



Hábitos de uso de mídia e conexão pública: um retrato da participação política online e off-line de jovens brasileiros¹

Aline Camargo²

O declínio nos índices de comparecimento eleitoral e de ativismo partidário, bem como a emergência e a expansão dos movimentos de protesto e de novas formas de ação política têm levado a uma crescente preocupação de estudiosos sobre o tema da participação.

A pesquisa a que se refere este artigo pretende abordar as modalidades de participação mais comumente desempenhadas por jovens, de 15 a 29 anos, e sua relação com seus hábitos de uso de mídia a partir de aplicação de questionário, netnografia, monitoramento de redes sociais e diário de mídia.

No contexto democrático em que vivemos, pressupõe-se que haja condições para que os cidadãos exerçam seus direitos, entre eles o de participação política. Para Levy (1996), o exercício da cidadania tem sido expandido para além de práticas eleitorais e a virtualização tem ampliado a participação cidadã a partir do maior acesso à internet e da criação de iniciativas governamentais e autônomas que incentivam o engajamento do usuário em questões de interesse público.

Com o advento e a popularização da internet, iniciaram-se as discussões em torno do potencial social, político e democrático da rede. A internet oferece maior variedade de informações, reduz os custos de participação política e permite que diferentes participantes possam se envolver no diálogo a partir da troca de e-mails, chats e grupos eletrônicos de discussão.

A rede representa um meio de comunicação com interação sem precedentes quando comparado à mídia tradicional e pode fornecer um meio pelo qual os cidadãos se comunicarem, troquem informações, consultem e discutam, diretamente, de forma rápida e com menos burocracia. Na sociedade civil, não há dúvidas de que as comunidades virtuais estão cri-

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Cidadania / Direitos Civis / Participação do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisadora é professora do Instituto Municipal de Ensino Superior de Bebedouro, jornalista, mestre em Comunicação e Doutoranda em Mídia e Tecnologia na Unesp/ Bauru. E-mail: alinecamargo20@gmail.com.

ando plataformas adicionais e importantes para a participação política, suscitando entre autores especialistas na área a discussão sobre o papel da internet como esfera pública virtual e seu possível impacto.

Maia (2006, p. 15) argumenta que “a grande maioria das informações de que os cidadãos comuns necessitam para tomar decisões e agir na esfera política articula-se, de modo rotineiro, com os meios de comunicação”. Ainda que se considere que a maior parte da comunicação política seja mediada, os estudos em relação a essas mediações não consideram os diferentes meios de comunicação, seus produtos e usos “tão variados quanto às próprias práticas sociais”.

Atualmente, a internet é a segunda principal plataforma de consumo de notícias (BRASIL, 2015), sendo assim, o público brasileiro estaria voltado para um maior número de fontes e uma maior variedade de formas de acessar conteúdos de notícias. A disseminação do uso da rede tem fornecido novas ferramentas e oportunidades para grupos minoritários e é uma fonte autônoma de notícias para a parcela da população com acesso à internet.

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

O acesso à rede amplia as possibilidades de canais de uso de mídia, seja em relação ao consumo, produção, circulação ou recirculação de conteúdos midiáticos. Os veículos de comunicação, dos mais tradicionais aos mais tecnológicos e inovadores, são responsáveis por grande parte do conteúdo que informa os cidadãos brasileiros diariamente, exercendo, portanto, relevante papel na mediação da comunicação política.

Assim, a internet fornece aos brasileiros um conjunto de ferramentas que são importantes para o ativismo e a participação política. No entanto, a ausência de estudos relevantes com uma abordagem sistemática sobre o papel das plataformas digitais no Brasil faz com que ainda seja difícil avaliar o impacto da digitalização sobre a participação política.

Por tratar-se de uma pesquisa em estágio inicial, este artigo tem como objetivo abordar conceitos primordiais para o entendimento das relações entre hábitos de uso de mídia e conexão pública. Para tal, serão revisados os seguintes temas: Potencial social e político da internet; Comunicação Política, Mídia e Eleições; Uso das redes sociais no Brasil; Internet como esfera pública e Exclusão digital.

O potencial social e político da internet

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

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

Dados de 2015 divulgados pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República revelam que 48% dos brasileiros têm acesso à internet, seguindo a tendência mundial de aumento ano após ano (BRASIL, 2015). Rogers e Malhotra (2000, p. 20) afirmam que o número de usuários de internet dobrou a cada ano durante a década de 1990, “uma taxa extremamente rápida de adoção, talvez uma das mais rápidas taxas de difusão para qualquer inovação na história da humanidade”. O número de usuários da internet continua crescendo, ainda que em taxas mais modestas. De 2013 para 2014, por exemplo, o número de brasileiros com acesso à rede mundial de computadores aumentou 7% (BRASIL, 2015).

Rogers e Malhotra (2000, p. 26) apontam que “o papel empoderador da internet pode ser exemplificado a partir da maneira como as interações online enriquecem as relações interpessoais através do desenvolvimento de relações sociais e pela construção da ideia de comunidade”. No entanto, há uma controvérsia neste sentido, uma vez que alguns autores questionam se a internet tem sido utilizada como meio para amplificar as vozes daqueles que já são ativos politicamente.

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

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

Comunicação Política, Mídia e Eleições

No contexto da crise da democracia representativa e do declínio da confiança nas figuras políticas do país e visando compreender como se dá a relação entre os hábitos de uso de mídia pelos jovens e suas atividades de participação, online e off-line, durante o período eleitoral de 2018, é preciso pensar as mídias digitais como ferramentas importantes na visibilidade política, não apenas de figuras políticas, mas também, e principalmente, de temáticas que geram engajamento público.

De acordo com Miguel e Biroli (2010), a percepção negativa dos políticos é presente em países ricos e pobres, em velhas e novas democracias: “Não só o declínio na confiança em relação aos indivíduos que compõem a elite política quanto um crescente ceticismo a respeito da efetividade das instituições que se propõem realizar a democracia política”, (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 223).

Para Graeff (2009, p. 5) a chegada de Barack Obama à presidência dos EUA em 2008 coroa o uso político da rede e das mídias sociais e provavelmente “será o evento identificado como início de uma nova era para as campanhas eleitorais”.

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

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

A mudança veio a partir da Resolução nº 12.034, de setembro de 2009, quando passa a ser permitida a propaganda por meio de blogs, redes sociais e sites de mensagens

instantâneas, “cujo conteúdo pode ser elaborado por candidatos, partidos, coligações ou por iniciativa de qualquer pessoa natural, o que vai além do que previa a resolução que abrangeu o pleito de 2008” (GRAEFF, 2009, p. 42).

Mais do que estratégia para garantir votos, as redes sociais têm se consolidado como espaço de discussão política. O cidadão comum não só se informa sobre os candidatos, mas também produz e compartilha conteúdos.

Para Graeff (2009, p. 10), “o truque é transformar ouvinte em orador. Ao conseguir que a audiência escreva, candidatos conseguem um compromisso com essa audiência. Engajamento substitui recepção, que por sua vez leva à ação no mundo real”.

Segundo Marques e Sampaio (2011), as eleições presidenciais de 2010 apresentaram um cenário diferenciado, permitindo afirmar que as ferramentas digitais assumiram uma importância inédita. Neste cenário há dois aspectos que se destacam: (1) existe uma maior disponibilidade de informações geradas por candidatos, partidos e usuários; e há, consequentemente, (2) uma maior concorrência pela atenção dos usuários.

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

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

Para os autores (2011, p. 218) é fato que a quantidade de informação política disponível ao eleitorado tem aumentado a cada eleição, “assim como se percebe um maior pluralismo na variedