e participação cívicos?

3.2 Pontos pacíficos sobre as hipóteses transformadoras da cultura em rede

O uso dos objetos técnicos se traduz em potenciais ganhos cognitivos, em especial propiciados por uma conexão descentralizada de indivíduos e grupos em termos de geografia e tempo, além da perenidade do conteúdo que fica arquivado no repositório deste espaço. Nota-se que os recursos são paulatinamente adaptados para usos intuitivos e facilitados, possibilitando a adoção não só pelos *experts* em tecnologia, mas também por contingentes de não-especialistas, com condições de usar, elaborar e publicar seus conteúdos. O desafio passa a ser atrair a atenção diante ante um contexto em que todos são comunicadores.

Fundamental lembrar que o objetivo da comunicação via redes digitais nem sempre é voltado a atingir grandes audiências. Dado o caráter convergente, no qual a rede digital passa a acomodar muitos outros meios, torna-se importante pensar que ali também se estabelecem relações do tipo ‘um-um’, ‘um-poucos’, ‘poucos-poucos’, proporcionados pelos meios de comunicação interpessoal que utilizam a mesma base técnica, tais como e-mails, *chats* e telefones sobre base IP ou mesmo comunidades ancoradas em sites de relacionamento, de onde emergem ou se reforçam relações pré-existentes situadas em um espaço de significação, área tal compartilhada por grupos restritos e reunidos por algum laço de afinidade (SHIRKY, 2008). Nem sempre o objetivo último da produção de um grupo ligado via redes TIC será produzir algum tipo de conteúdo para ampla difusão, mas sim compartilhar ideias e informações importantes em espaço restrito, voltado a alimentar e manter o próprio grupo, ainda que com poucos membros listados em tal comunidade.

A este fenômeno da produção descentralizada, raramente voltado a se tornar um *hit* de audiência, Anderson (2006) incorpora o seu conceito de ‘cauda-longa’. Baseado na teoria das

redes, o autor identifica que dentro de cada agrupamento na internet constata-se um desequilíbrio entre uma parcela reduzida de indivíduos que contribuem em grande volume no processo de produção de um conteúdo enquanto há uma maioria que contribui pouco e de forma dispersa, mas ainda assim participa da rede, mesmo que apenas observando sem se manifestar. A cauda-longa não podia ser contemplada no modelo de comunicação tradicional, uma vez que o aparato técnico e as limitações de tempo e espaço do modelo transmissionista obrigavam os programadores de conteúdo a escolherem o menor denominador comum, supondo que esse denominador traduzia a necessidade e o desejo da maioria.

O modelo da cauda-longa, que tem como ênfase discutir o consumo de conteúdo cultural e de entretenimento, vai defender que mesmo aqueles conteúdos que eventualmente não sejam *hits*, devem ser colocados nos repositórios da rede, de forma que uma audiência dispersa geograficamente, por isso mesmo invisível às lentes do *marketing*, possa encontrá-los. A estratégia dos distribuidores de conteúdo deve se focar, na visão do autor, em disponibilizar o máximo de informação na rede digital; repassar o ganho econômico de escala com a logística digital baixando significativamente os preços; e mostrar para o consumidor o caminho para adquirir o conteúdo desejado (ANDERSON, 2006).

“[...] É a criação de novas formas de democracia. O mais importante não é o que se propõe, mas como se propõe. Não é tanto o que se faz, mas como se faz. Uma democracia futura não sairá de documentos, por mais completos e bem formulados que sejam. Sairá de práticas coletivas, que vão experimentando novos mecanismos de deliberação, representação e decisão [...]. O resultado disso seria a substituição da democracia dos partidos para a democracia das pessoas. É essencial o que já está sendo feito, que não haja líderes no processo, que se troquem as posições de influência, que se mantenha a abertura total e tolerância total ao debate. O direito à estupidez é um direito humano fundamental e deve ser respeitado. Que não haja mecanismos formais de militância, [...] que se confie, sobretudo, na capacidade coletiva, por interação, por uma estrutura em rede, de autocorreção dos defeitos, no conjunto da sociedade. [...] Não defendo isso como modelo único, mas em uma fase de experimentação. Essa forma de participação permite ver a emergência de modelos distintos, na prática”. (CASTELLS, 2011, extraído do *Internet site www.nosdacomunicacao.com*, hospedado em 25/7/2011, acessível www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G).

Para além da constatação técnica, os usos e as apropriações que socialmente se estabelecem ao consumir e produzir informação leva a formas de cognição individual e coletiva com características diferentes. Na perspectiva do indivíduo, mais do que um passatempo ou puro entretenimento, existir na rede torna-se uma necessidade. Formas diferenciadas de relacionamento são ocasionadas por este espaço virtualmente concebido, mas igualmente sentido e vivido pelos indivíduos imersos neste campo de subjetividade (LEMOS,

2002). Do ponto de vista coletivo, comunidades são levadas para este campo de interação ampliada ou mesmo formadas neste suporte, compondo novos agrupamentos sociais. Estes grupos sociais interagem e colocam em prática uma série de estratégias observáveis nas redes sociais clássicas, como a cooperação, a competição e o conflito (RECUERO, 2009).

Embora sem um objetivo específico de uma instância planejadora, o que resulta dos sistemas conectados na rede leva ao consumo da mídia internet de maneira diferente daquele que se faz dos meios tradicionais. Entre eles, o comportamento dinâmico do público em buscar informação ao invés de passivamente esperar que um meio a ofereça, notadamente nos segmentos do entretenimento e lazer. O conteúdo tradicional, ao que parece, já não é mais suficiente para suprir uma necessidade cada vez mais premente do público de interagir com as obras. Daí que novos canais de interação são pensados a partir de um suporte de produção mútua de conhecimento e imersão mais aprofundada (JENKINS, 2009; REGIS, 2010).

Este comportamento propiciado pela rede é caracterizado como uma forma descentralizada de construção de nova mídia, congregando pessoas em torno de ideias e conteúdos presentes nas comunidades digitais. Diferentemente de todos os demais meios de comunicação, a fragmentação da produção de conteúdo segue a lógica do redesenho de papéis entre emissores/receptores munidos de ferramentas disponíveis na própria rede gratuitamente ou a custos acessíveis, embora o que ainda se produz tem por base o conteúdo dos meios tradicionais de comunicação (WOLTON, 2007; PRUDÊNCIO, 2009; JENKINS, 2009), com ênfase no entretenimento.

Nesta linha otimista da transformação do espaço de comunicação com a possibilidade de fazer emergir um novo tipo de comportamento cívico residem as principais defesas sobre a expansão das redes TIC. Mas ainda aqui há pontos cruciais que devem ser contemplados, evitando-se assim um posicionamento engajado em demasia diante daquilo que ainda se apresenta como pontos que tornam vulnerável a expansão deste espaço.

3.3 Pontos discutíveis sobre as hipóteses transformadoras da cultura em rede

Torna-se importante assumir também as críticas relacionadas à expansão desta infraestrutura global de comunicação. São listadas algumas das constatações mais recorrentes, que direciona suas análises para aquilo que pode ser definido como ‘abismo digital’.

O conceito de abismo digital acontece quando há contingentes que permanecem excluídos das benesses de uma sociedade conectada em rede, a despeito da expansão da base técnica das TIC. Há uma série de variáveis fundamentais para explicar o quadro de exclusão. Elas podem ser resumidas pelos aspectos de ‘desenvolvimento econômico’; ‘infraestrutura

tecnológica específica'; 'ambiente regulatório e político'; 'capital humano'; 'grau de maturidade do modelo democrático em si' (CHADWICK, 2006).

Uma ilustração pertinente toma de empréstimo o conceito da cauda-longa aplicado ao processo de participação cívica. Pesquisas não confirmam os resultados positivos como originalmente se observa nos hábitos de consumo cultural. A cauda-longa ocorre no contexto da comunicação política, colocando na faixa dos que mais produzem e discutem os integrantes de uma elite já ocupantes dos espaços institucionais e cientes do uso das ferramentas TIC para ampliar sua faixa de influência traduzida em capital social. Enquanto que na maioria restante posicionam-se aqueles que ignoram ou só observam os assuntos cívicos, a reboque das discussões travadas. Observa-se que em relação ao total de acessos na rede, os assuntos cívicos são os menos buscados, quando comparados com outros, tais como pornografia, serviços de e-mail remoto do tipo *internetmail*, sites buscadores e notícias em geral. No contexto norte-americano, por exemplo, a relação é de um acesso a site relacionado à política para cada 100 acessos a sites de conteúdo adulto. Os que acabam por acessar informações ligadas à política são aqueles que já se interessam, participam e influenciam na formação da agenda dos assuntos públicos fora da internet (HINDMAN, 2009).

O contexto de boa conectividade tampouco garante maior profundidade. Limitação relacionada ao capital humano refere-se às barreiras de comunicação e a dificuldade de sintonia e empatia entre os grupos, por vezes colocados de forma contraditória, tornando as discussões superficiais e pouco esclarecedoras. Tais espaços têm servido para reforçar valores sedimentados ao invés de necessariamente gerar discussões racionais mais informais sobre os assuntos públicos (SUNSTEIN, 2009). Neste aspecto, o anonimato acaba por gerar menor comprometimento do indivíduo em respeitar as regras da boa-conduta social. Alguns autores vão sustentar que o espaço de contato criado pelas redes TIC reforçam antigos problemas sociais constatados em sociedades urbanas mais antigas, cujo efeito mais importante é a queda do senso de comunidade. Hábitos e costumes oriundos de isolamento, fragmentação, individualismo competitivo, perda de identidade local, declínio da estrutura familiar e religiosa, declínio de formas de engajamento e comunicação com laços afetivos, todas as mazelas sociais tradicionais que desembocam em impessoalidade em um nível ainda mais alto, o que leva a uma linha de estudos a identificar uma espécie de 'individualismo conectado' (WELLMAN ET AL., 2003), o aspecto transformado das relações sociais que se estabelecem a partir da incorporação das TIC aliada a uma ordem *consumerista*.

Destacam-se as ausências de condicionamentos do tipo mental, material, de habilidades e de uso (BIMBER, 2000; WILHELM, 2000; DIJK e HACKER, 2003).

Principalmente ligada à questão da idade, esta limitação aponta que as gerações mais velhas que não viveram a emergência da lógica dos programas e equipamentos de informática sofrem um processo de exclusão inicial que varia em um espectro que vai desde o baixo interesse em aprender a usar tais tecnologias até a dificuldade em lidar com as novas linguagens e habilidades que a lógica em rede propõe para se aproveitar de tais recursos em sua totalidade.

O modelo democrático praticado em cada país também influencia. Importante destacar que cada nação introduziu os conceitos de governança da *e-democracia* com objetivos distintos. Em boa parte, a promessa dos sistemas TIC estava mais relacionada com a melhoria da gestão administrativa da máquina pública e de uma maior transparência do uso de recursos de governos. Embora tais objetivos fossem declaradamente apolíticos na sua concepção, desde cedo mostraram que visões bem delineadas do modelo de gestão pública liberal estavam refletidas nos padrões de operação desenhados com os sistemas e visões singulares sobre o papel do Estado. Daí que redesenhos forçados de sistemas, ameaças sindicais, acusações de vigilância e invasão de privacidade, recusa efetiva em utilizar os programas de informática, entre outras formas de resistência, são apenas algumas das tantas reações que a introdução da tecnologia no ambiente da administração pública vem provocando.

Demais críticas se colocam ante as promessas transformadoras da sociedade em rede propondo analisar com reserva atributos aceitos como positivos pela sua ampla adoção, tais como a globalização, a suposta descentralização do poder e a emergência do comportamento de cunho libertarianista. Tais observações se dirigem ao engajamento sem reflexão aos valores da ultra conexão tecnológica, como se as relações de poder no plano internacional também não se movessem e transformassem junto com o cenário que se desenha (CHADWICK, 2006; SUNSTEIN, 2009).

Outra crítica aponta as consequências do modelo de distribuição em rede entre pares para aspectos da propriedade intelectual e dos direitos autorais. Contrariando as premissas *hackativistas* de que o conhecimento deve ser utilizado como um recurso livre e gratuito, sendo a tecnologia o veículo para mudar a vida para melhor (LÉVY, 1984), um argumento a considerar é o de que o trabalho remunerado ajuda a aprofundar e especializar os ramos do saber em todas as vertentes. Keen (2009) afirma que é nocivo o modelo que emerge da comunicação mediada por redes TIC, cujo compartilhamento entre pares representa uma real ameaça à produção profissional de conteúdo, seja ela nas editoras científicas, nos meios de comunicação ou na indústria do lazer.

Ainda do ponto de vista do indivíduo, embora haja uma aversão a qualquer tipo de controle, um contrassenso acontece com o hábito cada vez mais arraigado de lançar informações pessoais na rede. Coloca-se em xeque o direito à privacidade. Isso quando não se ignora o fato de que toda e qualquer ação feita por um indivíduo ao enviar, receber ou buscar a informação na rede passa a ser arquivada nos repositórios dispersos, formando perfis de usuário, cuja segmentação automática acaba por ser utilizada com finalidade comercial, com expressa anuência dos usuários que aceitam os termos e condições (mesmo sem ler) para se tornarem membros nas diversas redes sociais de acesso ‘gratuito’ (KEEN, 2009).

Levando para a vertente dos meios de comunicação, estudos apontam que os portais mais acessados da internet geram concentração igual ou maior do que aqueles veículos tradicionais que se tornam líderes de audiência (HINDMAN, 2009). Essa constatação reforça a crítica de que, ao invés de democratizar a circulação de ideias, a internet vai se firmando como um veículo que tende a concentrar audiência. Não mais uma concentração por mídia, mas pelos diferentes portais que congregam boa parte do fluxo de usuários e poderosos direcionadores da atenção do público.

4 JUVENTUDE, VALORES DEMOCRÁTICOS E A LÓGICA TIC

Como estudo voltado a verificar os efeitos da cultura que se desenvolve a partir dos usos e apropriações das TIC em um determinado segmento social, optou-se por escolher a juventude carioca de 17 a 24 anos já eleitora e manifestadamente conectada como agrupamento específico. As razões por tal escolha consideram os achados que se consagraram sobre a juventude brasileira: baixo interesse pela política tradicional, como será abordado adiante, cruzando-se com as teorias anteriormente estudadas de tendência à alta adesão aos objetos técnicos TIC, em especial a internet, como visto nos capítulos anteriores.

Em relação ao baixo interesse pela política tradicional, a exemplo dos adultos, prevalece a visão de que a juventude apresenta apatia pelos assuntos cívicos. Primeiro, por conta do entendimento do aspecto eminentemente institucional da vida política. Algo *a priori* distante e encerrado a uma elite preparada, tendo o jovem poucos ou nenhum recurso para interferir no processo de decisão pública. Como efeito direto, os assuntos políticos atraem menos atenção, canalizando-se tal energia para outros temas mais próximos do cotidiano desta juventude, como o entretenimento, a cultura e a religião. A não ser que o escândalo midiático mude este nível de interesse em momentos pontuais (CARDOSO, 1995).

Característica que se entrecruza com a emergência de comportamentos pós-materialistas, termo empregado por Inglehart (1997), que se evidenciam por um crescente desinteresse e ceticismo sobre o processo de representação democrática, embora ainda sejam apreciados certos valores do modelo, como a liberdade de expressão. Sem esquecer que, também como característica da época, este jovem desde cedo é estimulado a desenvolver suas habilidades para uma vida voltada ao trabalho e ao consumo. Daí surgindo comportamentos de resistência ou contestação a tais valores, mas jamais os abandonando por completo. Antes de mudar o mundo, este jovem é estimulado no seio familiar a garantir sua própria condição de sustento no futuro próximo (TEOCHARIS, 2010).

Atento ao próprio espaço que tem a conquistar no mundo e sentindo-se afastado do processo de decisão política, o senso-comum costuma indicar que este jovem tende a apresentar limitado conhecimento formal dos valores democráticos, baixa confiança no modelo adotado e fraco interesse pela participação política.

O que não se confirma na prática. Estudos recentes apontam a emergência de outros valores relacionados à democracia para esta juventude. Não necessariamente enquadrados no formato tradicional, como será abordado adiante, mas atentos a outros paradigmas, que

desafiam não somente o conceito atual de política, mas também os enquadramentos dos limites do Estado, ao se observar engajamentos a ações transnacionais de mobilização (VENTURI, 2005).

Quanto à alta adesão aos meios TIC, constata-se que a totalidade desta juventude já nasceu inserida na lógica dos meios massivos de comunicação, sendo que parte deste agrupamento aprendeu a lidar especificamente com os meios TIC ainda na idade de alfabetização, entre cinco e dez anos, considerando o período de consolidação da internet a partir de meados dos anos 1990 no Brasil. Hoje, estima-se que 68% dos jovens entre 16 e 24 anos utiliza ativamente a comunicação via redes TIC, na maior parte dos casos a internet e o telefone celular (CGI, 2010).

Pode-se dizer, portanto, que o cidadão digital nato é mais habituado com os equipamentos TIC e teria maior propensão a desenvolver uma cultura de comunicação. Como também parece lógico que, para este público, tende a ser alta a propensão a agir criativamente com tais ferramentas, já que elas estão incorporadas desde cedo no seu cotidiano.

Assim, interessa para a fase de campo da pesquisa a tarefa de sondar o receptor dos conteúdos políticos que circulam na esfera pública contemporânea. Seja através dos meios tradicionais ou TIC, identificando os respectivos repertórios de ação que se desencadeiam e quais são as atitudes que se formam a partir desta experiência. É preciso explicar o que pesquisas anteriores apontam como valores democráticos para esta juventude e como a lógica TIC, nos achados de trabalhos precedentes, tem sido empregada para aumentar a confiança no modelo democrático brasileiro e nas formas de engajamento do jovem.

4.1 Cenário: juventude como fenômeno demográfico

Do ponto de vista da demografia, a juventude é uma população numerosa para a democracia de massa atual. Dados do IBGE (2002) indicam que a população entre 15 e 24 anos corresponde a 20% da população brasileira. Algo em torno de 34 milhões de pessoas. No sudeste, este índice chega a 39,6% da população.

Do ponto de vista da representação eleitoral, atualmente existem em torno de 136 milhões de eleitores ativos no Brasil, de todas as idades, segundo o cadastro do Tribunal Superior Eleitoral (dados de 2011), dos quais 24 milhões são jovens entre 16 e 24 anos. No momento, 18% do eleitorado já é representado por este segmento da população nacionalmente. No caso do estado do Rio de Janeiro, 15% dos eleitores se encaixam no segmento jovem.

Especificamente na cidade do Rio de Janeiro há cerca de 4,7 milhões de eleitores de todas as idades (40% do total do estado), dos quais cerca de 580 mil dos cadastrados são eleitores jovens com idade entre 16 e 24 anos. Assim, pode-se afirmar que 13% da população apta a votar na cidade do Rio de Janeiro enquadra-se no segmento proposto. Em termos de gênero, 51% do eleitorado jovem da cidade é de mulheres e 49% é de homens. O agrupamento mais numeroso dentro do segmento escolhido é de 21 a 24 anos, representando 59% do total de eleitores jovens na cidade.

São dados que mostram que, ainda que relativamente menor do que a média nacional de 18% da base total de eleitores, os jovens na cidade do Rio de Janeiro têm importante peso relativo na competição eleitoral (13%), justificando sua escolha como agrupamento específico, além de ser o segmento no qual o uso dos aparatos e da cultura TIC é verificada de forma mais ostensiva. Ainda que se reconheça que não é de 100% o nível de adesão do jovem carioca às redes TIC, admite-se que o índice de usuários siga os contornos da região sudeste. De acordo com o IBGE (2008), de uma taxa de 40% da população brasileira então conectada, a taxa de penetração das TIC entre o jovem há quatro anos, considerando o agrupamento na região sudeste, era de 74% entre 15 e 17 anos; 69% entre 18 a 19 anos; e 62% entre 20 a 24 anos. Seria razoável constatar em próximas rodadas da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, os dados disponíveis eram de 2008, uma taxa ainda maior de uso da internet entre o segmento jovem, dada a crescente popularização dos serviços de acesso à rede global de computadores.

É esta geração de cidadãos que vai agenciar a utilização dos meios TIC no agir comunicativo da esfera pública política nos próximos anos. Resta saber se a partir de perspectivas inéditas. Muitos dos sucessos e dos fracassos na fase atual vão condicionar os aprendizados da cidadania sobre os arranjos possíveis a partir de uma cultura que se apropria das tecnologias digitais. Não que as outras faixas etárias não participem deste agenciamento, mas esta geração digital nata é a única que lida com a tecnicidade e a cultura digital como uma extensão quase natural do seu processo de formação cognitiva. O que de certa forma confere vantagem na forma de apropriação se comparado com aqueles atores que aprenderam a utilizar as redes TIC depois de conhecerem repertórios de ação *offline*.

É natural que os atores tradicionais já presentes na esfera pública política tentem condicionar as práticas discursivas na rede conforme seus interesses e visões. Mas um fazer político com características diferentes parece emergir. Ainda que tais atores tradicionais tentem colonizar o espaço da internet, há indícios de que a juventude busca outros campos para agir politicamente. Tal constatação é vista claramente nas mobilizações transnacionais

ligadas a meio ambiente, direitos humanos, combate ao liberalismo e consumismo, entre outros assuntos difusos transnacionalmente (TEOCHARIS, 2010).

Que tipos de repertórios políticos formais e informais poderão ser vistos no segmento jovem carioca usuário de internet?

4.2 Jovem e seus repertórios de participação na democracia tradicional

O tema sobre os repertórios de ação política do jovem brasileiro é relativamente recente nos estudos sociológicos brasileiros. A partir da redemocratização, aumenta o número de análises que refletem sobre os referenciais políticos que delineiam o comportamento da juventude.

Na perspectiva histórica, os achados indicam que há uma mudança de paradigma entre as gerações jovens dos anos 1960 e 1970 para aquelas dos anos 1980 e 1990. As gerações dos anos 60 e 70 estavam ligadas ao movimento estudantil e interessadas no contexto político tradicional, em geral relacionado a espaços institucionais, como partidos políticos e sindicatos, ainda que para implodi-los em seus formatos. Nos anos 80 e 90, emerge a cultura das tribos urbanas, passando o interesse das instituições formais para movimentos sociais específicos concernentes à cultura e à religião (CARDOSO, 1995; ABRAMO, 2003). A juventude dos anos 90 caracteriza-se pelo distanciamento das utopias transformadoras. Afastamento que se explica, em parte, pela consolidação do dispositivo da individualidade. Participar neste contexto transformado é algo a ser conciliado com interesses individuais diretos e autônomos. Passa-se a uma adesão negociada considerando o cálculo individual dos custos e benefícios diretos no aspecto cotidiano e, mesmo, como isso ajuda construir sua vida futura (SOUSA, 1999).

É fora de contexto, portanto, a comparação que habitualmente se estabelece entre as gerações de 60 e 70 com aquelas de jovens dos anos 80 e 90, já que ambas compartilham espaços de sociabilidade distintos, principalmente em função da ambiência de cada época (CARDOSO, 1995). Se nas gerações anteriores a visão sociológica importava preponderantemente, nas gerações mais atuais os sentimentos individuais condicionam os debates da agenda pública. Daí que o cultural, o religioso e até mesmo o lúdico adquirem outros contornos como espaço de significação e posicionamento cívico (NOVAES, 2000).

“Muitas vezes os pesquisadores e as lideranças investem na juventude expectativas de mudanças extraídas de outros contextos, que não condizem com a trajetória histórico-cultural do país nem com os incentivos e condições abertos à sua participação.” (KRISCHKE, 2005, p. 323-324).

O jovem dos anos 2000, portanto, segue uma tendência cujo ponto de inflexão se deu justamente na mudança de paradigma entre as duas gerações anteriores. E chega nesta fase da vida imersa em outro ambiente institucional no país. Daí que os repertórios de adesão à democracia se deem sobre bases ideológicas e materiais distintas. Entre esses fatores, destacam-se questões como educação, trabalho e política.

Em pesquisa organizada pela Fundação Perseu Abramo, Venturi (2003) constata que trabalho e educação são os assuntos que mais mobilizam o jovem no dia de hoje. A questão do emprego contempla a apreensão de se inserir no mercado de trabalho e a falta de emprego. A educação vem colada ao composto do trabalho. Primeiro, pela consolidação do dispositivo funcionalista que associa o sucesso profissional ao nível de educação. Depois, da relação que o próprio jovem vai estabelecer com a escola dentro deste projeto de socialização. Frigotto (2004) explica que o modelo atual de escola contempla a incorporação de valores, conhecimento e amadurecimento para a vida adulta quando está voltada para as camadas mais abastadas da sociedade. E serve como elemento de disciplina do trabalho precoce e precário quando se volta para as camadas pobres.

Contradição que acarreta um descrédito por parte do jovem no modelo educacional como elemento de transformação social. Ainda que o jovem tenha consciência da importância da escola, a visão é sempre relacionada ao tempo futuro, enquanto o tempo presente se reveste de pouco sentido prático nos conteúdos que são oferecidos. Se um modelo voltado para o trabalho não é capaz de dar vazão a essa necessidade para os estratos mais velhos da juventude, isso reflete no grau de interesse nas gerações mais novas (SPOSITO, 2005).

Sem esquecer os estímulos materialistas da sociedade do consumo que intensificam a angústia gerada por estar fora do contexto do mundo do trabalho, aqui não como um valor moral civilizador, mas no seu aspecto utilitário como meio de acesso aos bens materiais e serviços. Diante deste panorama de ceticismo em relação à escola, a política se traduz em algo ainda mais distante desta juventude. Não somente como espaço de representação, mas, sobretudo, como espaço institucional de participação nas questões da agenda pública.

Analisando os mesmos dados da pesquisa da Fundação Perseu Abramo, Singer (2005) percebe uma espécie de interesse transformado da juventude em mudar o mundo, não mais relacionado à militância política, mas a repertórios de ação direta. Desafiando os espaços institucionalizados ou até mesmo fundando novos campos de sociabilidade. Esse processo se dá, contudo, diante da necessidade deste indivíduo jovem transformar primeiro a sua realidade, para então se sentir apto a mudar a realidade do outro. Parte do desinteresse pela

política, nesta perspectiva, é fruto do próprio sentimento de abandono que o jovem experimenta como pertencente a um grupo. O Estado falha em contemplar seus interesses como estrato social, enquanto o distanciamento é o retorno dado pelo jovem às instituições democráticas. No mesmo trabalho, revela-se a percepção do jovem sobre a importância da política, porém as condições materiais para efetivar tal participação se colocam como barreira. O que este jovem busca é a inclusão diante de um modelo que se coloca frontalmente excludente.

Diante deste cenário, Krischke (2005) ressalta a regularidade com que boa parcela da população jovem costuma avaliar o modelo democrático em face de outras formas de governo. Reiterados resultados mostram que mais de metade das amostras colhidas em pesquisas sociológicas confirmam o modelo democrático ser mais adequado do que outros na visão deste jovem. Moisés (1993) mostra que tais resultados de apreço normalmente estão relacionados a grau de escolaridade, nível de renda familiar, ocupação e local de moradia em meio urbano.

Moisés (1993) e Venturi (2003) comprovam historicamente que o conteúdo de viés liberal se apresenta como o mais aceito pelo jovem brasileiro nos dois ciclos pesquisados, ressaltando-se a confiança no processo de representação a partir da competição eleitoral. Da mesma forma, valores de viés igualitário também estão presentes em ambos os momentos no discurso da juventude, tanto na economia quanto na participação política. Na rodada de 2003, contudo, percebe-se uma mudança de paradigma em relação ao repertório de ações relacionado aos conteúdos igualitários.

Há de se resgatar, em paralelo a estes achados e discutido em outro ponto do trabalho, o fato de que o ativismo político tem reaparecido na temática jovem, não mais no seu caráter institucional e formal, mas no contexto de uma participação espontânea, associativa e pouco convencional.

Venturi (2005) analisa a juventude atual em contraponto aos valores também partilhados pelos adultos desta mesma época. E refuta o lugar-comum de que o jovem de hoje é mais conservador do que aquele, por exemplo, dos anos 1960 e 1970. A mitificação da figura daqueles que se lançaram, à época, a contestar abertamente o sistema vigente carece de dados estatísticos confiáveis que comprovem ser de fato o pensamento da maioria jovem naquele momento. O autor vai além, quando propõe que não seria de se espantar que estudos comparativos comprovassem que as gerações jovens de hoje são mais abertas a ideias progressistas, a depender do tema de que se trata.

Enquanto na vertente de comportamento e valores morais o viés é conservador (é a favor de: diminuir a maioria penal; manter relacionamento afetivo estável; retardar a saída da casa dos pais; declarar o temor a Deus. É contra: reconhecimento de direitos humanos de presos e bandidos; união-civil homoafetiva; descriminalização do aborto e da maconha), no polo progressivo situam-se valores que, conjugados, mostram forte afinidade do público com os ideais de solidariedade, respeito às diferenças, igualdade de oportunidades e justiça social. Valores relacionados aos conceitos clássicos e contemporâneos da modernidade.

O que o autor mostra é que ao contrário de se presenciar um jovem alienado, o grau de conservadorismo, embora exista, costuma ser inferior ou dentro da média daquilo que os adultos trazem como opinião. E as ideias progressistas encontram maior taxa de penetração no discurso da juventude. O que revela, ao contrário de alienação, um jovem atento às questões atuais. Refletindo maior ou menor grau de adesão a ideias progressistas em função do contexto social.

No que concerne à política e seu sistema de representação institucional, os dados indicam a descrença do jovem em poder influenciar decisivamente no processo de decisão política. Dado corroborado pela baixa adesão aos partidos políticos tradicionais e manifestações cívicas. Embora esta mesma juventude reconheça em instituições formais da sociedade democrática um espaço de confiança: a família, a Igreja Católica e as Forças Armadas são exemplos. No polo negativo, aparece como instituições vistas com desconfiança boa parte daquelas que estão formalmente ligadas à política, tais como partidos, Congresso Nacional, os vereadores dos seus municípios ou o Governo Federal. Ponto importante, o ceticismo em relação a estes espaços acompanha aquilo que se constata entre os adultos. E o reconhecimento da importância da política como atividade humana é maior entre os estratos jovens do que entre os adultos, ainda que ambos igualmente concordem em taxas elevadas que o trabalho da política é efetivamente importante.

Resultados semelhantes são encontrados por Del Porto (2010), quando analisa diferentes *surveys* realizados com os estratos jovens nos anos de 1989, 1993, 2002 e 2006 em pesquisas do CEDEC/Datafolha (1989 e 1993), CESOP-Unicamp/DataUff (2002) e CESOP-Unicamp/DCP-USP (2006). A autora traça, via testes estatísticos, análise comparativa sobre como os diferentes estratos da juventude de cada época respondem às questões normativas e práticas da democracia. Ao revisar as perguntas sobre o grau de reconhecimento do regime e confiança nas instituições, constata-se que a preferência pela democracia aumenta em estratos de mesma idade ao longo dos quatro períodos (um jovem de 18 anos em 2006 prefere mais a democracia que o então jovem em 1989). O que pode ser explicado pela maior vivência das

novas gerações com a política e uma ambiência consolidada do regime. É decrescente a preferência pelos regimes ditatoriais, opinião que se constata também nas gerações mais velhas (então jovens em 1989). Em todos os quatro recortes temporais, a descrença em instituições como a Justiça, o Governo Federal e o Congresso Nacional mantém-se em patamar elevado, sendo que as gerações mais jovens são reiteradamente as mais críticas. Este padrão de desconfiança também é verificado em relação ao funcionamento da democracia. As gerações jovens de 2002 e 2006 são as mais críticas em relação ao processo democrático. O desinteresse pela política de uma parcela significativa (1/3 das amostras de cada período) mantém-se em patamares regulares. E mesmo o aprendizado dentro deste ambiente democrático mais consolidado não evita a opinião constante nos quatro recortes de que a política e os assuntos de governo são complicados e distantes para serem acompanhados por um cidadão jovem comum. O exercício do direito ao voto também é afetado pelo despreço dos eleitores, não somente dos mais jovens, mas também dos segmentos que, jovens em 1989, já adultos em 2006, abririam mão de votar se o voto fosse facultativo.

Também é de se notar que a juventude presencia momento de estabilidade da democracia brasileira, a custo de repetidos eventos que a ameaçam por conta de crises institucionais, geralmente ligadas à corrupção, que recebe cobertura midiática desafiadora. Del Porto (2010) remonta o histórico de situações de instabilidade que as gerações jovens desde os anos 1980 presenciam: crises de governo geradas pela aprovação da Constituinte de 1988; crises econômicas sucessivas até a estabilização da moeda; escândalos de corrupção nos três âmbitos de governo; dificuldades das instituições públicas em reduzir a mudança de escala das mazelas sociais.

O que comprova, do ponto de vista do inventário que se faz dos trabalhos anteriores, que a juventude à sua maneira trata de desenvolver o conhecimento sobre a democracia e seus valores; com repertórios próprios de interesse; admirações e críticas ao processo de participação, elementos que influenciam na sua percepção da realidade. Mas sempre acompanhando aquilo que o restante da esfera pública adota como direção desta opinião.

4.3 O hábito de consumo das TIC entre os jovens

Um dos objetivos do trabalho de campo, portanto, é perceber se na prática cívica esta inconformidade do jovem conectado se traduz em atitudes. Tanto no seu aspecto institucional, quanto também na criação de novos espaços de sociabilidade e repertórios de ação que posicionem este jovem na esfera pública.

Dados da Pesquisa TIC Domicílios 2009 organizada pelo Comitê Gestor de Internet apresentam o perfil do internauta brasileiro como um indivíduo do meio urbano (43%), jovem (entre 10 e 24 anos), escolarizado (nível de instrução superior com maior penetração), com indivíduos das classes A (85%) e B (72%) como usuários mais assíduos que os das classes DE (14% acessam a rede).

No estudo, são traçados os hábitos de consumo da internet como meio considerando a participação em sites de relacionamento; a participação em fóruns e listas de distribuição; a criação e atualização de blogs.

As regiões Sudeste (45%), Sul (43%) e Centro-Oeste (45%) apresentam o maior número de internautas. As regiões Nordeste (80%) e Norte (71%) revelam o maior percentual de participantes em redes sociais. Os sites de relacionamento agrupam a maior parte da atividade do público em todas as regiões do país: Norte (62%); Nordeste (79%); Centro-Oeste (67%); Sudeste (70%); Sul (62%). O hábito de alimentar comentários em blogs varia de uma região a outra: Norte (16%); Nordeste (12%); Centro-Oeste (15%); Sudeste (20%); Sul (14%).

Em relação à classe social, os internautas das classes DE apropriam-se relativamente mais (70%) das redes de relacionamento do que os usuários das classes A e B (58% e 63%, respectivamente). Relação que se inverte no uso de blogs e fóruns de discussão, quando os públicos A (19% e 21%) e B (19% e 18%) manifestam utilizar a blogosfera e listas de discussão, contra 9% e 5% das classes DE, respectivamente.

A preponderância da lógica digital ganha contornos mais explícitos para as gerações jovens quando se abrem os dados sobre este estrato social: 82% dos jovens que estão conectados utilizam as redes sociais digitais (o que representa 56% da população total de jovens brasileiros nesta idade presentes nas redes sociotécnicas).

Como os dados comprovam, do ponto de vista da formação do hábito, informar-se via redes TIC é um comportamento que está incorporado pelo segmento jovem.

4.4 Juventude e outros olhares sobre os assuntos cívicos

Aldé (2010) identifica o perfil do ‘internauta casual’, aquele usuário não especialista em política que acidentalmente pode encontrar o conteúdo político enquanto busca qualquer outra informação dentro da rede mundial de computadores.

Partindo de pesquisa qualitativa realizada pelo Instituto Vox Populi em cinco grandes capitais brasileiras (Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo), foram reunidos dez grupos focais no total, com uma segmentação específica do público de 16 a 30 anos, sem distinção de gênero, mas controlando pela classe econômica com representantes de

classe média (B2 e C1). O trabalho mapeia principalmente o uso da internet como fonte de informação para a corrida eleitoral.

Entre os mais jovens, a internet se firma como principal plataforma de informação, tanto de assuntos gerais como de assuntos políticos, destacando-se a forte tendência neste segmento pelos conteúdos de entretenimento. O hábito de consumo informativo pela internet é algo natural, principalmente por conta de redes sociais e assuntos ligados a cultura. Consumir informação neste meio denota praticidade e conveniência. Valores também como acesso instantâneo, interação, pluralidade, credibilidade, aprofundamento e segmentação surgem no discurso dos segmentos jovens nos diferentes grupos organizados, acompanhando a opinião do segmento de maior idade.

No que pese o reconhecimento da pluralidade permitida pela rede e os recursos para interatividade, a tendência apontada mostra que a possibilidade de livre circulação da informação ativa uma espécie de ‘filtro de desconfiança’. O que leva a diferentes etapas de validação de um fato repassado. A ausência de filtro na informação, ou desintermediação, é encarada como uma desvantagem. Mensagens de desconhecidos são ignoradas com receio de propaganda indesejada ou propagação de vírus digital. A propaganda política é encarada como distribuição de *spam*, sendo ignorada por aqueles que não a autorizaram.

No trabalho de filtro sobre a veracidade das informações, os meios de comunicação tradicionais e as universidades são apontados como possibilidades mais confiáveis de verificação. Outra característica de validação se dá pela reiteração da mesma notícia e enquadramento pelos diferentes canais dentro e fora da rede.

Ainda em fase escolar, o hábito de consumo do jovem costuma ser entre duas e quatro horas diárias, podendo variar para mais quando o acesso se dá de casa. No caso do jovem que já trabalha, o costume é alternar a página de e-mail pessoal ou mensagem instantânea (como o sistema MSN, por exemplo) com aquelas necessárias para a tarefa que desenvolve profissionalmente. Neste momento, também é possível que uma página de veículo de notícias fique aberta, hábito mais utilizado em momentos cuja cobertura interessa para o indivíduo.

Navegando em casa, a rotina é abrir as páginas iniciais dos provedores de acesso, que costumam ser de conteúdo informativo, momento em que notas curtas e fáceis de ler são consumidas, embora o interesse aqui seja manifestamente maior por parte do público com mais de 30 anos. Os buscadores de informação complementam o trabalho de verificação, servindo como comprovação de que a informação é verídica a constatação de que há superposição do mesmo viés de cobertura em diferentes sites.

Nos grupos focais, um variado cardápio de atributos se revela como apropriação cultural de diferentes ferramentas Internet. Os grandes portais de acesso servem de entrada à internet, em geral por conterem as contas de entrada a caixas de e-mail. Neste espaço, uma rápida passada de olhos mapeia o ambiente informativo. As manchetes exercem o primeiro filtro de interesse. Letras maiores, alto de página, fotografias e notícias incomuns ou inusitadas ocupam o topo da hierarquia daquilo que há para ser percebido dentro do espaço informativo. O usuário consegue discernir ondas de cobertura, com certos temas gozando de mais saliência em função de sazonalidade ou casos dramáticos.

Os achados de Aldé (2010) revelam também que *hubs* (Folha de São Paulo; Globo.com/G1; MSN/Hotmail; Terra; UOL; Yahoo), entre outros regionais geralmente ligados a veículos impressos tradicionais, são percebidos no espaço da internet brasileira como canais de mídia de massa. Desfrutam grande credibilidade junto aos pesquisados quando têm por finalidade adquirir conteúdo informativo. O assunto político pode interessar, a depender do impacto gerado pela manchete. As notícias reiteradas são mais lembradas no discurso dos diferentes grupos. O fato dos portais pertencerem ao *mainstream* dos grandes conglomerados de comunicação é percebido como ponto forte, ao contrário do caráter libertador do discurso midiático que habitualmente se atribui pelas correntes libertárias.

A motivação para decidir clicar em determinado conteúdo ocorre por interesse pessoal em dado tema, destacando-se consumo de viés liberal voltado para aqueles fatos que podem chegar a afetar a vida do internauta diretamente. Ocorre também pelo caráter excepcional do fato apresentado. No caso da política, os grupos manifestam fazê-lo nas situações de escândalos, polêmicas, disputas, críticas e provocações apresentadas pela mídia. Interessa perceber não somente o conteúdo apresentado, mas as reações dos personagens envolvidos nos relatos.

No caso de e-mails, o estudo revela que este recurso também exerce o papel de agenciar a entrada do usuário no espaço informativo levando-o a outras plataformas através de *links*. Em geral, relaciona-se com a multiplicação de conteúdos e compõe o cardápio de validação de uma história que esteja a circular na rede. No entanto, este convite para clicar só costuma ser aceito quando os *links* são enviados por remetentes conhecidos ou previamente autorizados. O remetente desconhecido tende a ser ignorado no mais das vezes, ainda que sua causa seja justa aos olhos desta audiência. O e-mail sequer chega a ser aberto por receio de ser conteúdo com vírus ou ameaças digitais. O contato acidental entre cidadãos, ao menos através do e-mail, desperta mais a percepção de ojeriza do *spammer*, aquele que remete conteúdos não-autorizados, do que de cidadão mobilizador.

Assim como ocorre com os portais, um e-mail só será lido se o assunto for atraente o suficiente para levar o destinatário a interessar-se pelo conteúdo e abri-la, mesmo que seja enviado por pessoa próxima ou empresa autorizada. Tendência curiosa revelada pela pesquisa, a capacidade dos grupos em discernirem entre aqueles argumentos que têm por intenção persuadir daqueles que estão sendo compartilhados no espírito de ‘camaradagem’. Um e-mail, ao vencer as barreiras iniciais da desconfiança, é capaz de levar o internauta casual até um conteúdo político, seja ele textual ou audiovisual.

Ainda em relação ao e-mail, os grupos mencionam que repassariam mensagens políticas que fosse do interesse de outras pessoas do seu círculo de contatos. Um hábito que no entendimento dos entrevistados se equipara a fazer um comentário no ambiente de trabalho e trocar ideias com os colegas sobre os fatos cotidianos. Quanto ao conteúdo, os e-mails de sátira, humor e as biografias foram os mais lembrados no polo positivo. No negativo, destacam-se relatos de cidadãos sobre o estado da política nos dias de hoje. Nota-se, contudo, que o comportamento que se destaca é aquele de investir pouco do ponto de vista pessoal e de exposição pública.

Analisando especificamente ‘blogs’, os atributos percebidos neste tipo de espaço lidam com o relato pessoal, claramente parcial, portanto, mas que tem sua validade por revelar os bastidores de certas instituições. Ainda que lido por poucos entrevistados, o blog também cumpre o papel de atualidade e dinamismo. Ponto interessante, a dificuldade do público em chamar de blog aquelas colunas que se apresentam nos grandes portais noticiosos. A percepção é de que se trata mais de uma coluna do que de um ‘blog’ especificamente. A possibilidade de se colocarem comentários é apontada como um ponto positivo, embora os grupos reconheçam que os registros dos outros usuários costumam ser tendenciosos e parciais, um espaço quase partidarizado. Fato que inibe a participação, segundo os entrevistados.

Quanto aos sites de relacionamento, os mais citados foram o Orkut, Facebook e Twitter. O assunto político tem baixa aderência na menção dos grupos. O objetivo do uso dessas ferramentas se associa mais à manutenção da relação com pessoas do círculo de amizades, próximas ou distantes. Quando a política entra neste contexto, nota-se que vem pelo efeito das ondas noticiosas da grande imprensa. Destacam-se a percepção dinâmica da criação de comunidades orientadas pelo assunto, assim como a avaliação de que tais comunidades têm baixa serventia do ponto de vista informativo.

Já o site YouTube é apontado como um espaço de repercussão de algum fato dado na mídia ampla e que merece ser revisto. Os conteúdos mais acessados se ligam a sátiras,

polêmicas e escândalos, uma vez que o material audiovisual permite avaliações das reações dos envolvidos, o que interessa ao usuário observar. O público entrevistado por ALDÉ (2010) revela desconfiança de alguns vídeos postados nesse repositório devido ao acabamento de alto nível dado ao material audiovisual.

Na análise específica dos buscadores de informação, percebe-se sua importância como fonte. O gatilho que desperta este interesse, no entanto, é acionado através do repertório de conteúdo da mídia tradicional, tanto textual quanto em vídeo. Os entrevistados percebem no buscador uma liberdade de busca por fatos a partir de interesse por cobertura mais aprofundada, algo positivo na visão dos grupos. Os sites apresentados no topo da lista resultante da pesquisa costumam ser os mais acessados. A ferramenta Wikipédia aparece no discurso dos diferentes grupos como uma fonte de referência também importante.

Por fim, Aldé (2010) também analisa os sites oficiais de candidatos. Os grupos de internautas casuais, em sua maioria, mencionam desconhecer tais espaços. O baixo interesse se dá pela percepção de que é uma produção persuasiva, voltada para atender interesses de candidatos e partidos, enviesada no seu tratamento noticioso. Quando aparecem em mecanismos de busca, estes sites costumam ser evitados em detrimento daqueles que se posicionam como imparciais. Dos poucos participantes que mencionam ter de fato visitado sites de candidatos, ressalta-se a prática destes usuários em abrir também os sites de outros candidatos concorrentes diretos, buscando entender no que se diferenciam em termos de propostas. A pesquisa mostra uma tendência a prestar mais atenção aos depoimentos, falas gravadas, dentro de uma retórica familiar e amigável. O discurso inflamado não é apreciado. O uso de vídeo, presença pessoal do candidato e disposição para responder diretamente os eleitores são atributos desejados. Diferentemente do contexto americano na eleição de Barack Obama, a tendência nos grupos é refutar a necessidade de se cadastrar no site do candidato. O envio de e-mails para este segmento é visto como invasivo e desagradável.

Um usuário acomodado e aberto a estímulos informativos é o que revela o trabalho qualitativo. Ele está exposto à sazonalidade dos temas políticos e observa os grandes eventos a eles relacionados, embora dedique pouco interesse à política no cotidiano; também, ainda que se interesse pouco pela política, ele sabe que tem na internet um repositório onde buscar a informação mais aprofundada, inclusive verificando, comparando e validando as fontes. Um tipo diferente de consumidor de informações políticas é o que o estudo revela.

Partindo dessas tendências apontadas por Aldé (2010) é que muitas das questões elaboradas tentam responder quantitativamente tais achados, acrescentando um mapeamento

inicial dos repertórios de ação que o público jovem da cidade do Rio de Janeiro vem empregando a partir do seu acesso às redes TIC.

5 ESTUDO DE CAMPO: DEMOCRACIA E TIC. A PERCEPÇÃO DO JOVEM CARIOCA CONECTADO E COMPORTAMENTO CÍVICO

5.1 Introdução

Estabelecida a discussão teórica sobre os modelos de democracia e a transformação do sistema de mídias tradicional para o modelo da comunicação via redes TIC, com suas potencialidades e vulnerabilidades, interessa analisar de que forma um agrupamento social específico (a recepção, enfim), consome, internaliza, processa, articula e age politicamente a partir de tal circulação de informações. No caso específico, escolheu-se o segmento jovem eleitor da cidade do Rio de Janeiro, especificamente conectado às redes TIC, buscando identificar como ele incorpora a lógica digital em rede e a emprega nas suas práticas cotidianas, a ponto de ver como tais hábitos se estabelecem no trato dos assuntos cívicos.

O cenário analisado na discussão normativa deste trabalho mostra, em síntese, que as práticas políticas atuais aliadas à maior circulação de informações promovida pelos meios tradicionais de comunicação mais afastam do que atraem o cidadão médio. Este distanciamento alimenta um círculo vicioso reforçado pela comunicação política trabalhada nos meios massivos, que embala o assunto sob um viés crítico. As interpretações são crescentemente filtradas por analistas e especialistas que traduzem o ambiente político negativamente no mais das vezes. Atores e instituições políticos, por sua vez, respondem ao trabalho da imprensa com maior profissionalização para lidar com as críticas. Enquanto o cidadão comum, pouco interessado e cético, passa ou a se desinteressar pelos assuntos públicos ou a buscar formas alternativas de participação. Há um explícito questionamento contemporâneo sobre o processo político no seu esquema de representação. É neste contexto que uma democracia apresentada sob outras formas emergentes nas redes TIC surge como uma proposta inovadora. Mas será que esta promessa é percebida de fato nos hábitos e comportamentos da recepção conectada? Ainda que não se perceba completamente, é possível identificar atributos relacionados à noção de conexão TIC com uma consciência diferenciada sobre os assuntos cívicos?

A primeira hipótese a ser testada é de que há um baixo conhecimento sobre os aspectos formais da democracia, em especial o modelo republicano brasileiro, embora os valores de sua realização prática sejam percebidos no dia a dia. Mesmo que o jovem eleitor

encontre dificuldade de expressá-lo em seu aspecto formal, acredita-se que seja capaz de acertar pelo ‘sentimento’ que tem ao usufruir uma ambiência democrática.

A segunda hipótese é de que já é possível perceber uma incorporação da lógica cultural da aquisição e compartilhamento de informação via redes TIC, repetindo o consumo informativo dos meios tradicionais, mas este hábito não se reverte ainda em maior interesse pela política. Inclusive, aposta-se que boa parte já deva ter participado de ações de caráter cívico via redes digitais, sem enquadrá-lo como tal.

A terceira hipótese lida com a atitude latente de aderir a causas mediadas pela comunicação via redes TIC como um atributo de forte aspiração, desde que com as conveniências e anonimato de uma rede protegida pela baixa capacidade (ao menos na visão popular) de identificar os usuários no universo *offline*. À medida que se exige revelar as identidades dos respondentes, a vontade de participar tende a se arrefecer. É para responder a tais questões inquietantes que a pesquisa a seguir foi desenvolvida.

Achados da pesquisa qualitativa realizada por Aldé (2011, b) serviram de base para a fase de planejamento do trabalho, revelando comportamentos dos ‘internautas casuais’. Parte das tendências apontadas naquele trabalho sobre o comportamento dos diferentes grupos focais foi trazida para o segmento jovem específico. Assim, o uso da internet na política é trazido para o contexto da pesquisa, permeando-se questões ao longo de todos os blocos do questionário.

5.2 Metodologia

Optou-se pela realização de pesquisa de campo, apoiada na metodologia quantitativa, aplicada ao segmento de jovens entre 17 e 24 anos, já eleitores e conectados, na cidade do Rio de Janeiro, área urbana. O universo contabiliza 571.580 eleitores em outubro de 2011, acessando a base de dados do TSE e o Censo Demográfico 2010 do IBGE.

A amostra é representativa dos eleitores da área pesquisada, e foi selecionada em dois estágios. O primeiro estágio é a seleção dos setores censitários, onde foram realizadas as entrevistas através de Probabilidade Proporcional ao Tamanho (PPT) tomando como base o número de eleitores de 17 a 24 anos. O segundo estágio é a entrevista dentro dos setores sorteados utilizando as quotas proporcionais das seguintes variáveis:

TSE - TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL						
Eleitorado por Sexo e Faixa Etária por Município						
Município de RIO DE JANEIRO - RJ						
Dados Referentes a Outubro / 2011						
Faixa Etária	Masculino(M)	%Masc/Total	Feminino(F)	%Fem/Total	Total(T)	%T/TT
16 anos	1854	47.92	2015	52.08	3869	.08
17 anos	8041	48.19	8646	51.81	16687	.36
18 a 20 anos	100519	48.56	106494	51.44	207013	4.47
21 a 24 anos	169494	48.72	178386	51.28	347880	7.51
TOTAL(TT)	2098782	45.29	2528262	54.56	4633959	
TOTAL (Masc+Fem), (17; 18 a 20; 21 a 24 anos)	571580					

Tabela 1: Eleitorado jovem na cidade do Rio de Janeiro. **Fonte:** TSE

Por uma questão de baixa incidência de casos, optou-se por excluir das cotas de pesquisa os potenciais respondentes com 16 anos, visto serem raros os casos de portadores de título de eleitor nesta faixa etária. Outra opção da coordenação da pesquisa foi recortar o segmento jovem até 24 anos, embora reconheça que há outros trabalhos que consideram o público jovem a partir de uma faixa mais ampla, como a UNESCO, por exemplo, que considera jovem o indivíduo até os 29 anos. Interessava no estudo, contudo, identificar o conectado desde a fase de alfabetização, caso daqueles jovens com 24 anos de idade.

Além do recorte etário, outra decisão foi concentrar especificamente no segmento que se diz usuário da internet. Desta forma, mira-se especificamente se a discussão teórica do trabalho se verifica entre os já usuários, com ganhos cognitivos para os assuntos cívicos. Ainda que se reconheça que outros estudos sociológicos pudessem optar por desenho que contemplasse usuários e não-usuários, o interesse direto aqui é refletir sobre os que se manifestam abertamente como conhecedores dos serviços de internet, independente de ter um nível alto ou baixo de utilização.

A coleta de dados ocorreu via entrevistas pessoais com elaboração de questionário formal de acordo com os objetivos da pesquisa. O trabalho foi aplicado pelos entrevistadores alunos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, sob coordenação do Laboratório de Pesquisa Mercadológica e de Opinião Pública (LPO), em visitas a endereços determinados após o sorteio de bairros das zonas administrativas indicadas abaixo.

Assim, após a fase de campo, foram trazidos 617 questionários, divididos por 32 bairros, atribuindo-se uma margem de erro de 3,73 pontos percentuais para um intervalo de confiança de 95%. Assim, tem-se a seguinte segmentação nas zonas de aplicação de trabalho:

Zonas Administrativas da Cidade:

Região	No. cit.	Freq.
área 1	41	7%
área 2	69	11%
área 3	205	33%
área 4	92	15%
área 5	180	29%
Outras regiões	30	5%
TOTAL OBS.	617	100%

Tabela 2: Áreas de aplicação da fase de campo.

A área de planejamento 1 inclui as regiões administrativas do Centro, São Cristóvão, Rio Comprido e Santa Teresa, que por sua vez agrupam um total de 13 bairros do entorno. Foram sorteados os bairros de Rio Comprido e Mangueira. A área de planejamento 2 engloba as regiões administrativas de Botafogo, Copacabana, Lagoa, Tijuca e Vila Isabel, agrupando um total de 25 bairros do entorno. Os bairros sorteados foram Andaraí, Tijuca, Flamengo e Lagoa. A área de planejamento 3, cujas regiões administrativas de Ramos, Penha, Inhaúma, Méier, Inhaúma, Irajá, Madureira, Ilha do Governador e Pavuna agrupam um total de 80 bairros no entorno, teve sorteados os bairros de Penha Circular, Lins de Vasconcelos, Rocha Miranda, Honório Gurgel, Anchieta, Pavuna, Olaria, Vicente de Carvalho, Maré, Inhaúma e Acari. A área de planejamento 4 reúne as regiões administrativas de Jacarepaguá e Barra da Tijuca, contemplando 19 bairros no entorno. Os sorteados foram Jardim Carioca, Gardênia Azul, Barra da Tijuca, Jacarepaguá, Recreio dos Bandeirantes e Taquara. A área de planejamento 5 reúne as regiões administrativas de Bangu, Campo Grande, Santa Cruz e Realengo, agrupando o total de 21 bairros. Os sorteados nesta região foram os bairros de Campo Grande, em duas localidades distintas, Bangu, Padre Miguel, Santíssimo, Santa Cruz, Paciência, Guaratiba e Realengo.

5.3 Objetivos

A fase de campo tem por objetivo trazer elementos sobre a recepção, o jovem cidadão carioca conectado, considerando:

1 – mensurar o grau de conhecimento dos valores tradicionais da democracia e o reconhecimento de tais valores no cotidiano cívico;

2 – o consumo de conteúdo político tanto através dos meios de comunicação de massa como pela incorporação das tecnologias da informação e comunicação;

3 – identificar se o uso das tecnologias da informação e comunicação reflete interesse diferenciado para o assunto político, levando-o a ações de engajamento.

5.4 Público

Jovem cidadão carioca entre 17 e 24 anos, já eleitor, cuja amostra busca representar todas as regiões da cidade do Rio de Janeiro.

5.5 Período de Aplicação

O trabalho de campo iniciou em 19 de dezembro de 2011 e encerrou em 05 de março de 2012, com mais 15 dias para as fases subsequentes de tabulação, tratamento, análise e produção de relatório final.

5.6 Custos

A pesquisa de campo em todas as suas etapas teve custo total de R\$ 9.430,15 (nove mil, quatrocentos e trinta reais e quinze centavos) financiados com recursos de bolsa CAPES recebida pelo autor do presente trabalho.

5.7 Realização

Este trabalho teve sua fase de campo coordenada em parceria com o Laboratório de Pesquisa Mercadológica e de Opinião Pública da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, com o apoio dos professores Ricardo Benevides e Janete Oliveira, cujas fases contemplaram a atuação da equipe de 29 entrevistadores graduandos, selecionados na Universidade do Estado do Rio de Janeiro e nas Faculdades Integradas Hélio Alonso. Na elaboração do plano amostral, contou-se com a atuação do estatístico Sérgio Santos.

5.8 Questionário

Durante a qualificação da dissertação, o questionário proposto à banca avaliadora recebeu a indicação de ajustes e a inclusão de elementos importantes para a fase de análise. Ao contar com a experiência dos professores integrantes da banca, foram realizados ajustes ainda em tempo hábil de cumprir com o cronograma estabelecido.

Na fase de elaboração do questionário, os conteúdos trazidos por produções correlatas na Argentina (CILLEY e HERMELO, 2011), Chile (SCHERMAN, ARRIAGADA, VALENZUELA, 2010), Colômbia (ROJAS, 2011) e México (MUÑIZ, MALDONADO e LÓPEZ, 2011) com entrevistas a jovens nesses países, serviram como exemplos importantes para o planejamento, assim como também as categorizações que ajudam a discutir os achados da realidade brasileira sob a luz das contribuições de outros pesquisadores latino-americanos.

Assim, o questionário é composto por seis blocos distintos contendo 35 questões fechadas em sua totalidade e outras 12 questões de perfil. No primeiro e no sexto blocos, pretende-se formar um perfil sociodemográfico a partir dos filtros da posse do título de eleitor e de ter como hábito o uso das novas tecnologias da informação, com ênfase nos sistemas da internet. A partir daí, são pesquisadas variáveis como: faixa etária, gênero, grau de educação, ocupação, região de habitação, estado civil. Ao final, no bloco 6, colocam-se as demais questões que compõem o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), perguntando-se sobre a posse de itens de consumo e a formação do chefe da família. Tais questões aparecem ao final para evitar a evasão do respondente logo no início do trabalho. O bloco 2 busca mensurar o clima de opinião para dar um parâmetro do grau de confiança no atual momento da democracia brasileira, para servir como indicador da percepção da realidade contemporânea por parte do segmento pesquisado.

Os blocos 3, 4 e 5 lidam com o objeto da pesquisa discutido na etapa bibliográfica, com foco nos aspectos da democracia (bloco 3), do uso dos meios de comunicação tradicionais e o interesse pela política (bloco 4), terminando por averiguar o grau de utilização das tecnologias da informação e comunicação e o seu respectivo emprego em ações cívicas (bloco 5). As questões em todos os blocos contemplam escalas de concordância, filtros e controles, além da possibilidade de captar respostas não-previstas inicialmente com questões especiais contendo o campo “outros” para que possam emergir no ato da entrevista.

A análise dos dados contou com o uso do *software* SPSS para estabelecer testes de significância básica a partir da correlação linear de *Pearson* (*Chi Quadrado*), quando todas as variáveis foram entrecruzadas. Especial atenção foi dada aos atributos de perfil, partindo de outros estudos com a juventude buscando opiniões e atitudes que se relacionam a recortes específicos dentro da amostra (MOISÉS, 1995; VENTURI, 2003).

A decisão por partir para um estudo quantitativo com o público receptor das mensagens políticas parte da necessidade de se identificar na prática quais são os repertórios de ação possíveis com as ferramentas e a lógica dos meios digitais. A tentativa é dar voz a um estrato social que lida de forma acentuada com tais aparatos. Mais que isso, a pesquisa

quantitativa parece o modelo mais adequado, no ponto a que chegaram os dilemas das distintas correntes bibliográficas, de indicar quais são os comportamentos de fato presentes na audiência, a ponto de se perceber nos hábitos e atitudes deste público qual é a direção teórica que melhor explica o contexto estudado.

A pesquisa quantitativa, portanto, serve como mais um caminho possível para enriquecer a linha de análises existentes que conta com amplo material bibliográfico, pesquisas exploratórias e trabalhos ainda incipientes na cidade do Rio de Janeiro de cunho estatístico para os meios de comunicação digital e a política. Entender o comportamento do jovem carioca conectado na perspectiva quantitativa ajuda a enriquecer a linha de estudos sobre a política e a contribuição dos meios digitais na formação do cidadão.

6 DISCUSSÃO DOS ACHADOS

A premissa inicial deste trabalho aponta para a flutuação que o conceito de democracia apresenta, embora certos valores estejam consagrados em todas as suas correntes. Outra premissa é que os meios de comunicação exercem influência na formação de uma opinião política, cujo viés atual tende a ser crítico em relação aos atores e instituições. Uma terceira premissa aponta para o fato de que a emergência de novos modelos de cognição social podem potencialmente ocorrer, desde que os pontos críticos da formação desta inteligência coletiva encontrem espaço institucional para acontecer. Ao fim da discussão normativa, busca-se um segmento social cuja incorporação das TIC seja irrefutável, daí a escolha pelo segmento jovem da cidade do Rio de Janeiro.

Cabe agora discutir os achados à luz daquilo que se verifica na recepção dos conteúdos cívicos. Interessa pontuar, sobretudo, as tendências que aparecem com características mais marcantes, confrontando sempre com aquilo que a teoria anteriormente apresentada indica.

6.1 Perfil da amostra

Através de sorteio das localidades de aplicação do campo pela técnica estatística do modelo PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), o objetivo inicial era garantir que, após as cotas, a aleatoriedade na formação da amostra permitisse à coordenação da pesquisa afirmar que os achados encontrados revelam padrões de comportamento e opinião do jovem carioca conectado.

Assim, a amostra colhida nos bairros da cidade do Rio de Janeiro seguiu a divisão censitariamente informada pelo TSE (quanto número de eleitores) e IBGE (quanto ao local de moradia da população jovem), apresentando como perfil a separação de gênero com 51% feminino e 49% masculino. Na divisão por idades, 4% dos entrevistados têm 17 anos; 36% de 18 a 20 anos; 60% de 21 a 24 anos. Garantiu-se também que as regiões tivessem sua representação seguindo a mesma curva de distribuição (área 1: 7%; área 2: 12%; área 3: 33%; área 4: 15%; área 5: 29%).

Regiões – Bairros representados pela amostra:
Área 1: Centro, São Cristóvão, Rio Comprido e Santa Teresa
Área 2: Botafogo, Copacabana, Lagoa, Tijuca e Vila Isabel
Área 3: Ramos, Penha, Inhaúma, Méier, Inhaúma, Irajá, Madureira, Ilha do Governador e Pavuna
Área 4: Jacarepaguá e Barra da Tijuca
Área 5: Bangu, Campo Grande, Santa Cruz e Realengo

Tabela 3: Bairros contemplados pela amostra em cada região do município.
Fonte: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e IBGE.

A maioria absoluta sabe ler e escrever (99%); 54% estudam ou fazem algum curso atualmente; 88% têm bom grau de instrução, tendo concluído ao menos um módulo do 2º grau (56%) ou curso superior (31%). Em termos de raça, 40% se definem como ‘brancos’; 34% como ‘pardos’; 19% como ‘pretos’. Quanto à ocupação, 61% dos entrevistados trabalham atualmente, com ou sem carteira assinada, aí incluída a possibilidade de ser estágio. Em relação a estado civil, 89% dos entrevistados são solteiros. Sobre religião, 41% afirmam ser católicos e 24% evangélicos.

Em termos de classes econômicas, de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), tem-se que na amostra coletada classificam-se os entrevistados como: 8% da classe A2; 15% classe B1; 29% classe B2; 31% classe C1; 13% classe C2; 3% classe D; 1% classe E.

A1	0%
A2	8%
B1	15%
B2	29%
C1	31%
C2	13%
D	3%
E	1%
Total	100%

Tabela 4: Divisão por classes econômicas, de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB)

Quanto às correlações de perfil demográfico da amostra trabalhada, encontram-se resultados com significância nos cruzamentos estabelecidos quanto a ‘ocupação’ e ‘gênero’ ($p=0,0018$), ‘região de moradia’ e ‘classe econômica’ ($p=0,000$), ‘grau de instrução’ e ‘classe econômica’ ($p=0,000$), ‘raça e ‘classe social’ ($p=0,025$), ‘raça’ e ‘região de moradia’ ($p=0,000$), ‘raça’ e ‘grau de instrução’ ($p=0,000$).

Para interpretar o valor do teste estatístico *Qui Quadrado de Pearson*, deve-se considerar os seguintes resultados: maior que o fator 0,05 ‘não é significativo’; de 0,01 a 0,05

é ‘significante’; de 0,001 a 0,01 é ‘muito significante’; menor que 0,001 é ‘extremamente significante’.

6.2 Clima de opinião sobre a política

A bateria inicial do questionário tem por objetivo perceber qual é o clima de opinião que antecede as etapas centrais da pesquisa. Neste sentido, percebe-se que, de saída, há o reconhecimento do público de que ‘emprego’ e ‘economia’ no Brasil estão em momento positivo. O grau positivo elevado da situação econômica do país se relaciona com todos os recortes de perfil demográfico (gênero, idade, religião, moradia, raça, grau de instrução, ocupação e classe econômica). E emprego se relaciona positivamente com os recortes feitos por idade, religião e grau de instrução.

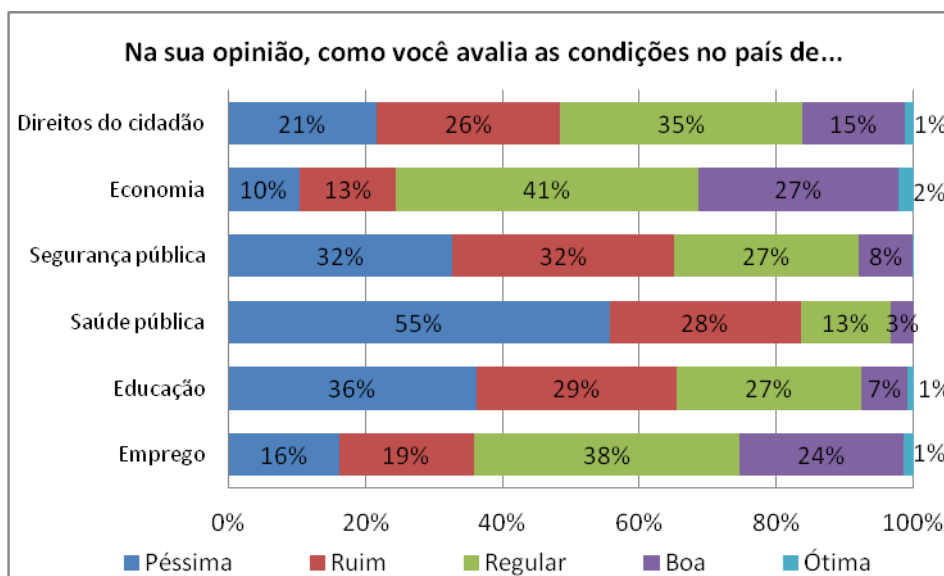


Gráfico 1: Clima de opinião política entre o jovem eleitor conectado

Por outro lado, quesitos como ‘direitos do cidadão’, ‘segurança pública’, ‘saúde pública’ e ‘educação’ são vistos criticamente. A análise cruzada mostra que os atributos vistos negativamente estão relacionados de formas distintas pelos agrupamentos.

Direito do cidadão é o atributo pesquisado que encontra correlação exclusivamente com educação ($p=0,006$) e classe econômica ($p=0,024$). Jovens no ensino médio (26% péssimo) percebem a questão dos direitos humanos de forma distinta daqueles com nível superior (41% regular). A percepção de haver respeito aos direitos do cidadão se diferencia entre as classes econômicas. Para os jovens de classe C2 (33% péssimo), a situação está na

escala mais crítica, enquanto para os de classe B2 (28%) e C1 (29%) vão considerar 'ruim' a situação da garantia dos direitos humanos.

Segurança pública apresenta-se como item negativo nos recortes por gênero ($p=0,013$), religião ($p=0,000$), moradia ($p=0,001$), raça ($p=0,000$) e educação ($p=0,000$). Aqui, o público feminino (36%), espírita (36%), compartilha o sentimento de insegurança com aqueles que são moradores das regiões 3 (42% péssimo) e 5 (36% ruim). Da mesma forma, pardos (36%) e pretos (38%) expressam preocupação acima da média quanto à segurança pública. Padrão que se verifica entre os respondentes com formação ginásial (35% péssimo), ensino médio (36% péssimo) e nível superior (37% ruim). A vivência próxima com a violência cotidiana nos bairros do subúrbio parece exercer papel importante nas avaliações dadas a este atributo.

Saúde pública é questão relevante se vista por agrupamentos de gênero ($p=0,019$), raça ($p=0,010$), educação ($p=0,000$) e ocupação ($p=0,012$). Mulheres posicionam-se no polo mais negativo da escala (60% péssimo), o que se repete entre brancos (59%). A tendência se sustenta entre os que possuem ginásio (58%) e nível superior (59%). Os jovens sem emprego interpretam mais criticamente (59% péssimo) do que os empregados.

Educação apresenta correlação com recortes de gênero ($p=0,010$), raça (0,000), grau de instrução ($p=0,000$) e classe econômica ($p=0,008$). Neste sentido, mulheres (39%), brancos (40%) expressam maior ceticismo em relação ao quesito, comportamento que se replica entre os que possuem educação primária (40%) e nível superior (42%), assim como entre aqueles pertencentes às camadas econômicas A2 (49%) e B1(46%) que consideram 'péssimo'; tanto quanto os que consideram 'ruim', pertencentes às camadas A1 (33%), A2 (34%), B2 (33%) e C2 (32%).

Do primeiro bloco de questões correlacionadas, conclui-se, portanto, que as variáveis demográficas educação, gênero e raça perpassam de forma determinante os enquadramentos das opiniões que lidam com o clima político atual, revelando a complexidade das opiniões verificadas com a pesquisa.

Quanto ao grau de acompanhamento do assunto político atual, duas questões foram colocadas para saber se o público conectado jovem revela alguma atenção ao mundo da política. Assim, pergunta-se a que partido o atual presidente da República é filiado e qual é o nome do governador do estado do Rio de Janeiro. Sete em cada dez jovens acertam o partido do atual presidente. Três a cada quatro jovens sabem qual é o nome do governador do estado do Rio.

Na análise pelos segmentos de respostas, percebe-se que o maior nível de erro em relação ao conhecimento do partido do presidente se dá pela segmentação por moradia

($p=0,000$) e raça ($p=0,001$), enquanto o desconhecimento de quem é o governador liga-se a religião ($p=0,019$), moradia ($p=0,017$) e raça ($p=0,017$). Tratam-se de jovens afrodescendentes (41% de erro) e aqueles que residem nas regiões 1 (34% de erro), 3 (36% de erro) e 5 (37% de erro) no caso do desconhecimento do partido do presidente. E também pretos (32% de erro), residentes nas regiões 3 (33% de erro) e 5 (31% de erro), além do segmento de evangélicos (33% de erro), são os que mais dificuldades apresentam em recordar o nome do governador do estado do Rio de Janeiro.

Duas grades de questões mensuram o grau de confiança do jovem conectado em instituições e atores da esfera pública política, pedindo para dizer se confia ou não em ‘presidente da República’; ‘senadores e deputados federais’; ‘partidos políticos’; ‘meios de comunicação’; ‘ONGs’; e ‘entidades de estudantes’.

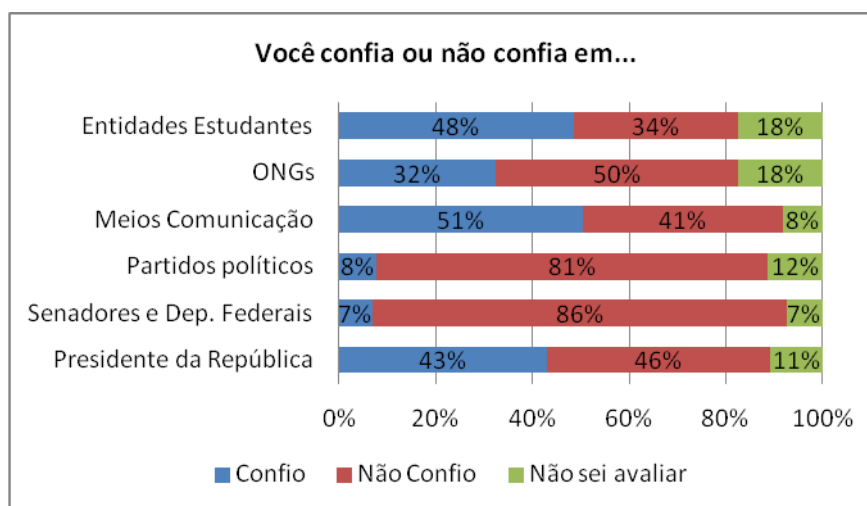


Gráfico 2: Grau de confiança do jovem eleitor conectado nas instituições e atores formais da democracia

Meios de comunicação e entidades de estudantes são apontados como as instituições de maior confiabilidade, enquanto os atores que compõem o Congresso Nacional são apontados como os menos confiáveis. O ceticismo se corrobora neste resultado, lembrando que esta característica não é exclusiva do jovem, como visto anteriormente (VENTURI, 2005). O resultado revela que aquelas instituições que de alguma forma falam a esta juventude tendem a gozar de maior credibilidade. Aqueles atores e instituições que recebem habitualmente as críticas nos meios de comunicação encontram reverberação nesta fatia de público. A figura do presidente da República, por exemplo, caracteriza um empate técnico, mesmo com os altos índices de aprovação pública que este ator político tem atualmente. Se

comparado, entretanto, com os demais personagens políticos apresentados, pode-se dizer que a popularidade é alta.

Na segmentação pelo teste estatístico, moradia e gênero ($p=0,040$) dão significância. Os que residem na região 3 tendem a ser mais desconfiados em relação ao presidente (57%) ($p=0,000$), partidos (87%) ($p=0,009$) e entidades de estudantes (38%) ($p=0,005$). Os moradores das regiões 2 (54%) e 4 (63%) tendem a confiar no presidente em patamares mais elevados. Já na repartição entre homens e mulheres, os homens confiam mais no presidente (48%), enquanto as mulheres demonstram opinião mais crítica em relação ao ator (49%).

Ao analisar esta bateria, portanto, torna-se importante reconhecer que o ceticismo em relação aos atores institucionais adquire contornos específicos ao olhar questões como gênero e as diferentes regiões de moradia na cidade do Rio de Janeiro.

6.3 Conhecimento formal e informal dos valores democráticos

Esta bateria visa testar junto ao público entrevistado o conhecimento formal e informal quanto aos valores democráticos. Mas igualmente interessa captar como esta parcela se sente em relação aos demais cidadãos, se sente mais ou menos preparado para avaliar os assuntos políticos, se comparado com o restante da população.

A maior parte (46%) assume que conhece o assunto político tanto quanto o restante da população, sendo os segmentos de evangélicos (52% *versus* 46% na média) e de moradores na região 2 (32% *versus* 16% na média) da cidade os que consideram seu grau de conhecimento maior do que o restante da população. Espíritas (27% *versus* 16% na média) e os habitantes da região 5 (24% *versus* 20% da média) são os que admitem conhecer menos que o restante da população os assuntos políticos.

Uma das hipóteses deste trabalho de que a juventude conectada não seria capaz de distinguir os valores formais da democracia é refutada pelos dados a seguir. O jovem não só reconhece os valores formais da democracia, como também revela seu apreço por alguns dos atributos de forma especial. O ‘direito ao voto’ é tido por (85%) dos entrevistados como o direito democrático clássico mais reconhecido numa lista apresentada. Em segundo lugar, também com alto grau de reconhecimento, a juventude carioca conectada reconhece em igual patamar outros três requisitos formais, quais sejam, ‘liberdade de imprensa’; ‘expressão livre das pessoas em qualquer lugar’; ‘o cidadão apresentar projetos para governos’. Como último atributo formal reconhecido da democracia, também com alto índice, vem a realização de eleições regulares.

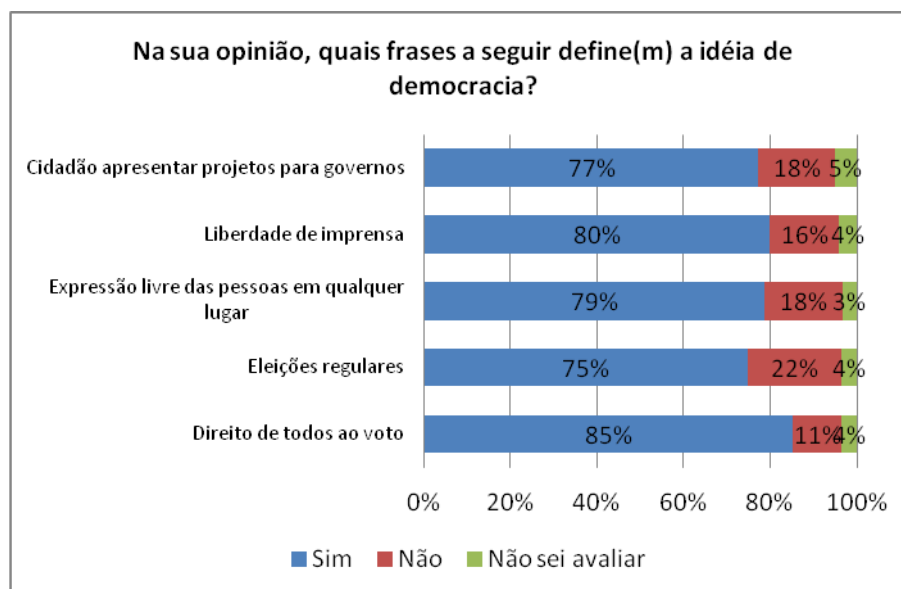


Gráfico 3: Noções do jovem eleitor conectado sobre os valores democráticos formais

O recorte a partir dos testes estatísticos mostra que moradia ($p=0,000$), raça ($p=0,001$), gênero e religião exercem influência nas opiniões. Os moradores das regiões 2 (94%) e 4 (89%) reconhecem o direito ao voto como um valor acima da média geral (85%), enquanto há uma parcela de habitantes da área 5 que desconhece o valor do voto como instrumento formal da democracia (ainda que apenas 17%, destaca-se ao confrontá-la com a média geral). Outro atributo que sofre influência da região de moradia é a liberdade de imprensa ($p=0,026$). Jovens das regiões 2 (84%) e 4 (91%) percebem o papel da imprensa livre como um valor democrático. A região 3 se destaca por reunir o maior índice de jovens que desconhecem o papel da imprensa no contexto da democracia (22%). Raça também ajuda a explicar maior reconhecimento ao direito a voto ($p=0,037$), com maior penetração nos estratos de brancos e pretos (88% cada um). Quanto à liberdade de imprensa, brancos tendem a aceitá-la com mais intensidade como valor democrático (83%), enquanto pardos apresentam nível de desconhecimento maior deste valor (20%) ($p=0,000$).

A divisão por gênero também revela que o público masculino costuma reconhecer o voto em patamares mais elevados do que as mulheres (89%) ($p=0,020$). Quanto à segmentação por religião, católicos e espíritas se destacam ao concordar que o ‘cidadão apresentar projetos para governos’ compõe o repertório formal da democracia (80%) ($p=0,029$).

Outra bateria de questões se propõe a testar até que ponto os valores formais da democracia chegam a ser percebidos cotidianamente. A hipótese de ‘trocar um governo democrático por uma ditadura’ é refutada. Da mesma forma, a ideia de ‘trocar a liberdade de

expressão por melhor condição financeira’ também é recusada de forma enfática. Embora esta juventude internauta reconheça que, de forma geral, as pessoas ‘costumam acompanhar pouco o trabalho do governo’, assim como discorda também de que o ‘governo deva controlar o que passa na TV aberta’, a segurança em relação a esses dois quesitos é menor do que as que envolvem ‘ditadura’ ou ‘liberdade de expressão’. E a insegurança se revela fortemente na polarização de opiniões sobre a ‘liberdade que a mulher tem para decidir sobre o aborto’. Um empate técnico se caracteriza, predominando ligeiramente a visão de que a mulher deve ter liberdade de dispor sobre o corpo. Reconhece-se aqui que há outros elementos que incidem sobre esta opinião, embora interessasse verificar até que ponto este jovem conectado pudesse reagir à interferência do Estado sobre a liberdade individual da mulher de dispor sobre o próprio corpo.

Ao desmembrar a amostra, encontram-se perfis relacionados a moradia ($p=0,042$) e religião ($p=0,000$) que ajudam a identificar aqueles que pensam que o governo tem que ‘controlar o que passa na TV aberta’; dos que admitem que ‘o governo tem que proibir a mulher de fazer aborto’; dos que acham que ‘as pessoas acompanham o trabalho do governo’.

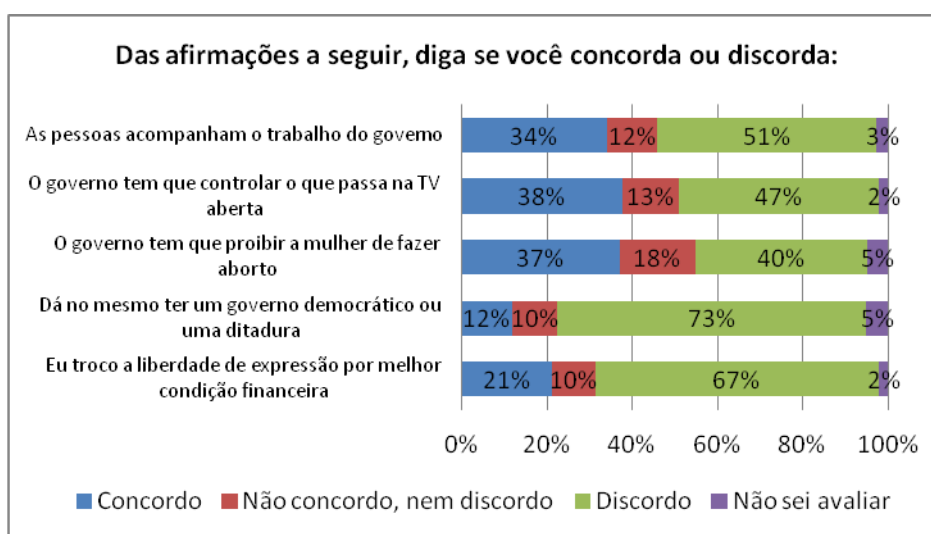


Gráfico 4: Reconhecimento de valores informais relacionados à ideia de democracia

A questão da moradia correlaciona-se a todos os quesitos propostos (pela ordem acima: (governo, $p=0,003$); (TV aberta, $p=0,042$); (aborto, $p=0,002$); (democracia ou ditadura, $p=0,000$); (liberdade por condição fin., $p=0,003$). Quanto a acreditar que ‘as pessoas acompanham o trabalho do governo’, moradores das regiões 1 (68%), 2 (59%) e 5 (58%) discordam que o cidadão tenha este hábito, enquanto os jovens da região 3 (49%) acreditam que as pessoas o façam. Religião é outra variável que explica a distinção entre o grupo jovem

entrevistado. Católicos (37%) tendem a acreditar mais no papel da participação popular acompanhando a política, enquanto espíritas (55%) são mais enfáticos em discordar que tal acompanhamento ocorra. Correlações encontradas por religião, também pela ordem acima: (governo, $p=0,000$); (TV aberta, $p=0,000$); e (aborto, $p=0,000$).

No que tange ao ‘governo controlar o que passa na TV aberta’, moradia e religião exercem influência. Para moradores das regiões 1 (46%) e 3 (42%), faz sentido que o governo estabeleça o conteúdo dos programas de TV, exercendo controle sobre o que é transmitido. Residentes na região 2 (70%) são os mais enfáticos em refutar tal hipótese. O mesmo padrão de polarização de opiniões se identifica com a segmentação por religião. Evangélicos (49%) concordam que o controle governamental deve mesmo existir, enquanto espíritas (55%) sustentam sua discordância a este respeito.

Já ao tratar analiticamente a questão do ‘governo proibir a mulher de fazer aborto’, as variáveis moradia (aborto, $p=0,002$), religião (aborto, $p=0,000$) e raça (aborto, $p=0,031$) revelam tendências distintas. Para os residentes nas áreas 1 (46%), 3 (45%) e 5 (40%), o governo deve intervir na escolha da mulher em fazer o aborto. Já para os residentes das áreas 2 (55%) e 4 (59%), tal decisão cabe à própria mulher julgar e decidir, discordando da intervenção governamental. Percebe-se neste resultado que a geografia é condicionante importante de opinião: quanto mais inseridos no contexto urbano e seus aparelhos, mais propensos os jovens se tornam a aceitar que a mulher decida. Quanto mais se adentra as regiões do subúrbio, mais se resiste à possibilidade. Religião também apresenta correlação com este quesito. Evangélicos são mais conservadores (47%), sustentando mais fortemente que o governo deve intervir. Espíritas são mais progressistas (43%), discordando da regulação governamental a este respeito. Católicos ajudam a determinar a média encontrada (37% aceitam intervenção; 40% refutam). Outra variável explicativa importante está ligada a raça. Brancos são mais progressistas (48% discordam), enquanto pardos (47%) e pretos (43%) concordam com a proibição do aborto.

Na avaliação do quesito ‘dar no mesmo ter um governo democrático ou uma ditadura’, a questão da moradia (democracia ou ditadura, $p=0,000$) torna a ser fator importante de diferenciação entre os segmentos. Embora a maioria absoluta refute ter um governo ditatorial, entre a minoria que aceita, habitantes das regiões 1 (29%) e 3 (16%) apresentam maior propensão. Enquanto entre os que refutam os habitantes das regiões 2 (91%) e 4 (75%) o fazem com maior ênfase. O aspecto urbano, uma vez mais, exerce influência.

Por fim, analisando o quesito ‘trocar liberdade de expressão por melhor condição financeira’, encontram-se correlações na segmentação por moradia (liberdade por condição

fin., $p=0,003$), raça ($p=0,008$) e gênero ($p=0,017$). Habitantes da região 1 (39%) concordam com tal possibilidade. No polo que discorda de tal possibilidade, destacam-se os jovens residentes nas regiões 2 (75%) e 4 (70%). Raça também apresenta tendências, sendo entre os pardos (26%) aqueles que mais notadamente estariam dispostos a abrir mão da democracia para ter melhor condição financeira. Entre os que seriam contra, destacam-se brancos e pretos (71% cada segmento) que recusam tal hipótese em índices acima da média.

Conclui-se desta bateria que variáveis demográficas como moradia, gênero, religião e raça agem como importantes condicionadores da percepção informal que a democracia tem na vida do jovem carioca conectado. Sendo a moradia a única variável que perpassa todos os quesitos propostos no bloco. O aspecto urbano se apresenta, confirmando os achados de Moisés (1992) de que se trata de variável importante para que o jovem perceba os valores da democracia no dia-a-dia. Vale lembrar que raça e moradia encontram significância com grau elevado de educação (ambos igualmente com $p=0,000$), variável que tradicionalmente se revela nos estudos sobre a opinião da juventude sobre os valores democráticos.

Também neste bloco de questões, além do conhecimento sobre aspectos formais e informais da democracia, interessa analisar o engajamento destes jovens em ações cívicas tradicionais. O índice de engajamento segue o padrão de outros estudos, registrando baixa participação. O trabalho comunitário aparece como algo institucional mais próximo à experiência prática deste jovem.

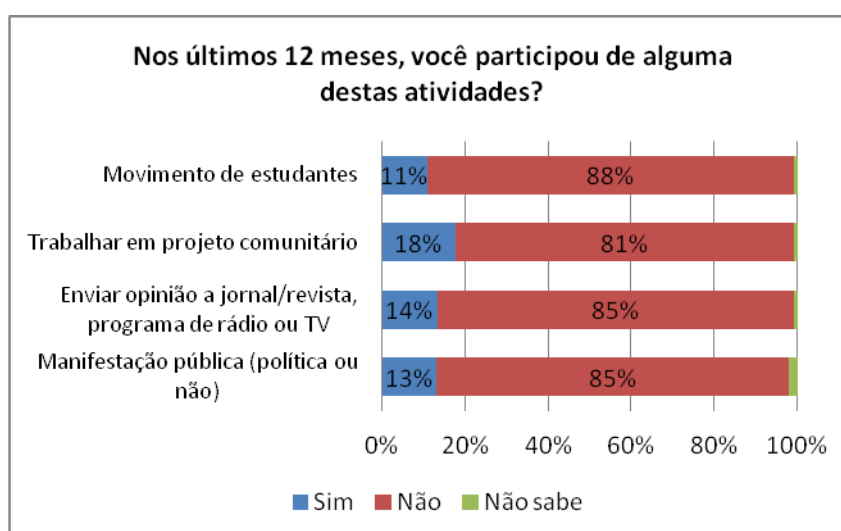


Gráfico 5: Engajamento em iniciativas democráticas tradicionais

Na segmentação estatística, percebe-se que educação, moradia e gênero condicionam comportamentos distintos em relação à participação cívica tradicional. Jovens com nível

superior tendem a participar mais de ‘movimentos de estudantes’ (14%; $p=0,000$), ‘trabalhos em projetos comunitários’ (23%; $p=0,000$), ‘envio de opiniões a jornal/revista, programas de rádio ou TV’ (29%; $p=0,000$) e ‘manifestações públicas’ (22%; $p=0,000$). Em todos os quesitos, cidadãos jovens com ensino médio e primeiro grau apresentam índices abaixo da média de engajamento em ações cívicas tradicionais. Moradia apresenta correlação com participação em ‘manifestações públicas’ ($p=0,000$). Residentes nas regiões 1 (15%), 2 (16%) e 5 (16%) mencionam maior adesão a tal forma de mobilização do que a média. Moradores das regiões 3 (92%) e 4 (91%) apresentam índice maior de não-engajamento. Também no que se refere a ‘manifestações públicas’, homens (18%) são mais inclinados a aderir do que as mulheres (88% de rejeição), cuja correlação apurada é $p=0,014$.

Retira-se desta bateria a constatação de que educação exerce papel preponderante no desenvolvimento cognitivo do jovem em confiar que pode exercer influência na esfera pública. Ainda que os índices de efetivo engajamento sejam minoritários em relação ao total, aqueles jovens com nível superior demonstram mais segurança em fazê-lo do que os que possuem níveis ginásial e médio.

Ainda dentro deste bloco, procura-se conhecer quais são as instituições mais presentes na vida do jovem carioca conectado. ‘Igreja ou organização religiosa’ (42%), ‘clube ou equipe de esporte, social ou recreação’ (35%), ‘grupo artístico, musical ou cultural’ (21%) são os principais. Outras instituições formais estão distantes da vida deste jovem, em especial ‘partidos políticos’, ‘sindicatos e conselhos’, ‘associações de moradores’ e ‘ONGs’.

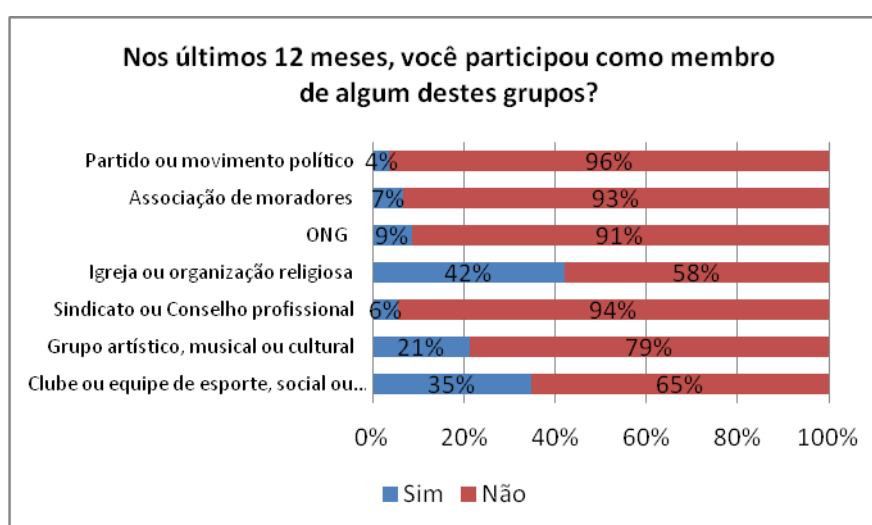


Gráfico 6: Adesão a grupos sociais tradicionais da esfera pública democrática

Ao analisar os achados a partir das segmentações, as correlações mais fortes se dão considerando moradia, educação e estado civil, seguidas por outras de gênero, classe, raça e religião. Os três primeiros cruzamentos serão detalhados. Moradia é variável explicativa para resultados de participação como membro em ‘partido ou movimento político’ ($p=0,013$): moradores das regiões 1 (7%), 2 (9%) e 5 (6%) têm maior propensão em fazê-lo do que a média, enquanto os residentes nas regiões 3 (98%) e 4 (100%) apresentam menor disposição a participar de partidos. A adesão a atividades de ‘associação de moradores’ ($p=0,001$) interessa mais aos residentes nas áreas 1 (15%) e 5 (12%), enquanto há maior desinteresse para os jovens das regiões 2 (96%), 3 (97%) e 4 (98%). Outra relação ocorre entre moradia e ‘participação em igreja ou organização religiosa’ ($p=0,000$), com jovens das regiões 1 (54%), 3 (47%) e 5 (48%) apresentando maior tendência à participação neste tipo de espaço. Já os jovens das regiões 2 (71%) e 4 (75%) mostram menor disposição em participar de organizações religiosas. Da mesma forma, moradia ajuda a explicar a adesão a ‘clube ou equipe de esporte, social ou recreação’ ($p=0,001$), com jovens das regiões 1 (39%), 2 (46%), 4 (41%) e 5 (39%) participando acima da média, ficando somente o jovem do grupo 3 alheio (77% negativo) a tal possibilidade.

No que tange à educação, é fator de influência para explicar a adesão à ‘igreja ou organização religiosa’ ($p=0,016$), mostrando que quanto maior o nível educacional, menor a propensão a participar de tal espaço social. Quem possui ensino médio participa acima da média (47%) enquanto os que possuem nível superior rejeitam significativamente (68% de não-adesão). A participação em ‘grupos artísticos, musicais ou culturais’ ($p=0,000$) também é determinada pela educação. Jovens com nível superior (33%) mencionam participar com maior incidência do que os que possuem ensino médio, que demonstram baixo interesse por essa opção de congregação social (85% de rejeição). Assim como ocorre quanto à participação em ‘clube ou equipe de esporte, social ou recreação’ ($p=0,007$), jovens com nível superior (44%) tendem a apreciar este tipo de espaço social em patamares mais elevados do que os que possuem o ensino médio (69% rejeição) ou o primeiro grau (72% rejeição).

Finalmente, estado civil é variável que determina adesão a alguns dos espaços testados. A participação em ‘ONGs’ se dá mais fortemente entre os casados (18%; $p=0,000$), assim como maior atenção a participação em ‘sindicatos e conselhos profissionais’ (16%; $p=0,001$) e ‘grupos artísticos, musicais e culturais’ (25%; $p=0,034$). O matrimônio parece encadear considerações de outra ordem, levando a amadurecimento de questões distintas para o jovem conectado advindas com a responsabilidade do casamento.

De tal bateria de questões, abre-se o leque de explicações para os jovens conectados que se engajam em agrupamentos tradicionais. Ainda que em patamares de baixa participação se analisado conjuntamente, é importante reconhecer que existem segmentações específicas dos jovens cariocas usuários da internet. Revelam-se repertórios peculiares de adesão, cujas variáveis de moradia, educação e estado civil surgem como elementos preponderantes de elucidação. Quanto mais para o subúrbio se encaminha a análise, maior a importância das igrejas e grupos religiosos. Partindo-se em direção às zonas mais abastadas da cidade, encontra-se um internauta com mais opções de adesão em grupos sociais de ordens variadas. E nível superior e casamento significam a entrada deste jovem no amadurecimento para outro cardápio de preocupações e engajamentos.

Outra bateria de questões diz respeito às referências que este jovem internauta costuma buscar quando está a decidir a quem atribuir o seu voto. Confirma-se o papel de familiares e meios de comunicação, achado que ALDÉ (2004) já apontava como tendência de geradores de enquadramentos no processo de escolha. Questão colocada de maneira espontânea e múltipla, cabe reconhecer o papel dos familiares na formação da opinião política deste jovem. Não há de se desprezar, contudo, o papel dos amigos e da propaganda eleitoral, todos empatados tecnicamente em terceiro lugar junto com a menção de ‘não consultar nada nem ninguém’. O resultado desse quesito deve ser relativizado também pelo próprio comando da questão, cuja análise *a posteriori* leva a coordenação do trabalho a reconhecer que a formulação pode levar a um viés de posicionamento do jovem quanto ao fato de querer evitar dar para o entrevistador a impressão de alguém que pode ser manipulável pela opinião de outros, ainda que a opção ‘não consultar nada nem ninguém’ não fosse dada no comando da questão colocada pela equipe de entrevistadores.

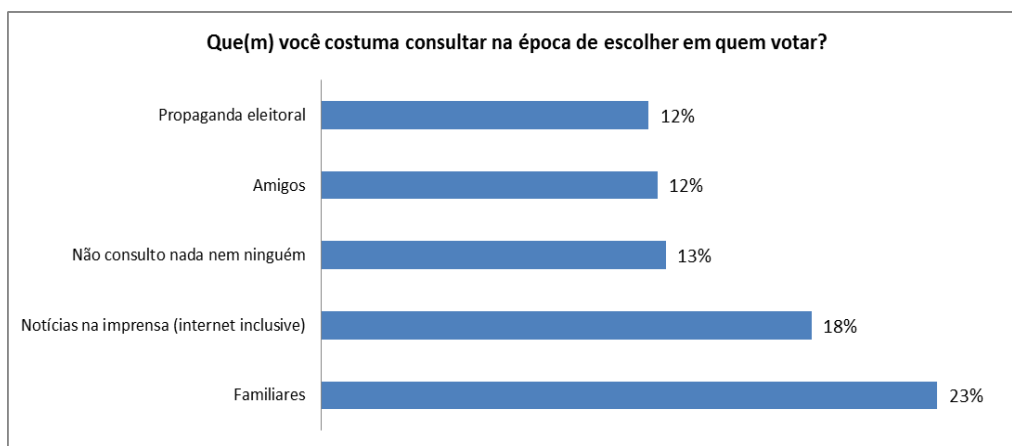


Gráfico 7: Fontes de consulta para decisão sobre o voto

Segmentando os resultados, constata-se que as variáveis demográficas que ajudam a explicar os comportamentos de consulta em períodos eleitorais têm correlação com idade ($p=0,001$), religião ($p=0,000$), moradia ($p=0,004$) e raça ($p=0,007$). Jovens entre os 17 anos (41%) e 18 a 20 anos (33%) costumam ‘ouvir mais os familiares’. Aqueles entre 18 a 20 anos (16%) também ‘consultam os amigos’ de forma significativa. Ambos os segmentos etários apresentam consumo relativamente menor de ‘notícias na imprensa’, com os de 17 anos (12%) ainda menos inclinados a fazê-lo do que os de 18 a 20 anos (15%). À medida que a faixa etária aumenta, diminui a necessidade de consultar alguém da família para tomar a decisão, sendo os de 21 a 24 anos (17%) os que mais refutam a consulta a terceiros para decidir sobre o voto, ainda que os amigos (16%) exerçam influência. Por outro lado, é neste agrupamento que se percebe o aumento de atenção à ‘propaganda eleitoral gratuita’ (17%). Revela-se, portanto, que ao aumentar a idade, diminui a dependência da visão de familiares e tende a aumentar o poder de influência das notícias, dos amigos e da propaganda eleitoral.

Religião ($p=0,000$) é outro fator de elucidação sobre o comportamento eleitoral do jovem carioca usuário da internet. Católicos costumam ouvir os ‘familiares’ (28%) em taxas elevadas, assim como dão atenção a ‘notícias na imprensa’ (25%) e também reúne aqueles que costumam ‘não consultar nada nem ninguém’ (18%). Evangélicos costumam ouvir os ‘familiares’ (33%) com maior frequência, dão atenção à ‘propaganda eleitoral’ (17%) e também reúnem aqueles que são mais enfáticos ao destacar ‘não consultar nada nem ninguém’ (20%). Espíritas ouvem os ‘amigos’ (34%) de forma mais incisiva, dão mais atenção às ‘notícias na imprensa’ (27%) e tendem a perceber a ‘propaganda eleitoral’ (16%).

Moradia ($p=0,004$) exerce influência na fase de aquisição informativa sobre a escolha eleitoral do jovem carioca. Residentes da região 1 tendem a ouvir ‘familiares’ (36%), ‘amigos’ (19%) e ‘notícias na imprensa’. Residentes da região 2 mostram-se mais inclinados a conversar com os ‘amigos’ (21%), enquanto o jovem do grupo 4 apresenta interesse ligeiramente maior sobre a cobertura das ‘notícias na imprensa’ (23%). O morador da região 3 é mais enfático em afirmar ‘não consultar nada nem ninguém’ (25%), ainda que admita que a ‘propaganda eleitoral’ (18%) é um momento que ele costuma prestar atenção, hábito este no qual é seguido pelo morador do grupo 5, que também dá atenção mais significativa ao ‘horário gratuito eleitoral’ (18%).

Por fim, a divisão por raça ($p=0,007$) revela contornos do hábito jovem em adquirir informações para o voto. Brancos tendem em patamares acima da média a ouvir ‘familiares’ (27%), ‘amigos’ (19%), acompanhar ‘notícias na imprensa’ (27%) e a ‘propaganda eleitoral’ (16%). Pardos ouvem os ‘familiares’ (31%), ‘notícias na imprensa’ (22%) e apresentam a

tendência em afirmar que tomam sua decisão de voto sem ‘consultar nada nem ninguém’ (20%). Pretos também costumam ouvir ‘familiares’ (29%) e acompanham os pardos no hábito de ‘não consultar nada nem ninguém’ (22%).

Nova bateria de questões leva a constatar que quatro em cada cinco jovens entrevistados admitem não simpatizar com qualquer partido político. Entre aquela parcela de 20% que afirma simpatizar, as menções espontâneas mais incidentes foram para o Partido dos Trabalhadores (43%); Partido Verde (24%) e Partido Socialismo e Liberdade (12%). Convertendo pelo total da amostra, a taxa de simpatizantes é de 9% para o PT; 5% para o PV; e 2% para o PSOL. Confirma-se nestes dados o interesse de fatia limitada de jovens internautas cariocas pela vida partidária tradicional.

Na análise segmentada, religião ($p=0,002$), moradia ($p=0,012$) e educação ($p=0,010$) aparecem como elementos que geram correlação com o comportamento ligado a simpatizar com algum partido. Jovens espíritas tendem a simpatizar mais por partidos políticos (38%) enquanto os evangélicos são mais enfáticos em refutar a adesão partidária (89%). Talvez, na questão dos evangélicos, a política esteja relacionada à religião como um espaço de refutação ao fazer tradicional. Assim, cria-se um espaço de negação ao espaço político tradicional, mas ainda assim político no seu aspecto cívico, revestido pelos valores da fé. Ao mesmo tempo, residentes das regiões 1 (17%) e 4 (12%) tendem a apoiar o PT acima da média (9%). Quanto à educação, jovens com nível superior demonstram maior apreço a partidos políticos (29% *versus* 20% de média) enquanto aqueles com o primeiro grau rejeitam nutrir simpatia a algum partido à ordem de 86% (contra 80% da média).

Pelo que se depreende dos dois blocos analisados, embora o jovem carioca usuário da internet reconheça claramente os valores formais e informais da democracia, a atitude política ligada ao fazer tradicional tende a ser negativa e fraca, tomando de empréstimo categorização de estudo de ALDÉ (2004). A análise segmentada apresenta, contudo, contornos específicos de diversas ordens, que devem servir como fatores para relativizar as conclusões.

6.4 Consumo midiático massivo e TIC dos assuntos da política

6.4.1 Meios massivos

Se os meios de comunicação são apontados como a segunda fonte para a elaboração de enquadramentos discursivos, a bateria de questões aqui discutida fecha o foco sobre os meios e veículos que servem mais especificamente para o consumo de informação da audiência jovem carioca conectado. Pergunta-se em duas questões distintas quais são os canais de televisão e quais são os jornais que esta juventude internauta costuma se referenciar para se atualizar sobre as informações políticas.

Em termos de emissora de TV aberta, confirma-se a preponderância da produção jornalística da TV Globo, à frente da segunda colocada, TV Record, com mais que duas vezes e meia de audiência espontaneamente mencionada. Além de a própria Rede Globo ocupar a terceira posição por meio da TV a cabo, com o canal Globo News.

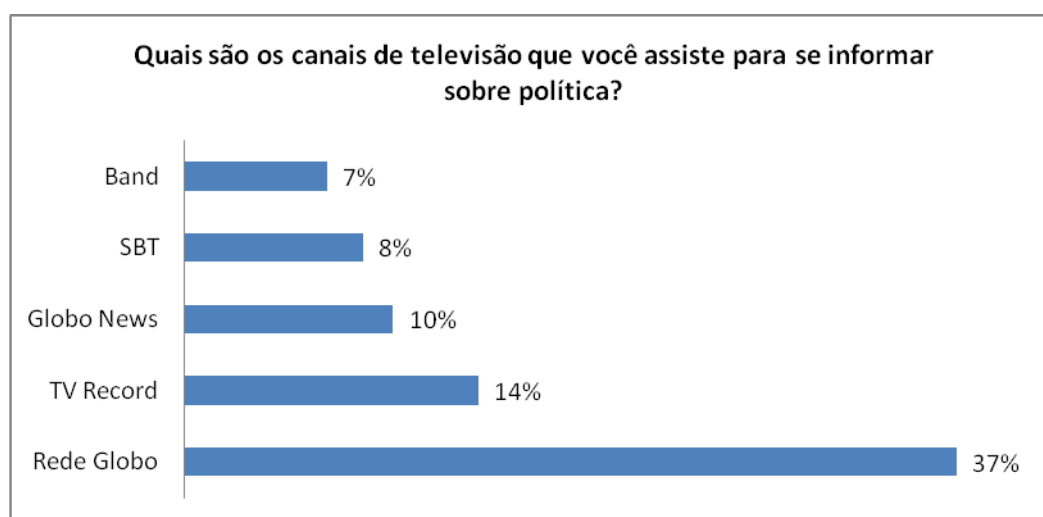


Gráfico 8: Fontes de informação midiática para política – televisão

Buscando as correlações internamente, religião ($p=0,000$) e moradia ($p=0,026$) surgem como elementos de detalhamento mais importantes. Em termos de religião, evangélicos (51%), católicos (49%) e espíritas (41%) são os que mais se informam sobre política por meio da ‘TV Globo’. Evangélicos demonstram apreço pelo consumo informativo por meio da ‘TV Record’ (26%). Espíritas (18%) e católicos (14%) apresentam interesse diferenciado também pelo canal ‘Globo News’. O canal ‘SBT’ atrai católicos (12%) e evangélicos (12%) também de forma ligeiramente maior do que a média de atração média da emissora junto ao público jovem. Espíritas (15%) demonstram interesse no jornalismo político do canal ‘Band’.

Em relação a moradia, jovens da região 1 demonstram interesse diferenciado pelo canal ‘SBT’ (16%); moradores da região 2 mencionam maior interesse pelos canais ‘Rede

Globo' (41%) e 'Globo News' (18%); residentes na região 3 consomem diferenciadamente os canais 'TV Record' (17%) e 'SBT' (14%); na região 4, preferência acentuada pela 'Rede Globo' (41%), 'TV Record' (19%), 'Globo News' (16%) e 'Band' (10%). Habitantes da região 5 dedicam maior atenção ao conteúdo político televisivo oferecido pela 'Rede Globo' (46%). Há que se lembrar, contudo, que mesmo havendo diferenças na taxa de penetração no consumo de cada canal por segmentos demográficos específicos, no apanhado geral o produto jornalístico da TV Globo lidera com folga em relação às demais emissoras de televisão.

Quanto aos jornais mais lidos sobre os assuntos políticos, as menções espontâneas dão empate técnico entre os jornais 'Extra' e 'O Globo'. Em segundo lugar, também empatados, vêm 'O Dia' e 'Meia Hora Expresso'. Relevante notar nesta lista que, dos quatro jornais mais citados, três têm notadamente editorias que tratam o assunto político de forma mais superficial e reduzida. Apenas o jornal 'O Globo' dedica uma editoria específica para o assunto político com destaque no seu caderno principal.

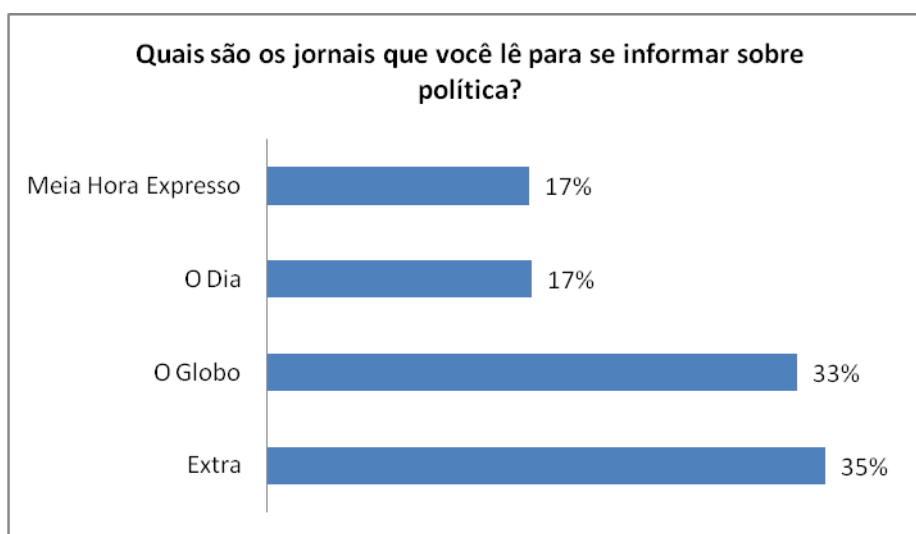


Gráfico 9: Fontes de informação mediática para política – jornal

Ao detalhar a amostra, aparecem relações específicas no recorte por moradia ($p=0,000$), raça ($p=0,000$) e religião ($p=0,000$). A região de residência ajuda a entender os veículos diários impressos mais apreciados por cada segmento jovem distribuído pela cidade. Na região 1, os jornais 'O Dia' (22%) e 'Meia Hora Expresso' (30%) têm mais espaço no gosto dos jovens. As regiões 2 e 4 apresentam adesão forte ao jornal 'O Globo' (62% e 46%, respectivamente). Nas regiões 3 e 5, destaca-se o jornal 'Extra' (39% e 44% de menções respectivamente). A variável raça divide o gosto pelos jornais 'Extra' (pardos, 40%), 'O Globo' (brancos, 45%), assim como 'O Dia' (19%) e 'Meia Hora Expresso' (30%), mais

mencionados por leitores pretos. Religião é a terceira variável importante no consumo informativo político do jovem carioca conectado. Evangélicos leem jornal ‘Extra’ (42%) a uma taxa mais acentuada que a média, enquanto católicos e espíritas revelam ler o jornal ‘O Globo’ (39% cada um) em níveis mais elevados.

Em relação aos meios de comunicação em geral como fornecedores de enquadramentos do ambiente político, em primeiro lugar vem a internet como o mais confiável, seguida de perto por TV aberta e jornal. A internet é incorporada no consumo informativo e naturalizada no comportamento desta geração. Embora os outros meios continuem com papéis definidos na formação de quadros interpretativos, há que se considerar nos estudos atuais como a internet participa neste contexto transformado.

Na expectativa de entender até que ponto esta opinião quanto à credibilidade da informação via internet faz sentido para o cidadão jovem, outras questões trataram de testar como se dá a passagem entre opinião e atitude prática, como será abordado adiante.

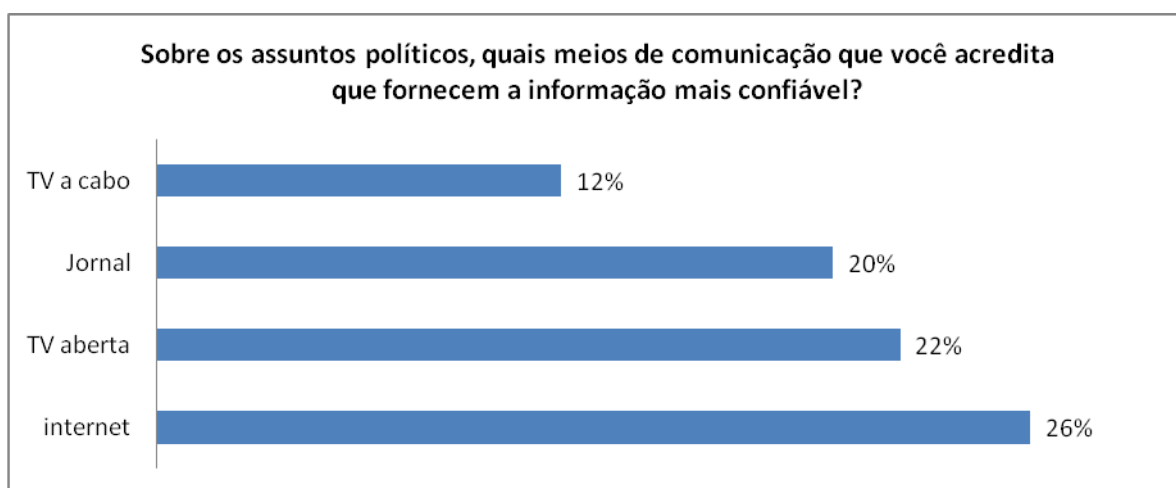


Gráfico 10: Fontes mediáticas mais confiáveis para acesso à informação política

Em novo recorte para buscar os segmentos com relação estatística, uma vez mais aparecem resultados ligados a moradia ($p=0,000$), religião ($p=0,023$) e raça ($p=0,019$). No que pese o fato de a internet ser o veículo mais confiável no agrupado, quando se abrem os segmentos observa-se que se alternam os gostos no cardápio de cada região. Para a região 1, tem credibilidade a informação política na ‘TV aberta’ (28%) e no ‘jornal’ (36%). Os habitantes da região 2 contam com ‘internet’ (33%), ‘TV a cabo’ (21%) e ‘jornal’ (30%). Jovens da região 3 acessam a ‘internet’ (37%) e ‘TV aberta’ (38%). Enquanto os moradores da região 4 costumam confiar mais na ‘internet’ (33%), ‘TV a cabo’ (20%) e ‘jornal’ (24%). Já o jovem da região 5 demonstra maior confiança na ‘internet’ (30%), ‘TV aberta’ (28%) e

‘jornal’ (28%). Jovens de todas as principais religiões dão valor acima da média para a internet (31% católicos, 32% espíritas e 30% evangélicos), enquanto católicos revelam apreço à ‘TV aberta’ com mais ênfase (30%) e espíritas confiam em índices mais elevados em ‘TV a cabo’ (19%) e ‘jornal’ (32%). Em termos de raça, brancos tendem a acreditar mais na ‘internet’ (33%) e ‘TV a cabo’ (20%), enquanto pardos e pretos, além da ‘internet’ (31% e 35%, respectivamente), mencionam ainda a ‘TV aberta’ (33 e 29%) e o ‘jornal’ como fontes de credibilidade para fornecer enquadramentos sobre o cenário político.

Buscando entender como o repertório acima permite reconhecer os meios e os veículos mais presentes no processo de acompanhamento da política, assim como aqueles que são tidos com os mais críveis, a pesquisa incluía uma bateria final de questões em grade, perguntando especificamente nas eleições mais recentes (para presidente da República, em 2010), quais foram os meios de comunicação mais consultados. Aqui, um achado mostra o valor prático dos círculos sociais e dos meios de comunicação de massa. Quase todos os quesitos da grade detalhada no gráfico abaixo mostra a força que as opiniões dos familiares e amigos costumam ter no processo de definição do voto. Assim como também dá outro valor aos meios tradicionais. Se, na questão acima, a internet era tida como o meio de informação mais confiável em opinião, nas eleições presidenciais mais recentes, os meios tradicionais tiveram mais força que a internet no ato (dados mais à frente) de servir como fonte a recorrer na busca de informações: ‘notícias na televisão’; ‘propaganda política partidária’; ‘leitura em jornais e revistas’; e ‘debates políticos na televisão’ aparecem com maior incidência de menções do que o próprio consumo informativo na internet. Para dar um parâmetro comparativo, foi incluída a média de notícias na internet sobre política que mais chamam a atenção para a amostra, como forma de ilustrar que a categoria ainda perde para outros meios de comunicação.

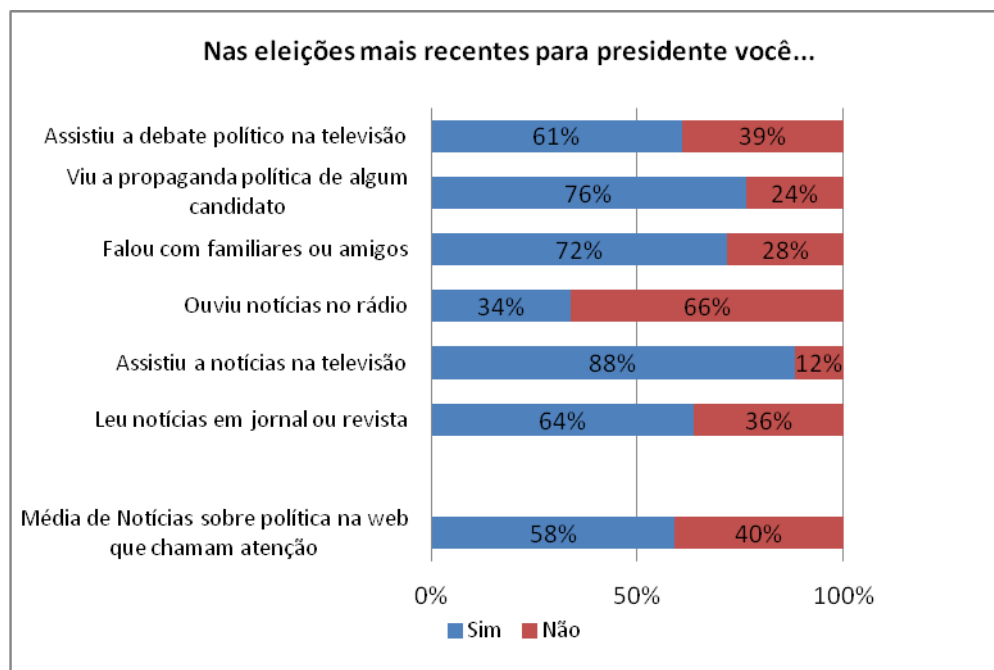


Gráfico 11: Consumo efetivo de mensagens políticas nas eleições presidenciais de 2010

Há correlação entre as atitudes práticas nas eleições mais recentes com educação, idade, moradia, raça, religião e gênero. Por uma questão de síntese, a análise se deterá nas três primeiras variáveis. Educação revela que jovens de nível superior, na época das eleições presidenciais de 2010, leram mais ‘jornais e revistas’ (86%; $p=0,000$), contra 55% (ensino médio) e 42% (primeiro grau). O jovem de nível superior (91%; $p=0,000$) também discutiu em patamares mais elevados com ‘familiares ou amigos’, ante 65% (ensino médio) e 51% (primeiro grau). Nível escolar também condiciona as respostas de ‘assistir a debate político na televisão’ (78% nível superior; ($p=0,000$), frente a 55% (ensino médio) e 40% (primeiro grau). Junto com a decisão mais embasada do jovem com nível educacional elevado, a idade ($p=0,050$) também se apresenta como aspecto relevante. Encontra-se correlação entre idade e atenção ao ‘debate político na TV’. Jovens de 21 a 24 anos (64%) estiveram mais atentos que os das outras faixas etárias (17 anos, 42%; e 18 a 20 anos, 57%). Percebe-se, contudo, que o passar do tempo faz com que aumente o grau de atenção ao debate entre os candidatos.

Em relação à variável moradia, jovens das regiões 2 e 4 leram mais ‘jornais ou revistas’ (74% e 75%, respectivamente) ($p=0,018$) que seus pares nas demais regiões, sendo o jovem da região 3 (43% de não uso) o menos disposto a buscar na imprensa escrita explicações para a corrida eleitoral. Moradores da região 1 utilizaram o rádio com maior frequência (63%) ($p=0,006$), enquanto os da região 2 (72% de não uso) foram os que mais refutaram esta possibilidade. Jovens das regiões 1 (78%), 2 (84%) e 4 (77%) foram os que

mais discutiram com ‘amigos ou parentes’ sobre as opções de escolha naquele momento da vida brasileira ($p=0,002$). Os da região 3 (40% de negativas), por sua vez, são os que admitem menos ter agido neste sentido.

Revela-se neste ponto jovens com perfis distintos por conta de geografia, acesso a educação, tendentes a se preocupar mais com o momento eleitoral à medida que suas idades aumentam.

Resta notar que para essa juventude conectada há uma opinião em torno da internet como uma fonte confiável de notícias, mas o ato informativo no contexto real das eleições de 2010 foi sacramentado no consumo relativamente mais significativo dos meios massivos tradicionais.

O que leva a relativizar a força da internet momentaneamente, na contramão da opinião arraigada entre os próprios jovens sobre a internet, posto que ainda dependente do enquadramento gerado pelos outros *media*, como a atitude prática revela acima. O gráfico a seguir no próximo bloco revela um rol de notícias na internet especificamente pelo grau de atenção que cada uma costuma despertar. Percebe-se no consumo informativo da internet que há fatos noticiados pela rede mundial de computadores que no máximo se igualam em atenção dada aos *media* convencionais.

6.4.2 Meios TIC

Mapeados meios, veículos, grau de confiança e atitudes em relação aos meios de comunicação tradicionais, a pesquisa entra mais especificamente no consumo do meio internet. Os achados iniciais dão conta de que a maioria acessa a rede mundial de computadores a partir de casa (51%), já conta com acesso via banda larga (89%), utiliza diariamente (61%) e permanece de 1 a 4 horas (47%), podendo passar de mais de 5 horas para uma fatia importante da amostra (42%). Quanto mais jovem, maior é a tendência em acessar diariamente a internet (92%, 17 anos; 64%, 18 a 20 anos; 57%, 21 a 24 anos).

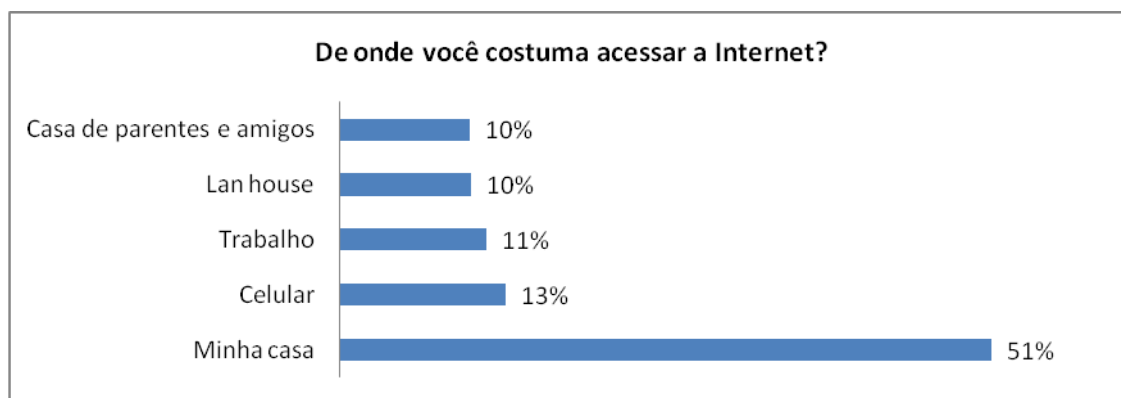


Gráfico 12: Local de acesso à internet

Moradia ($p=0,035$) e raça ($p=0,000$) apresentam correlação neste quesito. Embora o acesso domiciliar seja o principal, nota-se que novos recursos começam a entrar no hábito desta audiência. Jovens da região 1 (18%) tendem a acessar a internet via *lan houses* em patamares superiores ao restante da amostra. Enquanto os da região 2 já utilizam o acesso via celular (19%), os das regiões 3 privilegiam o acesso de casa (63%), os da região 4 usam mais o acesso do trabalho (20%) e os da região 5 também apresentam adesão elevada à navegação via celular (16%). O jovem da região 2 é o que tende a acessar a rede com maior frequência diariamente (70% contra 61% da média) e seis vezes por semana (14% ante 6% na média). Jovens da região 4 também apresentam nível elevado de uso (quatro a cinco vezes por semana, 24% ante 12% da média; e 6 vezes por semana, 16% em face a 6% da média).

Quanto à variável raça, ainda que o acesso se dê na sua maioria de casa, o cruzamento de dados mostra que as *lan houses* são mais utilizadas por pretos (14%). Brancos costumam acessar com frequência ligeiramente maior a rede mundial de computadores, de seis vezes na semana (9% *versus* média de 6%) a diariamente (63% *versus* 61% na média). Afrodescendentes costumam passar menos tempo conectados (menos de 1 hora, 16% de incidência *versus* 11% da média; e 1 a 4 horas, com 55% de casos *versus* 47% da média).

Passando para o consumo informativo *online*, com igual importância em primeiro lugar vêm as aprovações de projetos importantes (67%); polêmicas (66%); e escândalos (64%), todos dentro da margem de erro que leva a empate técnico. Interessante notar, contudo, que nenhum dos três temas permite identificar um consumo informativo maior na internet do que nos outros meios tradicionais arrolados no gráfico anterior. Na elaboração desta questão, deixou-se um campo especial 'outro tipo de notícia', deixando que inclusive outras possibilidades pudessem emergir. Fato é que o grau de acompanhamento do que ocorreu nas eleições de 2010 ainda foi mais forte nos meios tradicionais do que na internet.

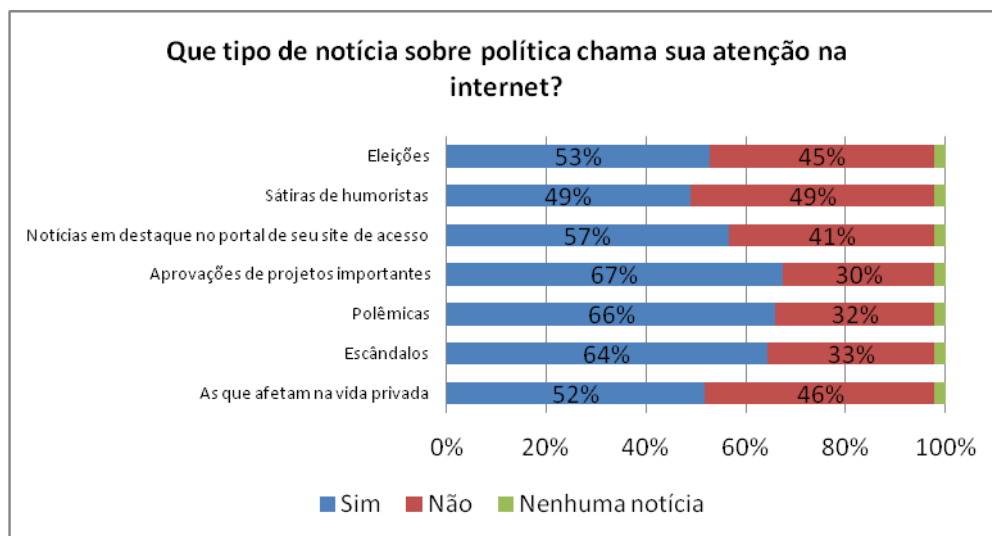


Gráfico 13: Fatos políticos na internet que chamam mais atenção do jovem eleitor conectado

Ao conferir pelos agrupamentos específicos, percebe-se que moradia e gênero dão significância. Moradia se correlaciona com todos os quesitos propostos na bateria de questões. Dos tipos de notícias políticas na internet que mais interessam, ‘eleições’ ($p=0,000$) estão na lista dos residentes das regiões 2 (71%) e 4 (66%) acima da média apresentada pelo agrupamento. ‘Sátiras de humoristas’ ($p=0,000$) são apreciadas por jovens residentes nas áreas 2 (61%) e 3 (56%). As ‘notícias em destaque no portal de acesso’ ($p=0,000$) chamam atenção dos habitantes das regiões 1 (76%), 2 (81%) e 4 (61%). ‘Aprovações de projetos importantes’ ($p=0,000$) recebem atenção maior dos jovens das regiões 1 (78%) e 2 (86%). ‘Polêmicas’ ($p=0,000$) são mais observadas pelos das regiões 1 (93%), 2 (72%) e 3 (70%). ‘Escândalos’ ($p=0,001$) chamam atenção dos jovens das regiões 1 (71%) e 2 (72%). Por fim, ‘as notícias que afetam na vida privada’ ($p=0,000$) fazem mais sentido para aqueles moradores das regiões 2 (75%) e 4 (58%). Cabe assinalar que, de todos os grupos e quesitos entrecruzados, o jovem da região 2 é aquele que aparece como o que observa mais atentamente o conteúdo fornecido online relacionado à política. O quadro abaixo ilustra incidência acima da média em todos os quesitos pesquisados. Aqui sim, as notícias destacadas no portal de acesso interessam em patamares elevados, próximos aos da televisão na outra bateria, caso das aprovações de projetos importantes (86% *versus* 88% da televisão). Dado curioso, as polêmicas para o grupo 1 são a única possibilidade para que um canal internet venha a superar a cobertura da televisão para o fato político.

Que tipo de notícia sobre política chama sua atenção na internet?	Área 1	Área 2	Área 3	Área 4	Área 5
Eleições		71%		66%	
Sátiras de humoristas		61%	56%		
Notícias em destaque no portal de seu site de acesso	76%	81%		61%	
Aprovações de projetos importantes	78%	86%			
Polêmicas (ex.: legalização do aborto)	93%	72%	70%		
Escândalos (ex.: denúncia de corrupção)	71%	72%			
As que afetam na vida privada		75%		58%	

Tabela 5: Grau de interesse por diferentes tipos de notícias políticas na internet na divisão do jovem eleitor conectado por regiões da cidade.

Quanto a gênero, escândalos (69% ; $p=0,004$) e polêmicas (73%; $p=0,000$) atraem a atenção do público feminino em patamares mais elevados do que interessam ao público masculino.

Tal bateria leva à análise da segunda hipótese do trabalho, que diz respeito à incorporação cultural da lógica TIC para fins políticos. Pode-se afirmar pelos dados acima que, mesmo para esta juventude inata ou apresentada quando criança às tecnologias digitais, os enquadramentos oferecidos pelos meios massivos tradicionais ainda representam fontes de informação mais presentes. Resta saber se por inércia ou por uma credibilidade não reconhecida discursivamente (racionalmente) para o campo cívico. Embora o discurso da internet já esteja sedimentado como algo que fala às aspirações deste segmento de audiência na aquisição do conhecimento amplo, ainda há pouca aderência para este jovem o assunto político no espaço digital, com exceção do jovem da região 2 carioca.

Destaca-se também nesta bateria que o fato jornalístico produzido nos moldes da cobertura política tradicional é a que costuma mais chamar a atenção do jovem, a exemplo do que ocorre com os adultos, sendo aqueles temas tratados mais habitualmente pelo viés das polêmicas e dos escândalos mencionados como os que mais chamam a atenção desta audiência. Elemento que ajuda a reforçar o ceticismo abordado anteriormente e reforça o distanciamento entre o jovem e os assuntos cívicos. De positivo, também aparece com igual destaque o estado de interesse por projetos importantes, ainda que esta saliência já venha pronta das próprias análises feitas pelos meios de comunicação.

A partir da próxima bateria de questões, será possível finalmente analisar se o repertório de práticas na internet é apropriado para o uso político do jovem carioca conectado e quais são os requisitos necessários para esta participação.

6.5 Usos e apropriações da internet para fins políticos

A hipótese que norteia este bloco de questões indica que embora a implosão do polo emissor dos *media* se faça sentir em diferentes campos da cognição humana com a consolidação da comunicação mediada pelo computador, o repertório de ações políticas desencadeadas nas redes sociais digitais e demais espaços TIC ainda não seriam empregados como uma atitude culturalmente incorporada para a política.

No limite, os pressupostos iniciais indicavam até mesmo a possível polissemia interpretativa deste segmento de público do que afinal seria ‘política’ no espaço da internet. Da mesma forma como a fase qualitativa de ALDÉ (2010) provocara risos de estranhamento quando o grupo feito no Rio de Janeiro soube que postulantes à presidência participavam de redes sociais.

Como parâmetro maior, ainda que o tema político exija um espaço de análise e debates mais aprofundado, algo difícil para algumas ferramentas (basta pensar no *microblog Twitter*, por exemplo, no qual a informação deve ser dada em 140 caracteres), há forte caráter aspiracional entre o jovem carioca conectado de que a internet pode ‘ajudar a mudar a política para melhor’.

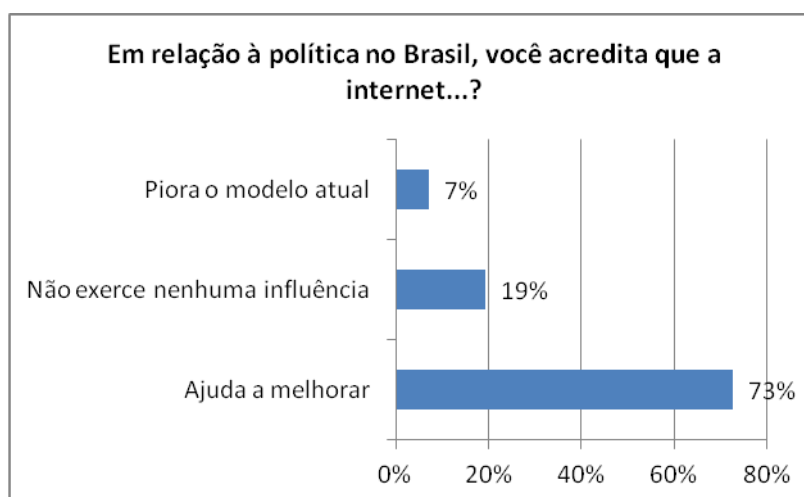


Gráfico 14: Papel da internet para aprimorar a política no Brasil

Vale retomar o percurso teórico que trouxe a pesquisa até aqui. Afinal, os aspectos institucionais discutidos anteriormente apontam que a internet poderia ser um espaço ainda em consolidação da democracia, repleto de potencialidades positivas, mas sob riscos (COLEMAN E BLUMLER, 2009).

Primeiro, porque pode vir a ser refutado pelos atores e instituições tradicionais como um espaço não apto ao modelo político deliberativo, servindo a propósitos bem limitados,

como dar transparência e prestar contas, com capacidade restrita ou inexistente de decisão pública (GOMES, 2008). Segunda possibilidade, ao invés de refutada, a tecnicidade da rede mundial de informação pode vir a ser apropriada pelos atores e instituições tradicionais, a ponto de ampliar suas conexões e transformar o fazer político de acordo com os interesses de tais entidades, um reforço do modelo de poder, não necessariamente voltado a aumentar o nível de consciência e participação pública (HINDMAN, 2009); também nesta vertente, a emergência de instituições e atores dispostos a conquistar espaço na política tradicional, a partir de mobilizações sob outras perspectivas de coordenação, mas ainda dispostos a seguir as regras do jogo político atual (COLEMAN E BLUMLER, 2009). Terceira possibilidade, esta no polo mais radical, a sociedade do conhecimento seria o coroamento de outra lógica política, colocada de forma desafiadora e disposta mesmo a implodir com o modelo tradicional, senão derrubando-o por completo, ao menos alterando muitas das bases que são as premissas morais do sistema (ANTOUN, 2003; CASTELLS, 2011).

Existem dois caminhos possíveis de análise dos dados da juventude carioca internauta e eleitora. O primeiro é perceber que a participação em movimentos sociais, políticos ou culturais surgidos na internet reforçam as teorias anteriormente apresentadas de que os interessados fora da rede tendem a ser aqueles que também se importam pelas ações na internet (HINDMAN, 2009). O resultado consolidado revela que o interesse pela política é baixo entre a população jovem carioca internauta de forma geral (12% admitido conscientemente; 19% incluindo os participantes não-conscientes, como será abordado adiante), com padrão de participação *online* parecido com aquilo que se verifica nos padrões de participação *off-line*. Mesmo no caso do jovem ter pouca experiência com a arena política tradicional, parece que a tendência a ocupar o espaço político da internet se dá entre aqueles que já vivenciam outras experiências sobre a política, talvez até mesmo como parte dos assuntos em família. O que equivale a dizer que os assuntos cívicos na internet interessam àqueles que já os acompanham em outros espaços de opinião. E moradia e religião servem de caminhos para esclarecer o perfil do jovem engajado. Há o jovem residente na área 2 carioca, que tende a reconhecer a internet como uma ferramenta importante à medida que já experimenta a política em outros espaços. Existe também entre os espíritas a tendência em níveis mais elevados em acreditar que a internet ajuda a melhorar a política no Brasil.

Outra possibilidade é observar que o alto índice de concordância de que a internet pode ajudar a política no Brasil a mudar para melhor (73%) revela que há o reconhecimento por parte do jovem de que potencialmente a internet pode ser posta a serviço da política. Que tipos de estímulos, contudo, seriam adequados para gerar o engajamento deste jovem, ainda é

uma questão que necessita ser trabalhada. A única segmentação que neste ponto apresenta significância é por gênero, mas ainda assim as variações resultam praticamente em empates técnicos. Parece que este jovem se põe a esperar por situações que possam ocorrer, quando a política definitivamente se apresente como um assunto para ele, para que ele se ponha em movimento e tome as iniciativas. O que mostra que nesta fase de aprendizado dentro da lógica e das ferramentas TIC já existe um considerável grau de consciência de que há um espaço para onde recorrer caso o contexto demande. Outras situações, contudo, serão abordadas adiante, quando se perguntar a este jovem conectado se as ações que ele viu ocorrerem na internet surtiram algum efeito prático.

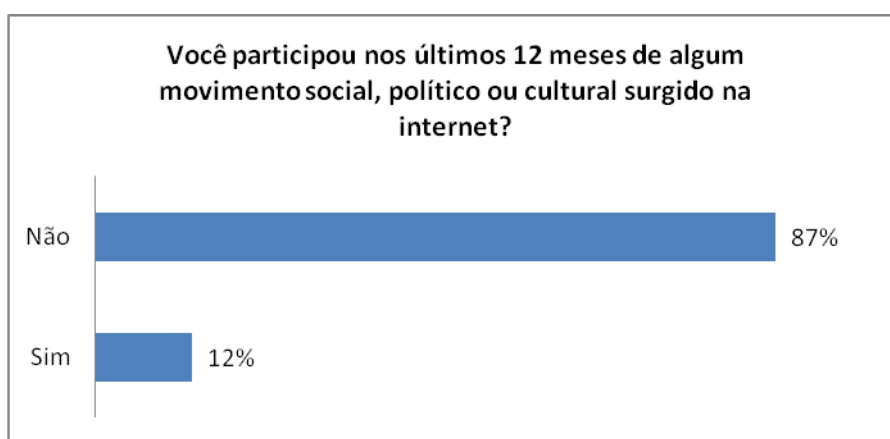


Gráfico 15: Engajamento em movimentos surgidos na internet

Quanto aos assuntos que levaram o jovem a participar ativamente de movimentos sociais, políticos ou culturais surgidos na internet, dos 12% que admitem ter participado de algum nos 12 meses mais recentes, destacam-se como fatos geradores os temas ‘corrupção’; ‘educação’; ‘meio ambiente’; ‘ação social’; ‘política’; ‘tecnologia’; ‘saúde pública’; e ‘transportes’. Dos temas mais mencionados, chega-se no máximo a 4% de interessados diante de uma base de 100% de cidadãos em formação. O que equivale a dizer que um em cada 25 jovens se pôs em movimento na cidade do Rio de Janeiro a partir de um fato mobilizador proveniente da internet. Considerando-se o total aproximado de 572 mil jovens na cidade, há uma fatia entre 12 mil e 23 mil jovens antenados com os assuntos políticos. Os temas acima aparecem praticamente em empate técnico, dada a segmentação que o filtro da pesquisa apresenta. De qualquer maneira, serve como referência inicial para mapear os gatilhos informativos que colocam este segmento em movimento dentro das redes TIC. Importante ressaltar a proeminência que o tema da corrupção apresenta, encabeçando a lista dos motivos que levaram este segmento da juventude à ação no espaço digital.

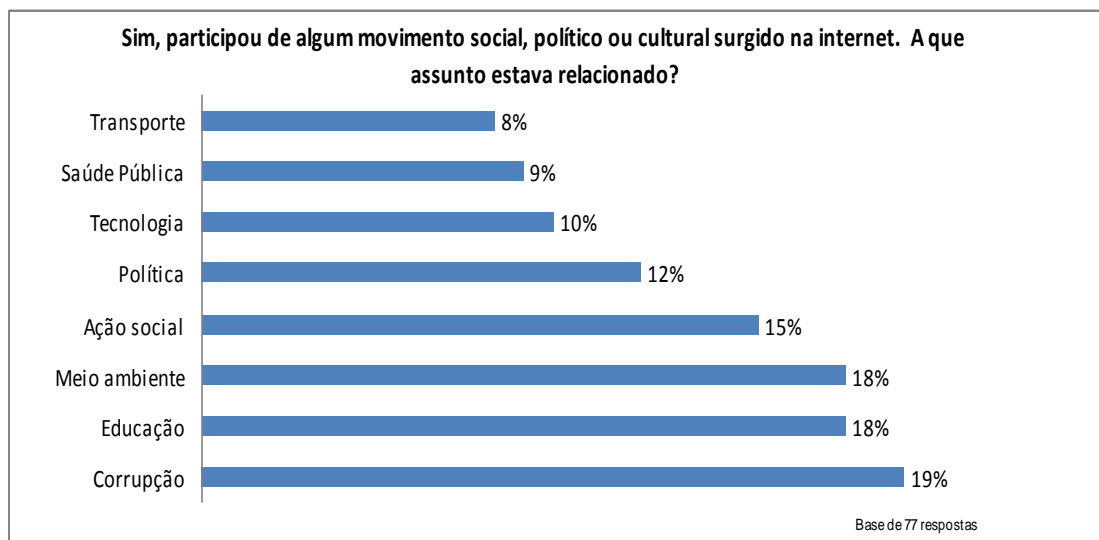


Gráfico 16: Dos que participaram, assuntos que levaram ao engajamento

Na segmentação da amostra, esta bateria de temas apresenta correlação com idade ($p=0,000$), religião ($p=0,000$), moradia ($p=0,000$) e raça ($p=0,000$). Temas relacionados a ‘corrupção’ (50%), ‘transporte’(25%) e ‘educação’ (21%) tendem a colocar em ação o grupo de 17 anos. ‘Educação’ (25%) também leva o grupo de 18 a 20 anos a se movimentar com mais ênfase. Na separação considerando religião, espíritas demonstram maior propensão a agir com assuntos ligados a ‘corrupção’ (25%) e ‘educação’ (50%). Evangélicos estão atentos aos temas envolvendo ‘ação social’ para se movimentar na internet.

Encontra-se correlação também entre moradia, raça e ‘adesão a movimentos surgidos na internet’. Assim, grupos de jovens conectados residentes nas regiões 2 (28%) e 4 (17%) tendem a utilizar os recursos da internet em patamares mais elevados que seus contemporâneos de outras regiões. Em termos de moradia, residentes das regiões 2 (28%) e 4 (17%) revelam maior engajamento, enquanto os jovens da região 3 apresentam o maior grau de rejeição à ideia (93% de negativas). Jovens da região 1 agem a partir de temas como ‘saúde pública’ e ‘transporte’ (17%); região 2, ‘meio ambiente’ (26%); região 3, ‘educação’ (21%); região 4, ‘educação’ (21%) e ‘alimentação’ (10%). Quanto a raça, pardos demonstram afinidade com assuntos relacionados a ação social em seu repertório de atuação.

Em relação à participação em ‘movimentos sociais, culturais ou políticos’, encontram-se correlações também com educação ($p=0,000$). Os jovens de nível superior (24% *versus* 12% da média) mostram-se dispostos a agir em patamares mais elevados que jovens dos demais estratos. Os outros segmentos tendem a apresentar baixo repertório de atuação e pouca aderência ao uso das ferramentas TIC para engajamentos cívicos (ensino médio, 7%; primeiro grau ginásial, 3%).

Passando a outra questão em bateria, entre os engajados, identifica-se que os agenciadores de maior influência a colocar o jovem carioca em ação pela internet são os ‘amigos próximos’ ou os ‘meios de comunicação’. Interessa particularmente refletir o achado de que a rede próxima de amigos exerce influência com maior incidência do que a dos meios de comunicação. O efeito acumulador das redes sociais, a depender da reação que venha a provocar, pode ter outro tipo de ‘acreditação’ partindo não apenas e exclusivamente do que os meios estão dizendo, mas também daquilo que os amigos próximos estão compartilhando como um fato mobilizador (BENKLER, 2006). Outros estudos, portanto, voltados a interpretar os mecanismos internos de interação nas redes sociais digitais podem ser de grande valia para entender o processo de formação da opinião entre os jovens desta geração. O efeito de continuidade entre a mídia tradicional e os meios TIC se delineia também neste achado. O que mostra que os fatos apresentados pelos *media* geram reações neste segmento do público, tomando por base as próprias categorias habitualmente presentes na agenda de cobertura informativa tradicional. Neste hábito cultural que se estabelece, portanto, a opinião dos amigos e aquilo que os meios de comunicação repercutem em mais de um canal tendem a tomar o sentido de verdade.

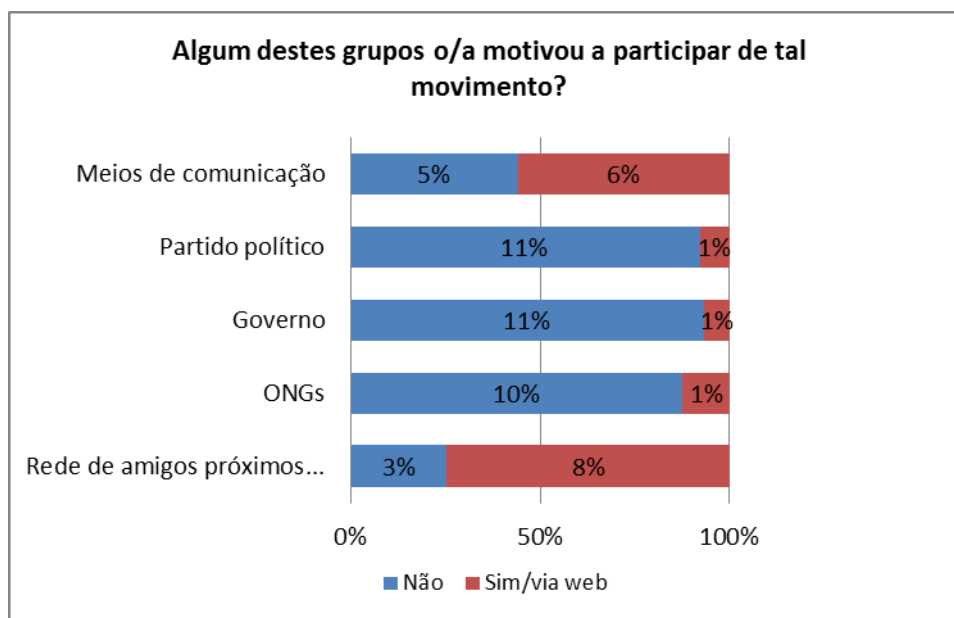


Gráfico 17: Geradores de engajamento nas ações políticas via internet

Pensando com os resultados no sinal negativo, impressiona a não-aderência das mensagens mobilizadoras que partem da internet e têm como emissores ‘partidos políticos’, ‘governo’ e ‘organizações não-governamentais’. Essa constatação leva a pensar na possibilidade anteriormente descrita e apresentada como alternativa real: a de que os atores e

instituições tradicionais tentam se apropriar do espaço comunicativo das redes TIC para ampliar sua faixa de atuação. Se existe este objetivo entre tais participantes da política, então a estratégia ainda não surte efeito quando aponta para este segmento de público. É como se o assunto político, feito de forma desintermediada e sem filtros de conteúdo fosse insuficiente ou inadequado para colocar uma juventude internauta desconfiada das instituições formais em ação.

O caso da comunicação de governo é a que chama mais atenção. Afinal, cabe ao governo elaborar campanhas de mobilização de diferentes tipos e assuntos, como saúde, segurança, transportes, educação, prestação de contas, entre outras. Embora as campanhas sejam massificadas nos meios tradicionais, o caminho óbvio das redes sociais digitais passa praticamente em branco.

Há uma questão aqui também de polissemia que merece ser tratada numa outra fase, talvez exploratória: será que para esta juventude conectada ‘política’ vem a ser o jogo tradicional encerrado ao espaço dos plenários e instituições? O segmento pesquisado foi capaz de identificar os elementos formais e informais do conceito de democracia praticado no Brasil, mas não reconhece uma campanha de governo, como por exemplo a de conscientização da erradicação do mosquito da dengue no fim do verão carioca, como um momento político de ação. Razão pela qual o comando das questões tenta ampliar as categorias possíveis dos assuntos cívicos ao perguntar se no corte de um ano este jovem participara de alguma forma de ‘movimentos sociais, políticos ou culturais surgidos na internet’. As campanhas de governo na internet, assim, surtem efeito desprezível junto ao jovem carioca usuário, mesmo com o estímulo da questão de pensar política numa perspectiva mais ampla.

Da mesma forma, o baixo estímulo à ação a partir das ONGs aparece como um achado interessante. Afinal, dentro de um comportamento libertarianista de refutação às formas políticas tradicionais (TEOCHARIS, 2010), as mobilizações pelos assuntos mais amplos, muitos deles até transnacionais, contam com a participação de ONGs, muitas delas surgidas e sustentadas exclusivamente pelo meio digital. Outras análises neste sentido devem apontar não somente a baixa ação do jovem carioca na internet com as mobilizações feitas pelas ONGs, mas sim a baixa adesão do jovem aos estímulos em geral, mesmo fora da rede digital, que tais instituições geram na esfera pública jovem. Vale lembrar que 32% da amostra diz confiar nas ONGs e 9% diz já ter participado ações destas instituições fora da internet. O dado de pouco mais de 1% de adesão do jovem em ações desencadeadas pelas ONGs na internet chega a intrigar. Pode ser que o filtro exercido pelos amigos ou meios de comunicação de

alguma forma coloque em segundo plano o papel das ONGs no contexto de adesão e mobilização.

Buscando as correlações por segmentos, moradia, raça, estado civil, educação, ocupação e classe apresentam-se como variáveis importantes para explicar os influenciadores. Para o jovem da região 1, local de habitação relaciona-se com a motivação a participar advinda de ‘rede de amigos próximos extra internet’ (5% ; $p=0,015$) e ONGs ($p=0,008$), desta vez na internet (5%). A ‘rede de amigos próximos’ (19%) e ‘meios de comunicação’, por sua vez, atuam positivamente na região 2 para a adesão aos movimentos *online*. Analisando pela raça, brancos revelam que costumam ser motivados a participar na internet ‘pela rede de amigos próximos’ (12% ; $p=0,003$), enquanto pretos revelam ligeira afinidade com as mobilizações via internet feita por ONGs (3% ; $p=0,004$). Ressalta a rejeição do jovem branco aos estímulos participativos de ‘ONGs’ e ‘partidos políticos’ (16%; $p=0,006$). Para o jovem branco, ‘meios de comunicação’ ($p=0,001$) geram uma polarização dentro do segmento, com 8% para ‘não-participação’ e 8% para ‘participação no espaço da internet’. Quanto a estado civil, jovens casados (5%) costumam responder aos estímulos das ‘ONGs’ ($p=0,000$) por ações de mobilização. Destaca-se entre os casados a rejeição às ações propostas por atores tradicionais da democracia, tais como ‘governos’ (16%; $p=0,000$), partidos políticos (16%; $p=0,004$) e ‘meios de comunicação’ (11%; $p=0,004$). Educação revela uma vez mais o jovem de nível superior mais engajado que seus contemporâneos: ‘rede de amigos próximos’ (18%; $p=0,000$) aparece com força. A taxa de rejeição aos atores se confirma novamente: jovens cursando ou que já finalizaram curso superior refutam mobilizações organizadas por ‘ONGs’ (22%; $p=0,000$), ‘governos’ (22%; $p=0,000$) e ‘partidos políticos’ (22%; $p=0,000$). Meios de comunicação, seguindo o padrão de polarização na variável anterior, voltam a dividir opiniões (12% aderem via internet *versus* 10% que rejeitam ações vindas de tal fonte). Também entre os que já trabalham, a rejeição a ‘ONGs’ se mostra mais fortemente (13%), tendência seguida por aqueles das classes econômicas A2 (19%) e B1 (21%). Por fim, entre os pertencentes às classes A2 (19%), B1 (14%) e C2 (11%), a mobilização feita pela ‘rede de amigos dentro da internet’ é um fator importante.

Outro cuidado da coordenação da pesquisa é tentar captar ações políticas a partir da comunicação mediada pelas redes TIC e que talvez nem mesmo os usuários as reconheçam como tal. Afinal, como discutido anteriormente, vive-se um ponto de inflexão sobre o próprio conceito de ‘política’. Política seria aquilo que somente acontece nos plenários e instituições? Ou será que política cabe na visão mais ampla dos assuntos cívicos vividos e sentidos no cotidiano? O entretenimento, por exemplo, compõe a esfera pública como um ambiente da

política? Para alguns autores tratados na discussão teórica deste trabalho, as ações desencadeadas pela novela ou seriado de TV são tão políticas ou cívicas como aquelas que acontecem dentro do Congresso Nacional (JOHNSON, 2003; JENKINS, 2009; SHIRKY, 2008 e 2010).

Por esta razão, o filtro gerado entre os que dizem ter agido e aqueles que afirmam não ter participado de nenhum movimento cívico converge para a questão de controle ‘você já distribuiu o conteúdo de alguma campanha de mobilização para sua rede de relacionamentos?’. Dessa forma, pretende-se identificar aqueles que já agiram politicamente sem considerá-lo como tal. O resultado da questão revela outro nível de adesão às ações cívicas: ao simples ato de repassar para frente uma informação mobilizadora, 19% dos entrevistados já atuaram politicamente. Embora uma parcela de 7% sequer reconheça como tal o ato de fazer circulação informação. Ainda que o jovem seja bom em reconhecer os valores formais e informais da democracia, apreciando notadamente a questão da liberdade de expressão, ainda há um déficit de reconhecimento do público de que fazer circular suas opiniões é uma forma de agir político importante no contexto democrático.

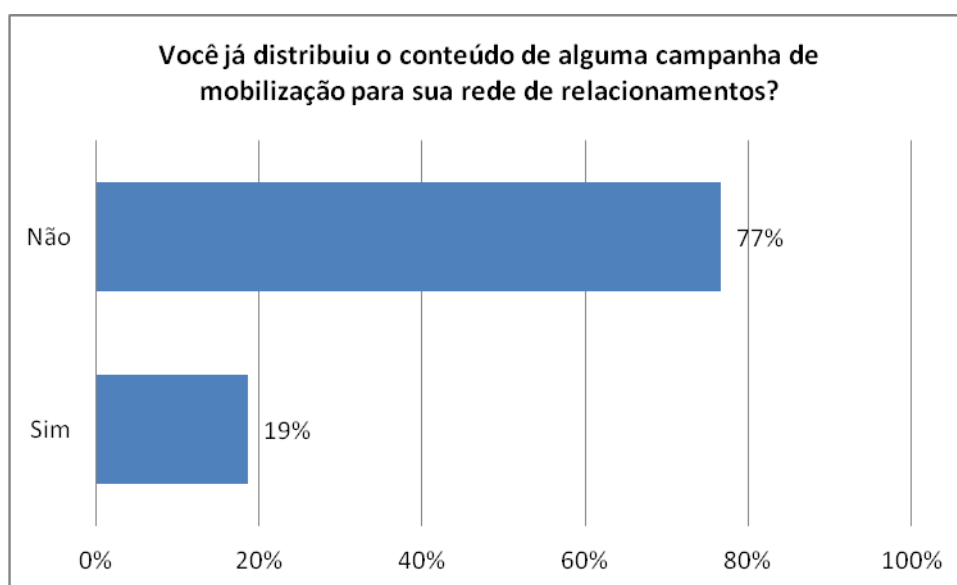


Gráfico 18: Ação efetiva em mobilizações via internet

Assim, novo filtro entre os agora 19% de fato participantes politicamente engajados, não importa com que intensidade, aponta que 83% (15% se analisado o total da amostra), direcionam estas mensagens através das redes sociais, enquanto 36% (7% do total da amostra) admitem enviar por e-mail. Hábito mais forte e arraigado do que, por exemplo, debater diretamente com os amigos (28%) os fatos políticos mobilizadores.

Na segmentação, encontram-se relações estatísticas entre a ‘iniciativa de distribuir conteúdos de campanhas de mobilização’ com religião ($p=0,021$), raça ($p=0,027$), educação ($p=0,000$), moradia ($p=0,000$) e ocupação ($p=0,001$). Espíritas (29%) são mais engajados na distribuição via internet, enquanto os evangélicos (82% de negativas) mostram-se menos dispostos a distribuir tal tipo de conteúdo. Em termos de raça, brancos (26%) enviam mais conteúdos de mobilização, sabendo ou não serem tais informações de teor político. Enquanto pretos (85%) apresentam baixo uso de tal repertório político. Jovens com acesso ao nível superior (34%) tendem a distribuir conteúdo em patamares mais elevados. Da mesma forma, residentes das regiões 2 (41%) e 4 (22%) utilizam mais o espaço da internet para distribuir conteúdos de mobilização. Entre os que não trabalham, a propensão a enviar mensagens de mobilização é maior (24%). Educação revela que jovens de nível superior (100%) e ensino médio (100%) costumam ‘conversar diretamente’; aqueles que detêm nível ginásial mostram-se afeitos a usar o espaço das redes sociais (67%) e e-mail (27%).

A terceira hipótese da pesquisa pretende lidar com a atitude latente de aderir a causas mediadas pela comunicação via redes TIC como um atributo de forte aspiração, desde que com as conveniências e anonimato de uma rede protegida pela baixa capacidade (ao menos na visão popular) de identificar os usuários no universo *off-line*. À medida que se exige revelar as identidades dos respondentes, a vontade de participar tenderia a se arrefecer.

No caso da conveniência, as hipóteses se comprovam. As ferramentas da internet facilitam o trabalho de argumentação. Ao receber uma mensagem pronta, cujo conteúdo esteja de acordo com uma causa que este jovem concorde e corrobore, fica mais fácil replicar para sua rede de contatos. Em especial pela facilidade que os sites de relacionamento oferecem no trabalho de multiplicar informações com recursos simples. O que explica a significativa diferença nos usos das redes sociais em relação ao e-mail.

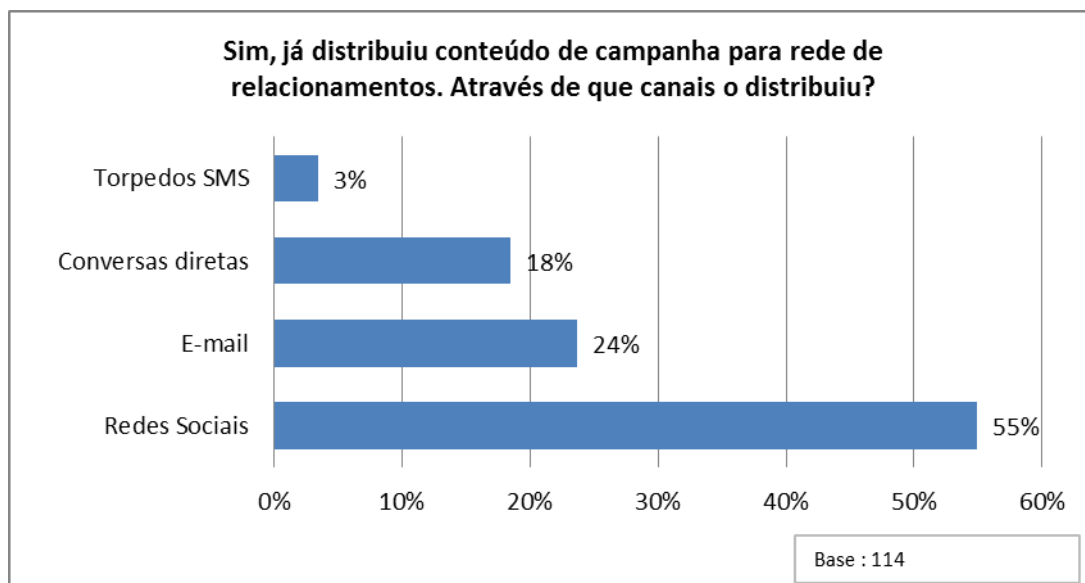


Gráfico 19: Canais mais utilizados por quem distribuiu conteúdo de campanha

Moradia ($p=0,000$) e raça ($p=0,002$) são variáveis explicativas na escolha dos canais ao distribuir conteúdo de campanhas para a rede de relacionamento. Jovens da região 1 apresentam comportamento de ‘conversar diretamente’ (33%) e ‘enviar torpedos SMS’ (17%) sobre os conteúdos de mobilização; aqueles das regiões 2, 3 e 5 distribuem informação através de ‘redes sociais’ (59%, 68% e 61%, respectivamente). Jovens da região 4 compartilham em patamares superiores através de ‘conversas diretas’ (29%). Em termos de raça, brancos (23%) demonstram maior inclinação a utilizar os recursos das ‘redes sociais’.

Na mesma linha, outra questão é colocada para, além de identificar os canais de distribuição, reconhecer um pouco mais a fundo com que expectativas e motivações este segmento engajado distribui as mensagens de mobilização no espaço comunicativo digital. Todos os quesitos propostos pelo questionário aparecem com alto grau de incidência e concordância, exceto aquelas respostas que revelam um indivíduo que deseja ‘marcar presença dentro do grupo’ ou ‘mostrar aos outros que é engajado’, ambos atributos que formam um *ethos* não apreciado por esses jovens. O valor mais reconhecido pela categoria de respostas estimuladas e múltiplas é o exercício da ‘expressão de opinião com liberdade’ (91% dos engajados ou 17% da base total).

Embora no bloco inicial os entrevistados reconheçam a liberdade de expressão como um valor democrático importante, quase tanto quanto o direito ao voto, na atitude de distribuir conteúdos dentro da internet prevalece a visão de que se expressar livremente é o principal fator de motivação. Nove pontos à frente, por exemplo, daquilo que seria logicamente mais provável no discurso do grupo, que seria ‘interferir / influenciar o rumo dos assuntos tratados’

(82% dos engajados ou 15% da base total). Afinal, quem compartilha uma visão de mundo estaria *a priori* interessado em ratificar ou desafiar certa realidade. Comunicar dentro de uma perspectiva *habermasiana* seria mesmo interferir nesta realidade a partir do agir comunicativo.

Para esta juventude internauta, mais importante até do que alterar a realidade, contudo, parece ser cultivar a liberdade de poder dizer sem restrições ou censuras. Uma prerrogativa que outras gerações de jovens brasileiros não vivenciaram. Ambos são quesitos caros aos entrevistados como motivadores, assim como o nível de consciência de que ao reenviar uma mensagem estão tratando de igualmente ‘manter uma iniciativa de mobilização em movimento’ (73% dos engajados ou 13% da base total) e ‘dando uma força às ações iniciadas pelos amigos’ (71% dos engajados ou 13% da base total). Aspiração e solidariedade andam lado a lado como fatores de motivação para aqueles jovens engajados (19% da base total, conscientemente antenados ou não).

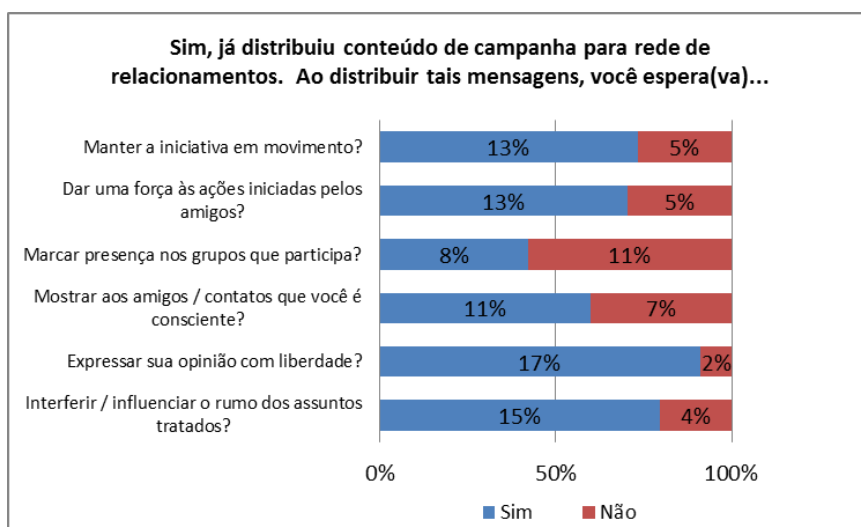


Gráfico 20: Motivadores para distribuir conteúdos de campanha para rede de relacionamento

Ponto interessante, entretanto, emerge da análise daqueles quesitos que formam o *ethos* que este jovem deseja construir sobre si como um indivíduo dentro da rede. Constata-se que há uma polarização sobre a *persona* que se procura firmar dentro do espaço comunicativo construindo capital social a partir do conteúdo político. RECUERO (2009) refere-se ao papel dos indivíduos dentro das redes sociais digitais, tendo por motivadores atributos como visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Na estratégia comunicativa internet do jovem carioca, utilizar conteúdos políticos divide opiniões quanto a ‘mostrar aos amigos / contatos que é consciente’, índice apreciado, mas de menor aceitação considerando os outros atributos da categoria (60% dos engajados ou 11% da base total). Enquanto 58% (ou 11% da

base total) rejeita a ideia de compartilhar conteúdo político na rede apenas para ‘marcar presença nos grupos que participa’. Dentro das regras tácitas que vão se desenvolvendo nas redes TIC, postar conteúdo apenas para formar a imagem de politicamente engajado é visto negativamente por pelo menos metade dos pares.

Ao segmentar os diferentes estratos, encontram-se correlações por religião e raça. Espíritas (23%) concordam com mais ênfase que católicos e evangélicos sobre todos os quesitos propostos, como o desejo de querer ‘influenciar / interferir o rumo dos assuntos tratados’, ‘expressar a própria opinião com liberdade’ (27%; $p=0,045$), ‘mostrar aos amigos que é consciente’ (16%; $p=0,001$), ‘dar força às ações iniciadas pelos amigos’ (16%; $p=0,002$) e ‘manter a iniciativa em movimento’ (21%; $p=0,000$). Raça é variável que revela que o jovem branco costuma repassar mensagens de mobilização na esperança de ‘marcar presença nos grupos que participa’ (16%; $p=0,034$) e ‘manter a iniciativa em movimento’ (20%; $p=0,002$) com mais ênfase que os demais agrupamentos.

Espíritas, inclusive, acreditam em patamares mais elevados que a internet pode ajudar a melhorar a política (82% *versus* 73% da média geral). O que não ocorre, a este propósito, com os residentes da região 3, posicionando-se como os cidadãos mais céticos em relação ao potencial da internet de melhorar a política atual realizada no país: para 24% ‘não exerce nenhuma influência’ (ante 19% da média geral) e para 12% ‘piora o modelo atual’ (frente a 7% na média geral). O que contrasta com o opinião dos jovens das regiões 2 (86%) e 4 (80%), que acreditam que a rede mundial de informação pode ajudar.

Outra questão colocada ao grupo entrevistado diz respeito à efetividade dos resultados com as ações mobilizadoras que circulam pela internet. Afinal, cabe perguntar se aqueles movimentos que estes jovens viram ocorrer nos meios digitais conectados surtiram efeito e alcançaram seus objetivos, estando os respondentes engajados ou não na sua realização. Importa aqui reconhecer o nível de acompanhamento que o jovem interessado possa ter tido após ter repassado a informação para frente. Assim como importa identificar o nível de atenção daquele jovem que, mesmo não tendo participado de maneira engajada quando teve oportunidade, possa ter eventualmente se interessado pelo resultado prático de algum movimento social no espaço da internet após ter sabido de sua existência.

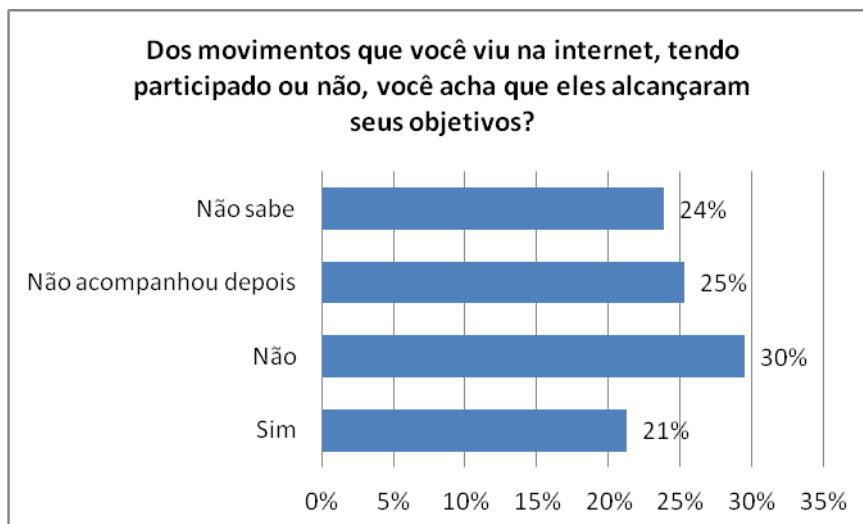


Gráfico 21: Acompanhamento efetivo das ações que viu acontecer pela internet

Com resultado muito acima do índice de interessados pela política nos filtros estabelecidos nos outros blocos, pode-se dizer que 51% dos jovens entrevistados viram os resultados da mobilização através deste canal. Fecha-se uma coerência atuante nos dois grandes segmentos estudados, a saber, os engajados costumam ir até o fim para ver no que deu o seu esforço. E os desinteressados (49%), não acompanham tampouco sabem dizer o que ocorreu com determinado movimento cívico.

Mas há que se observar, também, que aos interessados se adiciona um terceiro agrupamento que antes se revelara nos blocos iniciais apenas reforçando o coro dos céticos em relação ao clima de opinião política (vale lembrar, somente ‘economia’ e ‘emprego’ aparecem no polo positivo, ainda assim entre ‘regular’ e ‘bom’). Aqui, na questão que busca saber se o jovem internauta carioca tem interesse em saber no que resultou o esforço mobilizador, 30% afirma que o movimento não encontrou resultados em termos práticos. O que reforça os achados de outros estudos sobre as causas possíveis do desinteresse da juventude quanto ao assunto político (VENTURI, 2003; DEL PORTO, 2010). E que mesmo os repertórios de ação no espaço opinativo propiciado pela internet são insuficientes para mudar a toada dos resultados políticos em sua esfera institucionalizada e pouco acessível.

Diante de um quadro que reúne ‘engajados’, ‘céticos experimentados’ e ‘desinteressados’ na apropriação e uso das redes TIC, resta analisar se a questão do anonimato segue a hipótese da coordenação da pesquisa de que ‘quanto mais anônimo, melhor’. A impressão inicial é que o anonimato pode servir como gatilho encorajador para que o jovem procure se arriscar no espaço opinativo da internet, uma vez que os riscos de um confronto frente a frente são atenuados pela mediação técnica.

A questão colocada sem filtros para toda a amostra, de forma estimulada e única, pergunta se ‘para um movimento na internet alcançar seus objetivos, os participantes devem estar.. ‘identificados’; ‘anônimos’; ‘depende do movimento’; ou ‘não sabe’.

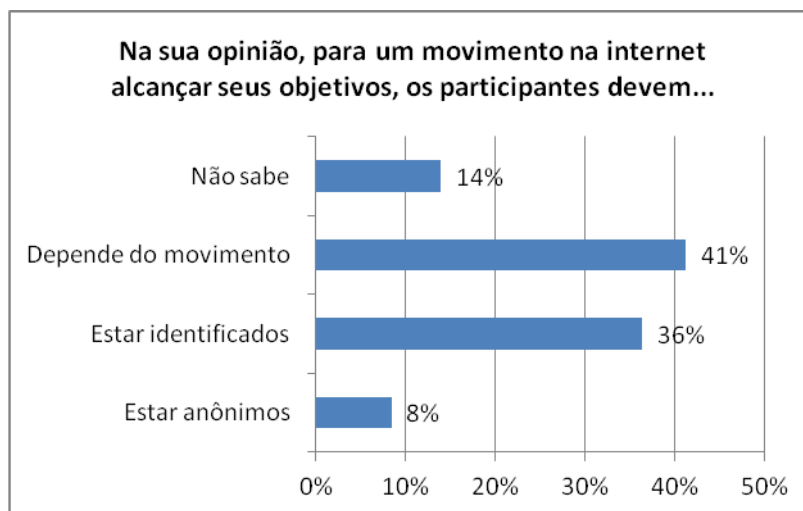


Gráfico 22: Opinião sobre anonimato para agir no espaço da rede de computadores

A hipótese do pesquisador é confirmada em parte, mostrando que embora o jovem internauta carioca seja pouco inclinado a agir anonimamente (8%), ele oscila na opinião entre ‘estar identificado’ (36%) e identificar-se a ‘depende do movimento’ (41%). A opção por ficar anônimo ou não é uma escolha que este jovem faz mediante o contexto. Parece que este segmento de público ainda se reserva o direito de decidir mostrar o rosto ou não caso decida entrar em alguma ‘batalha’ no campo da internet. A identidade, portanto, aparece aqui como um elemento que pode dar o caráter mais radical ou mais moderado àquilo que o jovem pretende fazer argumentativamente.

Por fim, uma última bateria de questões tenta identificar se os entrevistados atuam em uma situação política claramente definida, as eleições de 2010, a exemplo do que fora feito anteriormente no bloco dos meios de comunicação tradicionais, com o interesse de saber como esta audiência se comporta diante da competição eleitoral, tendo a internet como espaço de manifestação de suas opiniões. Um filtro inicial buscou separar os que tinham participado e os que não participaram. Uma vez mais, 15% menciona ter efetivamente participado. A baixa adesão para o assunto político aparece pela terceira vez, agora em situação prática. O gráfico abaixo é analisado considerando as opiniões somente daqueles que mencionam ter participado. Vale resgatar o gráfico anterior dos hábitos de consumo dos meios tradicionais também em momentos eleitorais para traçar paralelos.

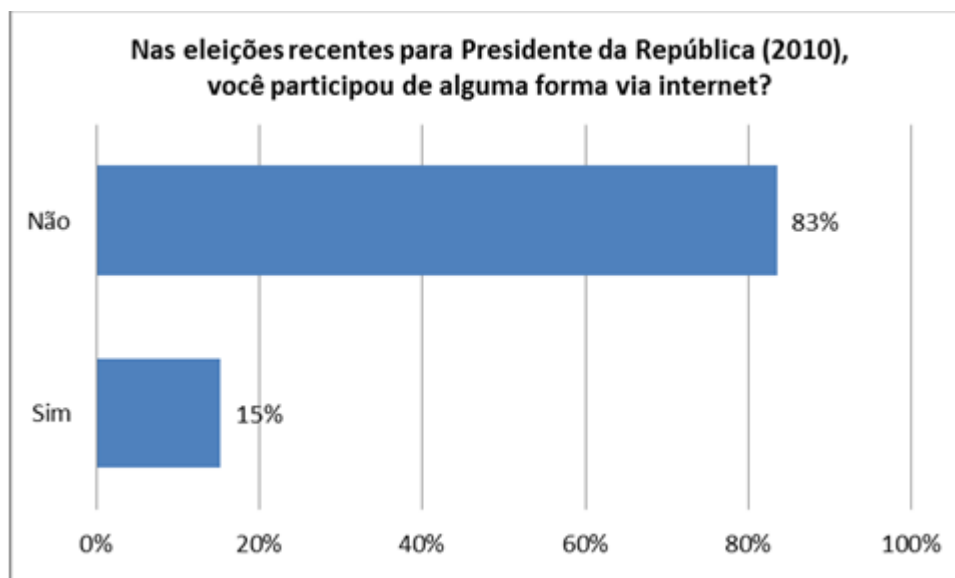


Gráfico 23: Ação efetiva via internet nas eleições presidenciais de 2010

Ao tratar analiticamente os dados desta questão, há correlações entre idade ($p=0,027$), religião ($p=0,000$) e moradia ($p=0,029$) com a decisão de agir especificamente nas eleições de 2010. Jovens de 21 a 24 anos participaram relativamente mais que os demais estratos pela internet (18%), enquanto os de 17 anos apresentaram interesse menor (92%). Espíritas (20%) participaram mais que católicos e evangélicos. Evangélicos, por sua vez, foram os que menos utilizaram a internet nas eleições 2010 para agir politicamente (91%). Na repartição por moradia, residentes das áreas 2 (28%) e 4 (22%) atuaram acima da média. Enquanto moradores das regiões 3 (87%) e 5 (88%) tenderam a usar menos os recursos da internet para as eleições de 2010.

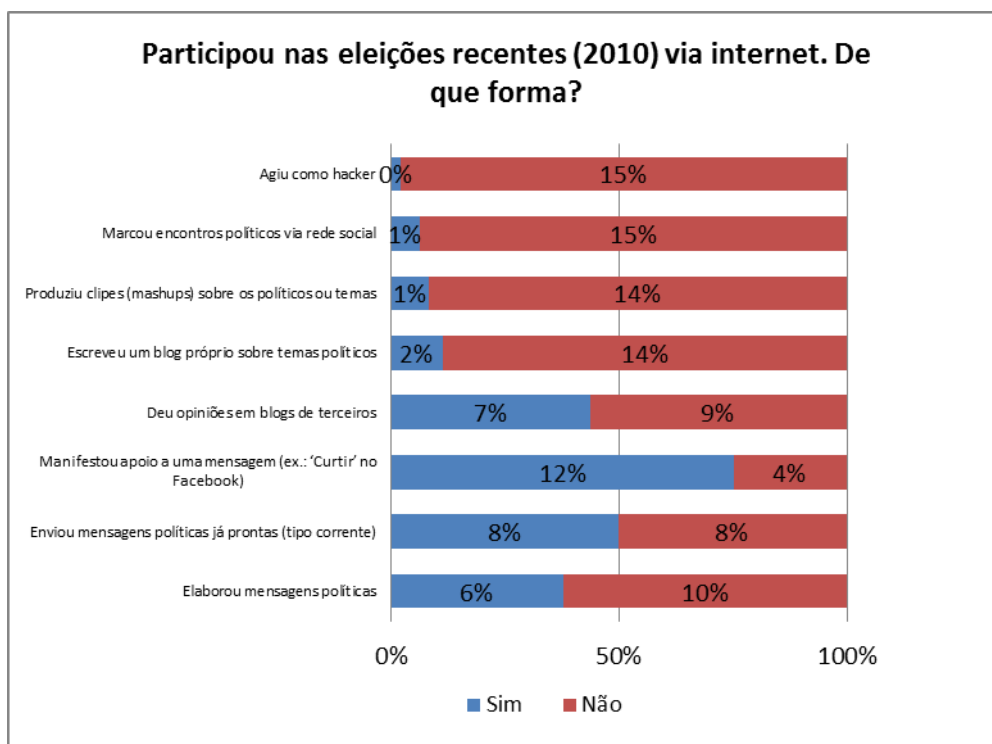


Gráfico 24: Repertório de participação na internet nas eleições presidenciais de 2010

Liderando o repertório de participação, a atitude mais frequente entre aqueles que mencionam ter participado pela internet nas eleições recentes para presidente é a de ‘manifestar apoio a uma mensagem’, como atribuir um ‘curtir’ no site *Facebook*. Para 75% dos jovens engajados (12% da base total), esta é a ação mais frequente. O segundo lugar é ocupado pelo ‘reenvio de mensagens já prontas, tipo corrente’, quando 50% dos engajados (8% da base total), se apropriam de um conteúdo já preparado, concordam com a abordagem ou, minimamente, confiam no remetente que a fez chegar, replicando para suas redes ao passar para frente o conteúdo. Novamente, a conveniência da ferramenta digital parece surtir efeito no segmento. ‘Dar opiniões em blogs de terceiros’ (44% dos engajados ou 7% da base total) e ‘elaborar mensagens políticas’ (38% dos engajados ou 6% da base total) são as ações mais presentes na atuação do jovem em 2010.

No recorte pelos agrupamentos estatísticos, constata-se que idade, religião, raça e moradia condicionam as respostas. O grupo de jovens entre 21 a 24 anos refuta com maior ênfase ter se utilizado de ‘blogs próprios’ (17%; $p=0,016$), ‘produzir clipes’ (18%; $p=0,050$), ‘marcar encontros via rede social’ (18%; $p=0,018$) ou ‘agir como hacker’ (18%; $p=0,013$). Por religião, espíritas se mostraram mais efetivos em ‘manifestar apoio a mensagens’ (16%; $p=0,011$), ‘marcar encontros *online*’ (5%; $p=0,038$) e ‘produzir clipes’ (4%; $p=0,000$); e menos atuantes ‘ao elaborar mensagens políticas’ (13%; $p=0,012$), ‘enviar mensagens já prontas’ (11%; $p=0,029$), ‘escrever blog próprio’ (20%; $p=0,009$). Em termos de raça, brancos

se polarizam entre aqueles que refutam usar a rede digital para ‘elaborar mensagens políticas’ (13%; $p=0,046$) e aqueles que a usaram efetivamente para fazê-lo (9%). O ato de ‘manifestar apoio a mensagens já prontas’ (17%; $p=0,045$) foi empregado por brancos.

Ao segmentar pela região, revela-se o quadro de participação de jovens por moradia ‘elaborando mensagens políticas’ (região 2, 13%; $p=0,007$), ‘opinando em blogs de terceiros’ de forma ligeiramente acima da média (10% regiões 1 e 2; $p=0,037$) e ‘enviando mensagens já prontas’ (região 4 15%; $p=0,003$). E entre as ações possíveis que são refutadas estão ‘enviar mensagens políticas já prontas’ (região 2, 16%); ‘opinar em blog de terceiros’ (região 2, 19%; e região 4, 13%); ‘escrever um blog próprio’ (região 2, 26%; e região 4, 20%; $p=0,037$); ‘produzir clipes ou *mashups*’ (região 1, 17%; região 2, 26%; região 4, 18%; $p=0,019$); ‘marcar encontros políticos via rede social’ (região 2, 28%; região 4, 21%; ($p=0,001$); e ‘agir como *hacker*’ (região 2, 28%; $p=0,004$).

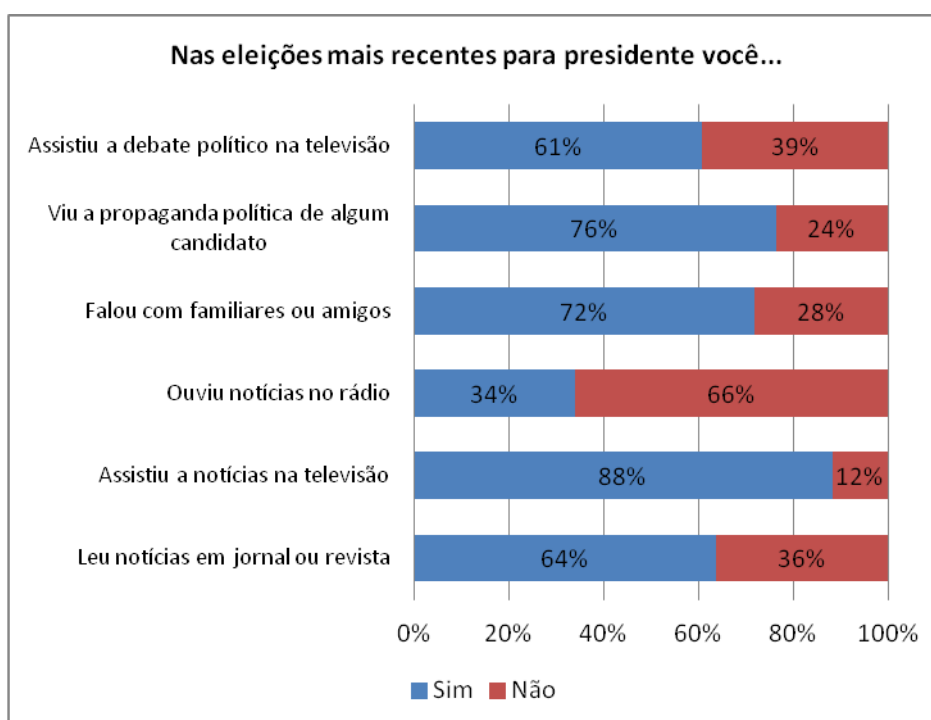


Gráfico 11: Consumo efetivo de mensagens políticas nas eleições presidenciais de 2010

Voltando a analisar o consumo dos meios tradicionais ante as práticas na internet, pode-se concluir que do ponto de vista cultural, o que se revela como hábito preponderante para a escolha política do jovem internauta carioca, no que pese a sua opinião de que internet oferece a informação política mais confiável (40%), é mesmo o consumo das notícias de TV, a propaganda política eleitoral e as conversas com familiares e amigos.

O que se extrai do bloco acima, portanto, é que a hipótese inicial de baixa apropriação cultural das ferramentas digitais para a política é um fato entre os jovens. Resta pesquisar como este hábito ora se desenvolve entre os adultos para evitar estabelecer uma conclusão maniqueísta. Talvez a adesão do jovem esteja a refletir o interesse do adulto em igual patamar. O fato de três em cada quatro jovens acreditar que a internet pode ajudar a melhorar a política no Brasil é um dado alentador.

Constata-se, entretanto, que o espaço político no meio digital atrai parcela reduzida de interessados. Há polissemia do próprio conceito do que vem a ser assunto cívico para este segmento de público.

Os principais agenciadores do interesse do jovem pelos assuntos cívicos são parentes, amigos e meios de comunicação. A adesão terá que passar por filtros demográficos mais onipresentes em todos as baterias de questões relacionados a moradia, raça e religião. Revelam-se, assim, perfis de jovens ‘engajados’, ‘céticos experimentados’ e ‘desinteressados’. O jovem engajado na política tem o desafio de formar seu *ethos* contornando a objeção de que quer somente marcar presença ou aparecer para o grupo. O cético experimentado já participou e achou que sua adesão não surtiu efeito. Enquanto o desinteressado tangencia o assunto político o mais que pode.

A corrupção era assunto de atenção no período que se aplicou a pesquisa. Há desapareço em grau elevado às instituições democráticas tradicionais, inclusive organizações não-governamentais, com baixa tendência de adesão às iniciativas digitais provenientes de tais atores da esfera política. As mensagens provenientes deste espaço tendem a ser mal-vistas e indesejadas, ainda que relevantes para a livre circulação de ideias de uma esfera racional de debates.

Na ação política efetiva, o que os amigos próximos comentam e indicam dentro e fora das redes sociais tem relevância. O repertório de participação, contudo, se dá em bases de conveniência relacionadas ao menor esforço possível. Repassar ou ‘curtir’ uma mensagem tem que ser algo fácil e que exija pouco investimento. Ainda assim, este ato tende a ser confundido como um momento não-político. Naturalmente, uma retórica política revestida de entretenimento tende a ser mais assimilável do que algo no formato tradicional.

Estar identificado, neste cenário, é algo que o jovem ainda procura negociar a depender do tipo de comportamento mais moderado ou mais radical que decida adotar em certo espaço da rede digital

A motivação a participar se dá mais significativamente pelo valor que a liberdade de expressão representa para esta geração do que necessariamente o resultado prático que este

agir comunicativo possa gerar. Ainda assim, metade dos jovens entrevistados se interessou em saber no que resultou a campanha de mobilização que aderiu. Trata-se de um índice importante, que revela que há um efetivo processo de aprendizado com a lógica TIC.

7 CONCLUSÃO

A democracia de massas passa por um momento de transformação motivada por mudanças nas sociedades ocidentais, entre elas nas engrenagens dos meios de comunicação e as novas tecnologias da informação e comunicação. O objetivo deste trabalho é identificar com que intensidade e engajamento um segmento específico do público carioca pode já se apropriar das ferramentas TIC, revelando algum hábito cultural diferenciado em relação aos assuntos cívicos. Escolheu-se o público jovem da cidade do Rio de Janeiro, já eleitor e conectado à internet, entre 17 e 24 anos, testando-se o conhecimento desta juventude sobre a política e os valores democráticos, o quanto confia no modelo de democracia que vivencia, assim como suas atitudes diante dos atores e das instituições no modelo republicano brasileiro.

Se uma parte consistente dos estudos teóricos, dentro e fora da área da comunicação política, aponta que a internet tem potencial considerável de colocar os assuntos cívicos em patamares diferenciados de participação, percebe-se na juventude carioca conectada que este ainda é um comportamento latente, com perspectivas notadamente promissoras, já que uma fatia importante reconhece que pode ser um elemento usado para melhorar as práticas políticas. Do ponto de vista prático, entretanto, as tecnicidades da internet hoje são efetivamente apropriadas e estão a serviço da fatia limitada de engajados. Como fazer a ponte entre opinião e atitude política relacionada à tecnologia é uma questão que esta geração terá que lidar nas próximas etapas da vida democrática brasileira.

Entre ruptura e transformação técnica, os dados parecem indicar que novos hábitos de consumo informativo vão se estabelecendo em continuidade aos argumentos dos *media* tradicionais. Tanto que os enquadramentos típicos ligados à polêmica e ao escândalo continuam a chamar mais atenção. Ao invés de pensar em ruptura, portanto, faz sentido considerar que para este segmento de audiência a internet complementa um cardápio variado de informações, cuja lógica de acreditação dos conteúdos oferecidos passa a contar com outras instâncias. Ao mesmo tempo em que este cidadão aprende a discernir entre conteúdos claramente persuasivos daqueles passados por redes de solidariedade e pertencimento.

Verifica-se, assim, um contexto diferente de mediação política. Mas não em detrimento dos meios de comunicação tradicionais e sim de complementação, reiteração e aprofundamento. Há meios que vão despertar o interesse por estímulos midiáticos diretos, enquanto outros chegarão ao público através de pessoas de confiança. Fora deste contexto autorizado a informar, a competição eleitoral via internet é vista com desconfiança pelo jovem

eleitor, que raramente busca neste espaço ouvir o ator político sem a intermediação jornalística.

A democracia transportada para as redes TIC, portanto, deverá lidar com este componente para elaborar um programa político de formar um espaço racional de debates neste meio. Além de vencer a objeção de que é impossível um ambiente informado que abdique da interpretação jornalística tradicional dos meios consagrados para garantir a transparência dos atores políticos. Ao ingrediente da crise da comunicação política tradicional, coloca-se mais esta questão: afinal, que tipo de comunicação se estabelecerá que seja suficientemente confiável para que o *frame* jornalístico venha a ser relativizado?

Para o jovem carioca conectado, instituições e indivíduos relacionados à política tradicional têm baixa atenção também no ambiente da internet. E o comportamento desafiante compõe o repertório de uma fatia pequena desta juventude. Um processo de aprendizado com tais ferramentas se estabelece a partir de fraco interesse pelos assuntos cívicos.

Embora constatações positivas tenham sido feitas relativas ao conhecimento formal e informal dos valores democráticos, com apreço aos seus atributos mais fundamentais, parece que ainda há carência de ações afirmativas voltadas a este segmento da população. Iniciativas que enfatizem, especialmente, que este público pode e deve ter voz no contexto das decisões públicas. É preciso vencer o ceticismo e mostrar que a esfera pública também tem condições de ser influenciada pela visão da juventude.

O maior engajamento nas questões públicas que circulam na internet parece depender, por fim, de um investimento na própria construção da cidadania deste segmento de público fora da internet.

No caso da democracia praticada na cidade do Rio de Janeiro, torna-se importante observar que há variações importantes nas opiniões e atitudes da juventude usuária da internet, destacando-se os desníveis que distintos fatores demográficos continuam a produzir. Ênfase especial é necessária às questões ligadas a local de moradia, educação, raça e religião. Destes agrupamentos surgem recortes específicos que uma política pública afirmativa deve considerar seriamente para ampliar a participação e a representação desse segmento de cidadãos.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, H. W.; BRANCO P. P. M. (org.) *Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.
- AGGIO, C. *Campanhas Online: o percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009*. Campinas: Revista Opinião Pública, v. 16, n.2, nov. 2010, p.426-445.
- AKRICH, M. *Les formes de la médiation technique*. In: Revue Réseaux, n. 60, CNET, 1993, p.87-98.
- ALDÉ, A. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.
- _____. *O internauta casual: notas sobre a circulação da opinião política na internet*. Dossiê Marketing Político, n. 90, p.24-41, jun-ago/2011.
- ALMEIDA, A. C. *A cabeça do eleitor: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- ALMEIDA, J. *Mídia, Opinião Pública ativa e Esfera Pública democrática*. Revista Comunicação & Política, Rio de Janeiro, v. 6, n.1, janeiro-abril, 1999.
- ALONSO, A. M.; MONZÓN, C.; ROSPIR, J. I.; DADER, J. L. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema, 1990.
- ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ANTOUN, H. e MALINI, F. *Ontologia da liberdade na rede: as multi-mídias e os dilemas da narrativa coletiva dos acontecimentos*. Texto apresentado no XIX Encontro da Compós, PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.
- ARENDT, H. *A condição Humana*. Forense: Universitária, 1997.
- AUGRAS, M. *Opinião pública: teoria e pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 1974.
- AVRITZER, Leonardo. (2000), *Teoria Democrática e Deliberação Pública*, Lua Nova Revista de Cultura e Política, n. 50, São Paulo, p. 25-46.
- BARBER, Samuel. *A pesquisa-ação*. Brasília: Plano editora, 1984.
- BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- BARROS FILHO, C. *Ética na comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 1995.

BENKLER, Y. *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. New Heaven and London: Yale University Press, 2006.

BENNETT, W. L. *Communicating global activism strengths and vulnerabilities of networked politics*. In: VAN DE DONK, Wim; LOADER, Brian D. NIXON, Paul G.; RUTCH, Dieter. *Cyber Protest. New media, citizens and social movements*. London: Routledge, 2004.

BENNETT, W. L. e LERRIN, W. *The watchdog role of the press*. In: GRABER, Doris (Org). *Media Power in politics*. Washington: CQ Press, 2007.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. *Social capital, a multidimensional concept*. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>>. Acesso em 23 de novembro de 2010.

BEST, S. e KRUEGER, B. *Analyzing the representativeness of internet political participation*. *Political Behavior*, 27 (2), 2005, p. 183-216.

BIMBER, B. *The study of information technology and civic engagement*. *Political Communication*, 17, 2000, p. 329-333.

BLACKMORE, S. *The meme machine*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

BLUMER, H. *El interaccionismo simbólico*. Perspectiva y método. Barcelona: Hora, 1982.

BLUMLER, J. G. e COLEMAN, S. *Realising democracy online: a civic commons in cyberspace*. Swindon, UK: Citizens online; London: Institute for Public Policy Research, 2001.

BOBBIO, N. *O futuro da democracia*. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT, 1998).

BORBA, J. *Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro*. *Revista Opinião Pública*, Campinas, Vol. XI, nº 1, Março, 2005, p. 147-168. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762005000100006&script=sci_arttext>. Acesso em 26 de abril de 2012.

BRAGA, M. do S. S.; PIMENTEL JR, J. *Os partidos políticos brasileiros realmente não importam?* *Opinião Pública*, Campinas, v. 17, n. 2, Nov. 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762011000200001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 19 de abril de 2012.

BRAGATTO, R. C. *Democracia e internet: apontamentos para a sistematização dos estudos da área*. *Revista Compólitica*, n. 2, vol. 1, ed. set-out, ano 2011.

BRESSER-PEREIRA, L. C. *Democracia republicana e participativa*. *Revista Novos Estudos Cebrap*, 71, março 2005, pp. 77-91.

CARDOSO, R.; SAMPAIO, H. *Bibliografia sobre a juventude*. São Paulo: EDUSP, 1995.

CASTELLS, M. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. Entrevista ao site nosdacomunicacao.com, hospedado em 25/7/2011, acessível em <www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=438&tipo=G>.

CAVALLARI, M. e SERVELLINI, S. *O eleitor volátil e a propaganda*. Artigo divulgado no site do instituto IBOPE, 2010. Acesso em 19/07/2010 em <<http://www.ibope.com.br/noticias>>.

CHADWICK, A. *Internet Politics: states, citizens, and new communication technologies*. New York and Oxford: Oxford University Press, 2006.

CHALABY, J. *New media, new freedom, new threats*. Gazette 62 (1), 2000, p.19-29;

CILLEY, C. e HERMELO, R. *Desigualdades y usos políticos de Internet*. Paper apresentado no IV Congreso Latinoamericano de Opinión Pública de WAPOR - Belo Horizonte, Brasil, 4-6 de maio de 2010.

CLARK, A. *Mindware: an introduction to the philosophy of cognitive science*. New York-Oxford: Oxford University Press, 2001.

COLEMAN, J.S. *Social capital and the creation of human capital*. American Journal of Sociology, n.94, p.95-120, 1988.

COLEMAN, S.; BLUMLER, J. *The internet and democratic citizenship: theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *TIC Crianças 2010: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil*. Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/criancas/2010/analises.htm>> em 26 de abril de 2012.

_____. *Pesquisa TIC 2009*. Disponível em <<http://www.cetic.br/tic/2009/>> em 26 de abril de 2012.

COOK, T. E. *Governing with the news: the news media as a political institution*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

CORREIA, J. C. *A fragmentação do espaço público: novos desafios ético-políticos*. Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-fragmentacao-do-espaco-publico.html>>. Acesso em 26 de abril de 2012.

_____. *Novos media e esfera pública: As profecias cyber-democráticas no contexto da democracia deliberativa*. Disponível em <<http://www.ec.ubi.pt/ec/04/html/06-correia-novos-media-esfera-publica.html>>. Acesso em 26 de abril de 2012.

DAHLBERG, L. *Democracy via cyberspace: mapping the rhetoric and practices of three prominent camps*. New York: New media & society, 2001.

DAHLGREN, P. *Political Communication*. Vol. 22, n. 2, 2005.

DAYRELL, J.; CARRANO, P. C. R. *Jovens no Brasil: difíceis travessias de fim de século e promessas de um outro mundo*. Disponível em <http://www.direitoshumanoscontagem.org/html/aprender/jovens_no_brasil_dayrell_carrano.pdf>, acesso em 26 de abril de 2012.

DEL PORTO, F. B. *Jovens da democracia: envolvimento político dos jovens brasileiros com a democracia recente*. Disponível em <http://cienciapolitica.servicos.ws/abcp2010/arquivos/18_7_2010_20_56_4.pdf>. Acesso em 26 de abril de 2012.

DEMONT-HEINRICH, C. *Central points of control and surveillance on a "decentralized" net: internet services provider, privacy and freedom of speech online*. Info, 4(4), 2002, p. 32-42.

DREZNER, Daniel W., *The global governance of the internet: bringing the state back*. In Political Science Quarterly, 2004.

EASTON, D. *A system analysis of political life*. New York: Wiley, 1965.

ECHEVERRÍA, J. *Tecnociencias de la información y participación ciudadana*. Barcelona: Destino, 2003.

ELSTER, J. *The Market and the Forum: Three Varieties of Political Theory*. In BOHMAN, J.; REHG, W. (eds.). *Deliberative Democracy: Essays on Reason and Politics*. Cambridge: The Massachusetts Institute of Technology Press, 1997, pp. 3-33.

ESSER, Frank. *Comparing political communication: theories and challenges*. Cambridge University Press, 2004.

ESTER, P. e VINKEN, H. *Debating civil society: on the fear for civic decline and the hope for the internet alternative*. International Sociology, 18 (4), 2003, p. 659-680.

FARNSWORTH, Stephen e LICHTER, Robert S. *The struggle over shaping the news*. In: GRABER, Doris (Org). *Media Power in politics*. Washington, CQ Press, 2007.

FIGUEIREDO, Rubens; ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloisa e JORGE, Vladimyr L. *Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral*. In: FIGUEIREDO, Rubens. *Marketing político e persuasão eleitoral*. Fundação Konrad Adenauer, 2000.

FRIGOTTO, G.; CIAVATTA, M.; RAMOS, M. *A política de educação profissional no Governo Lula: um percurso histórico controvertido*. Educ. Soc. [online]. 2005, vol.26, n.92, pp. 1087-1113 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302005000300017&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 26 de abril de 2012.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO, Núcleo de Opinião Pública. Relatório de pesquisa *Perfil da Juventude Brasileira*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004. Disponível em <http://www.fpabramo.org.br/uploads/perfil_juventude_brasileira.pdf>. Acesso em 26 de abril de 2012.

GAMSON, Willian A. *Talking politics*. Cambrigde University Press, 1992.

GARTNER GROUP. *Top end user predictions for 2010: coping with the new balance of Power*. Disponível em www.gartnergroup.com, acessado em 10/03/2010.

GIMMLER, A. *Deliberative democracy, the public sphere and the internet*. New York: Philosophy & Social, 2001.

GOMES, Wilson. *A transformação da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. *Democracia digital: qual democracia?* Artigo produzido como resultado de pesquisa na Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Bahia: UFBA, 2008.

_____. *Internet e participação política em sociedades democráticas*. Revista Famecos, 27 (2), 2005, p. 58-78.

_____; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas e SILVA, Tarcizio. *Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008*. Trabalho apresentado ao grupo de trabalho “Comunicação e Política” durante XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

_____. *Internet e participação política em sociedades democráticas*. Revista Famecos, 27 (2), 2005, p.58-78.

GRABER, Doris (Org). *Media Power in politics*. Washington, CQ Press, 2007.

GRAMSCI, A. *Os intelectuais a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1979.

HABERMAS, Jurgen. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997.

_____. *O espaço público*, Paris, Payot, 1992.

_____. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALLIN, D. C. e MANCINI, P. *Americanization, globalization and secularization: understanding the convergence of media systems and political communication*. In: GRABER, Doris (Org). *Media Power in politics*. Washington, CQ Press, 2007.

HINDMAN, M. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2009.

HUTCHINS, E. *Distributed cognition*. University of California, San Diego, 2000.

IBOPE INTELIGÊNCIA. *Brasil está entre os dez países que mais acessam redes sociais*. Acessado em www.ibope.com.br em 23/07/2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo Demográfico 2010*. Disponível em <http://www.censo2010.ibge.gov.br/> . Acesso em 26 de abril de 2012.

_____. *População jovem no Brasil: a dimensão demográfica*. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao_jovem_brasil/default.shtm Acesso em 26 de abril de 2012.

INGLEHART, R. *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. New Jersey, Princeton University Press, 1997.

JAMIESON, K. H. *Eloquence in an electronic age: the transformation of political speechmaking*. New York: Oxford University Press, 1988.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENNINGS, M e ZEITNER, V. *Internet use and civic engagement: a longitudinal analysis*. *Public Opinion Quarterly*, 67 (3), 2003, p. 311-334.

JOHNSON, S. *Emergência: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

JOHNSON, S. M. *The internet changes everything: revolutionizing public participation and access to government information through the internet*. *Administrative Law Review*, 50 (2), 1998, p. 277-337.

JORDAN, T. *Language e libertarianism: the politics of cyberculture, the culture of cyberpolitics*. *The Sociological Review*, 49 (1), 2001, p.1-17.

KEEN, Andrew. *O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2009.

KERSTEN, G. *E-democracy and participatory decision processes: lessons from e-negotiation experiments*. *Journal of Multi-Criteria Decision Analysis*, 12, 2003, p. 127-143.

KRIESI, H. *Strategic political Communication*. In: PFESTCH, B. e ESSER, F. *Comparing political communication: theories and challenges*. Cambridge University Press, 2004.

KRISCHKE, P. *Questões sobre juventude, cultura política e participação democrática*. In: *Retratos da Juventude Brasileira: análises de uma pesquisa nacional*. ABRAMO, H. W.; BRANCO. P. P. M. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2005.

LATTMAN-WELTMAN, F. *A mídia nas eleições presidenciais brasileiras: uma variável em mutação?* *Revista Contracampo*: Niterói, nº 23, dezembro de 2011.

LAVAREDA, A. *Emoções ocultas e estratégias eleitorais*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LAW, J. *After method: mess in social science research*. London and NY: Routledge, 2004.

LEMOS, A. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2002.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Ed. 34, 1993.

_____. *A Revolução Contemporânea em Matéria de Comunicação*. Porto Alegre: EdIPUCRS, 1996.

_____. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. *A inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

_____. *Pela ciberdemocracia*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MACHAN, T. R. (Org.). *The libertarian alternative*. Chicago: Nelson-Hall, 1974.

MACINTYRE, A. *Depois da virtude*. Bauru: EDUSC, 2001.

MAIA, R. C. M.; GOMES, W.; MARQUES, F. P. J. A. (Org.). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MAIR, P. *Party system change. Approaches and interpretations*. Oxford: Clarendon Press, 1997.

MALINI, F. *A opinião pública distribuída: blogs e jornalismo nas eleições brasileiras de 2006*. Trabalho apresentado no Encontro da Compós, 2007. Rio de Janeiro: Revista E Compós, 2007.

MANIN, B. *Principes du gouvernement représentatif*. Paris: Flammarion, 1995.

MARQUES, F. P. J. *Participação, instituições políticas e internet: um exame dos canais participativos presentes nos portais da Câmara e da Presidência do Brasil*. In: MAIA, R. C. M.; GOMES, W.; MARQUES, F. P. J. A. (Org.). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MCLUHAN, H. M. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Editora Cultrix, 1974.

MARTINS, A. M. *Modelos de democracia*. Revista Filosófica de Coimbra - n.º 11, 1997, pp. 85-100. Disponível em <http://saavedrafajardo.um.es/INTERNET/archivos/Coimbra/11/Coimbra11-03.pdf> Acesso em 26 de abril de 2012.

MIGUEL, L. F. *Representação Política em 3-D: Elementos para uma Teoria Ampliada da Representação Política*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 2001.

MOISÉS, J. A., *Cidadania, confiança e instituições democráticas*. Revista Lua Nova, São Paulo, n. 65, 2005, pp. 71-94.

_____. *Democratização e cultura política de massas no Brasil*. Revista Lua Nova, São Paulo, n. 26, 1992, pp. 5-51.

MONTGOMERY, K. C. *Youth and Digital Democracy: Intersections of Practice, Policy, and the Marketplace*. In: BENNETT, W. L. *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 25–50. doi: 10.1162/dmal.9780262524827.025

MORRESI, S. *Robert Nozick e o liberalismo fora de esquadro*. Lua Nova, 2002.

MUÑIZ, C.; MALDONADO, L.; LÓPEZ, R. E. *Efectos de las prácticas comunicativas sobre las actitudes políticas de los jóvenes. El caso de Monterrey, México*. Paper apresentado no IV Congresso Latinoamericano de Opinião Pública da WAPOR - Belo Horizonte, Brasil, 4-6 de maio de 2011.

MUTZ, D. *Deliberative versus participatory democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

NARVESON, J. *The libertarian idea*. Philadelphia: Temple University Press, 1988.

NICOLIS, G.; PRIGOGINE, I. *Exploring complexity: an introduction*. New York: W.H. Freeman and Company, 1989.

NÓBREGA JR, J. M. P. da. *Teoria Democrática Contemporânea: as concepções Minimalistas e seus Críticos Contemporâneos*. Revista Política Hoje, Recife, 2004.

NOELLE-NEUMANN, E. *Mass media and social change in developed societies*. In: KATZ e SZECSTKO. *Mass media and social change*. Beverly Hills: Sage, 1981.

NORRIS, P. *Digital divide: civic engagement, information poverty and the internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

NOZICK, R. *Anarchy, state and utopia*. New York: Basic Books, 1974.

NOVAES, Regina R. *Juventude e participação social: apontamentos sobre a reinvenção da política*. In ABRAMO, H. W. et. al (org.) *Juventude em debate*. São Paulo: Cortez, 2000.

O'LOUGHLIN, B. *The political implications of digital innovations: trade-offs of democracy and liberty in the developed world*. Information, Communication & Society, 4(4), 2001, p. 595-614.

OBSERVATÓRIO DAS ELEIÇÕES: base de dados disponível em <http://www.observatorio.ininternet.org.br/eleicoes2010/destaques/>. Acesso em janeiro e fevereiro de 2011. Projeto coordenado pelo Departamento de Ciência da Computação da (UFMG), (CEFET-MG), (UFAM) e (UFRGS).

OLIVEIRA, M. A. *Ética, direito e democracia*. São Paulo: Paulus, 2010.

O'REILLY, T. *What is Internet 2.0?* Disponível em <http://oreilly.com/internet2/archive/what-is-internet-20.html?page=5> . Acesso em 16 de Nov 2011.

ORTIZ, A. *Eleições 2010: internet em alta, mídia de massa em baixa?* Artigo apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR, Belo Horizonte – Brasil, em maio de 2011.

PAGE, B. I.; SHAPIRO, R. Y.; e DEMPSEY, G. R. *What moves public opinion?* In: GRABER, Doris (Org). *Media Power in politics*. Washington, CQ Press, 2007.

PATEMAN, C. *Participation and democratic theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1970.

PFESTCH, B. e ESSER, F. *Comparing political communication: theories and challenges*. Cambridge University Press, 2004.

POLAT, R. *The internet and political participation: exploring the explanatory links*. *European Journal Communication*, 20 (4), 2005, p. 435-459.

POOL, I. *Technologies of freedom*. Harvard: Belknap Press, 1983.

POPKIN, S. L. *The reasoning voter: communication and persuasin in presidential campaigns*. Chicago: Unversity of Chicago Press, 1994.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre, Editora Sulina, 2007.

PRUDÊNCIO, K. *Mobilizar a opinião pública: sobre a comunicação dos ativistas políticos*. Trabalho apresentado no XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

PUTNAM, R. *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster, 2000.

_____. *Making democracy work*. Princeton: Princeton University Press, 1993.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REGIS, F. *Práticas de comunicação e desenvolvimento cognitivo na cibercultura*. Trabalho apresentado no XIX Encontro da Compós, na PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

RESENDE, J. F.; CHAGAS J. S. C. *Eleições no Brasil em 2010: comparando indicadores político-eleitorais em surveys e na internet*. Paper apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR – World Association of Public Opinion Research, Belo Horizonte, Brasil, Maio de 2011. Disponível em

REVISTA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. *Obama 2.0*. ABERJE, ano 19, n.71, 2009, p. 20-22.

ROJAS, H. *Nuevas Tecnologías de Comunicación y Participación Democrática en Colombia*. Paper apresentado no IV Congresso Latinoamericano de Opinião Pública da WAPOR - Belo Horizonte, Brasil, 4-6 de maio de 2011.

ROUSSEAU, J. J. (1997), "Os Pensadores", Ed. Nova Cultural, São Paulo.

SANTAELLA, L. *Comunicação e pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTOS, W. G. dos. *Poliarquia em 3D*. *Revista Dados*, vol.41, n.2, pp. 207-281. ISSN 0011-5258. <http://dx.doi.org/10.1590/S0011-52581998000200001>, 1998.

SCAMMEL, M. *The internet and the civic engagement: the age of the citizen-consumer*. *Political Communication*, 17, 2000, p. 351-355.

SCHERMAN, A.; ARRIAGADA, A.; VALENZUELA, S. *¿Hacia una nueva ciudadanía multifuncional? Uso de medios digitales, redes sociales online y participación política*. Paper apresentado no IV Congresso Latinoamericano de Opinião Pública da WAPOR - Belo Horizonte, Brasil, 4-6 de maio de 2011.

SCHUDSON, Michael. *Why democracies need an unlovable press*. In: GRABER, Doris (Org). *Media Power in politics*. Washington, CQ Press, 2007.

SCHUMPETER, J. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores. Pp. 295-376, 1984.

SEVERO, M. S. *Direitos sociais dos jovens no Brasil: concepções e experiências*. Disponível em <http://seer.fclar.unesp.br/seguranca/article/download/3696/3456>. Acesso em 26 de abril de 2012.

SHIRKY, C. *Here Comes Everybody: the power of organizing without organizations*. New York: Penguin Books, 2008.

_____. *Cognitive Surplus: creativity and generosity in a connected age*. New York: Penguin Books, 2010.

SHKLOVSKI, I.; KRAUT, R.; RAINIE, L. *The internet and social participation: contrasting cross-sectional and longitudinal analysis*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (1), 2004.

SHULMAN, S.; SCHLOSBERG, D. ; ZAVESTOSKI, S. ; COURARD-HAURI, D. *Electronic rulemaking: a public participation research agenda for the social sciences*. *Social Science Computer Review*, 21 (2), 2003, p. 162-178.

SILVA, S. R. da. *A concepção comunitarista da democracia e a educação*. *Revista Eletrônica de Educação*, v. 3, n. 1, mai. 2009.

SINGER, P. *A juventude como coorte: uma geração em tempos de crise social*. In ABRAMO, H. W. (org.) *Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

SINGH, P; LIN, T.; MUELLER, E; LIM, G; PERKINS, T.; ZHU, W. *Open mind commom sense: knowledge acquisition from the general public*. MIT Media Laboratory, Cambridge, 2003.

SOUSA, J. T. P. de. *Reinvenções da utopia: a militância política de jovens dos anos 90*. São Paulo: Hacker, 1999.

SPOSITO, M. P. *Algumas reflexões e muitas indagações sobre as relações entre juventude e escola no Brasil*. In ABRAMO, H. W. (org.) *Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

SZTOMPKA, P. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

SUNSTEIN, C.R. *Republic.com 2.0*. Princeton University Press, 2009.

SWANSON, D. L. *Transnational trends in political communication: conventional views and new realities*. In: PFESTCH, Barbara e ESSER, Frank. *Comparing political communication: theories and challenges*. Cambridge University Press, 2004.

TAYLOR, C. *A Política do Reconhecimento*. In: *Argumentos Filosóficos*. São Paulo: Loyola, 2000.

THEOCHARIS, Y. *Young people, political participation and online postmaterialism in Greece*. New Media & Society March, 2010.

THOMAS, J. *Liberal machines*. *American Behavioral Scientist*, 43 (9), 2000, p.1548-1560.

THOMPSON, J. B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

TOLBERT C. J.; MCNEAL, R. S. *Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?* *Political Research Quarterly*, Vol. 56, No. 2, (Jun., 2003), pp. 175-185. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/3219896> Acesso em 26 de abril de 2012.

TONN, B. *MyEmpowerNet.gov: a proposal to enhance policy e-participation*. *Social Science Computer Review*, 22 (3), 2004, p. 335-346.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. *Repositório de dados eleitorais*. Disponível em <http://www.tse.jus.br/eleicoes/repositorio-de-dados-eleitorais>. Acesso em 26 de abril de 2012.

USLANER, E. *Trust, civic engagement and the internet*. *Political Communication*, 21, 2004, p. 223-242.

VENTURI, G.; BOKANY, V. *Maiorias adaptadas, minorias progressistas*. In: *Retratos da Juventude Brasileira: análises de uma pesquisa nacional*. ABRAMO, H. W.;

BRANCO, P. P. M. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2005.

VERBA, S.; NIE, N. *Participation in America: political democracy and social equality*. Chicago: University of Chicago Press, 1972.

VERBA, S.; SCHLOZMAN, K. ; BRADY, H. *Voice and equality: civic volunteerism in America politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

VERNANT, J.P. *As origens do pensamento grego*. Rio de Janeiro: 1996. 104 p. 85-286

WAGNER, F. R. *Habilidade e inclusão digital - o papel das escolas*. In: CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação 2009*. São Paulo, 2010, pp. 47-51.

WARREN, M. *What can participatory democracy mean today?* *Political Theory*, 30 (5), 2002, p. 677-701.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

INTERNETER, L.; LOUMAKIS, A.; BERGMAN, J. *Who participates and why?: an analysis of citizen on the internet and the mass public*. *Social Science Computer Review*, 21 (1), 2003, p. 26-42.

INTERNETER, Max. *Economia e Sociedade*. Brasília: Editora UNB, 1999, pp. 517-68.

WINNER, L. *Cyberlibertarian myths and the prospects for community*. *Computers and society* 27 (3), 1997, p-14-19.

WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

WOLTON, D. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2ª. Ed., 2007.

ZITTEL, T. *Political communication and electronic democracy: american exceptionalism or global trend?* In: PFESTCH, Barbara e ESSER, Frank. *Comparing political communication: theories and challenges*. Cambridge University Press, 2004.

APÊNDICES

O questionário completo proposto segue abaixo:

Bloco 1 - Perfil:

Filtro 1: Possui título de eleitor do mun. Rio () S () N (Encerrar e buscar outro respondente)

Filtro 2: Costuma usar a internet? () S () N (Encerrar e buscar outro respondente)

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: () 17 anos () 18 a 20 anos () 21 a 24 anos

Região (consultar cota):

() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 Bairro: _____

Sabe ler e escrever? () S () N

Estuda ou faz algum curso atualmente? () S () N

Qual é o curso mais elevado que frequentou (no qual concluiu pelo menos uma série)?

() Alfabetização de adultos

() Antigo primário/ 1º a 4º (1ª Grau)

() Antigo ginásio 5º a 8º (1ª Grau)

() Antigo clássico, científico etc. /Ensino médio/2ª Grau/Profissionalizante

() Superior – graduação / Mestrado ou doutorado

Como você define sua Cor/Raça?

() Branca () Preta () Amarela () Parda () Indígena () Ignorado

Você trabalha atualmente (com ou sem carteira de trabalho, estágio etc.)? () S () N

Estado Civil: () Solteiro () Casado () Divorciado () Viúvo () Amigado

Qual é a sua religião ou culto?

() Católico () Protestante () Espírita () Outros: _____

Bloco 2 – Opinião Política:

1 - Na sua opinião, como você avalia as condições no país de (estimulada e única por linha):

	Péssima	Ruim	Regular	Boa	Ótima	Não sei avaliar
Emprego						
Educação						
Saúde pública						
Segurança pública						
Economia						
Direitos do cidadão						

2 - Você sabe dizer qual é o partido da Presidente da República?

() PT () Outras respostas () Não sabe

3 - Você sabe dizer qual é o nome do Governador do estado do RJ?

() Sérgio Cabral Filho () Outras respostas () Não sabe

4 – Você **confia ou não confia** no (a) atual.. (estimulada e única por linha):

	Confio	Não Confio	Não sei avaliar
Presidente da República			
Senadores e deputados federais			
Partidos políticos			

5 – Você **confia ou não confia** nos (as) (estimulada e única por linha):

	Confio	Não Confio	Não sei avaliar
Meios de comunicação			
Organizações não-governamentais			
Entidades de Estudantes (UNE, p. ex)			

Bloco 3 - Democracia:6 – Na sua opinião, quais frases a seguir **define(m) a idéia de democracia** (estimulada e múltipla):

	Sim	Não	Não sei avaliar
Direito de todos ao voto			
Eleições regulares			
Expressão livre das pessoas em qualquer lugar (ex. manifestação na praia)			
Liberdade de imprensa			
Cidadão apresentar projetos para governos			

7- Das afirmações a seguir, diga se você **concorda ou discorda:** (estimulada e única por linha):

	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Não sei avaliar
Eu troco a liberdade de expressão por melhor condição financeira				
Dá no mesmo ter um governo democrático ou uma ditadura				
O governo tem que proibir a mulher de fazer aborto				
O governo tem que controlar o que passa na TV aberta				
As pessoas acompanham o trabalho do governo				

8 - Nos últimos 12 meses, você **participou** de alguma destas **atividades?** (estimulada e única por linha):

	Sim	Não	Não Sabe
Manifestação pública (política ou não)			
Enviar opinião a jornal/revista, programa de rádio ou TV			
Trabalhar em projeto comunitário			
Movimento de estudantes			

9 - Nos últimos 12 meses, você **participou** como membro de algum destes **grupos?** (estimulada e única por linha):

	Sim	Não
Clube ou equipe de esporte, social ou recreação		
Grupo artístico, musical ou cultural		
Sindicato ou Conselho profissional		
Igreja ou organização religiosa		
ONG (meio ambiente, ação social etc.)		
Associação de moradores		
Partido ou movimento político		

10 - Que(m) você costuma **consultar** na época de escolher em **quem votar?** (espontânea e múltipla):

- Amigos Familiares Colegas de trabalho Líderes da igreja
 Líderes da comunidade Notícias na imprensa (internet inclusive) Partidos políticos
 Propaganda eleitoral Analistas políticos nos meios de comunicação Professores
 Não consulto nada nem ninguém Outros: _____

11 - Você simpatiza com algum partido político? () S (v. p/12) () N (v. p/13)

12 - Qual (is) partido(s) político você apóia (espontânea e múltipla): _____
() Não lembra o nome () Nenhum13 - Em relação ao restante da população, você considera o seu conhecimento sobre a política..? (estimulada e única)
() Maior () Igual () Menor**Bloco 4 – Meios de Comunicação:**14 - Quais são os **canais de televisão** que você assiste para se informar **sobre política?** (espontânea e múltipla).

- Band Band News Canais regionais Canal Futura CNN Globo News
 Record News Rede Globo Rede TV SBT TV Brasil TV Record
 Não assiste Todos Nenhum Outros: _____

15 - Quais são os **jornais** que você lê para se informar **sobre política?** (espontânea e múltipla).

- Extra Estado de SP Folha de SP Meia Hora Expresso
 Metro O Dia O Globo Jornal do Commercio
 Valor Econômico Não lê Todos Outros: _____

16 - Sobre os **assuntos políticos**, quais meios de comunicação que você acredita que fornecem a **informação mais confiável?** (estimulada e múltipla).

- Todos Nenhum Internet Jornal Rádio
 Revista TV aberta TV a cabo Outros: _____

17 - Nas **eleições mais recentes** para presidente você (estimulada e única por linha):

Leu notícias em jornal ou revista	Sim	Não
Assistiu a notícias na televisão	Sim	Não
Ouviu notícias no rádio	Sim	Não
Falou com familiares ou amigos	Sim	Não
Viu a propaganda política de algum candidato	Sim	Não
Assistiu a debate político na televisão	Sim	Não

18 - De onde você costuma **acessar** a Internet? (espontânea e múltipla):

- Minha casa
 Casa de parentes e amigos
 Celular
 Trabalho
 Lugar público gratuito
 Lan house
 Outro: _____

19 - Que **tipo de acesso** à Internet você tem? (estimulada e múltipla)

- Discado (linha convencional) Banda larga Rádio-frequência Outros: _____
 Não sabe/Não respondeu

20 - Quantas **vezes na semana**, em média, você acessa a internet? (resposta única)

- Diariamente 1 vez 2 a 3 vezes 4 a 5 vezes 6 vezes

21 - Quanto tempo, em média, você **permanece conectado ao longo de um dia** (estimulada e única)?

- Menos de 1 hora De 1 a 4 horas De 5 a 8 horas Mais de 8 horas

22 - Que tipo de notícia sobre **política chama sua atenção na internet** (estimulada e múltipla):

As que afetam na vida privada	Sim	Não
Escândalos (ex.: denúncia de corrupção)	Sim	Não
Polêmicas (ex.: legalização do aborto)	Sim	Não
Aprovações de projetos importantes	Sim	Não
Notícias em destaque no portal de seu site de acesso	Sim	Não
Sátiras de humoristas	Sim	Não
Eleições	Sim	Não
Outros:		

- Nenhum tipo de mensagem sobre política

Bloco 5 - Ação:

23 - Você **participou nos últimos 12 meses** de algum **movimento social, político ou cultural surgido na internet**?

- S (v. p/24) N (v. p/ 26)

24 - A que **assunto** estava relacionado? (espontânea e múltipla)

- Ação social Alimentação Consumo Corrupção Economia
 Educação Emprego Habitação Meio ambiente Política
 Saneamento Saúde pública Segurança pública Transporte
 Outros: _____

25 – Algum destes grupos que vou dizer o/a **motivou a participar** de tal movimento? (estimulada e múltipla)

- Rede de amigos próximos.. Não Sim: via internet fora da internet
 ONGs.. Não Sim: via internet fora da internet
 Governo.. Não Sim: via internet fora da internet
 Partido político.. Não Sim: via internet fora da internet
 Meios de comunicação Não Sim: via internet fora da internet
 Outros: _____

26 - Você já **distribuiu** o conteúdo de alguma campanha de mobilização para sua rede de relacionamentos?

- S (v. p/27) N (v. p/ 29)

27 - Através de **que canais** você o distribuiu? (estimulada e múltipla)

- Redes sociais
 E-mail
 Torpedos SMS
 Conversas diretas
 Outros: _____

28 - Ao distribuir tais mensagens, você **espera(va)**.. (estimulada e múltipla):

Interferir / influenciar o rumo dos assuntos tratados?	Sim	Não
Expressar sua opinião com liberdade?	Sim	Não
Mostrar aos amigos / contatos que você é consciente?	Sim	Não
Marcar presença nos grupos que participa?	Sim	Não
Dar uma força às ações iniciadas pelos amigos?	Sim	Não
Manter a iniciativa em movimento?	Sim	Não
Outros:	Sim	Não

29 - Dos movimentos que você **viu** na internet, tendo participado ou não, você acha que **eles alcançaram seus objetivos**?

() Sim () Não () Não acompanhou depois () Não sabe

30 - Na sua opinião, para um **movimento na internet alcançar seus objetivos**, os participantes devem.. (estimulada e única):

() Estar anônimos () Estar identificados () Depende do movimento () Não sabe

31 - Em relação à **política no Brasil**, você acredita que a internet..? (estimulada e única)

() Ajuda a melhorar () Não exerce nenhuma influência () Piora o modelo atual

32 - Especificamente nas **eleições mais recentes para Presidente da República (2010)**, você **participou** de alguma forma via **internet**? () S (v. p/33) () N (v. p/ 34)

33 - De que forma você participou? (estimulada e múltipla)

Elaborou mensagens políticas	Sim	Não
Enviou mensagens políticas já prontas (tipo corrente)	Sim	Não
Manifestou apoio a uma mensagem (ex.: 'Curtir' no Facebook)	Sim	Não
Deu opiniões em blogs de terceiros	Sim	Não
Escreveu um blog próprio sobre temas políticos	Sim	Não
Produziu clipes (<i>mashups</i>) sobre os políticos ou temas	Sim	Não
Marcou encontros políticos via rede social	Sim	Não
Agiu como hacker	Sim	Não
Outros:	Sim	Não

Bloco 6 - Critério de Classificação Econômica Brasil:

34 - Por fim, apenas para classificação estatística, diga-nos se na sua casa tem:

Posse de itens	0	1	2	3	4 ou mais
Televisão em cores	0	1	2	3	4 ou mais
Rádio	0	1	2	3	4 ou mais
Banheiro	0	1	2	3	4 ou mais
Automóvel	0	1	2	3	4 ou mais
Empregada mensalista	0	1	2	3	4 ou mais
Máquina de lavar	0	1	2	3	4 ou mais
Videocassete e/ou DVD	0	1	2	3	4 ou mais
Geladeira	0	1	2	3	4 ou mais
Freezer (aparelho independente ou parte da geladeira duplex)	0	1	2	3	4 ou mais

35 - Grau de Instrução do **chefe de família**:

Antiga nomenclatura	Nova nomenclatura	
Analfabeto/ Primário incompleto	Analfabeto/ Até 3ª série Fundamental/ Até 3ª série 1º. Grau	
Primário completo/ Ginásial incompleto	Até 4ª série Fundamental / Até 4ª série 1º. Grau	
Ginásial completo/ Colegial incompleto	Fundamental completo/ 1º. Grau completo	
Colegial completo/ Superior incompleto	Médio completo/ 2º. Grau completo	
Superior completo	Superior completo	

36 - Identificação do respondente para aferição e controle:

Nome: _____ Telefone de contato: _____
Data de aplicação: _____ Entrevistador: _____

Supervisor: _____

Questionário: () Aprovado

() Recusado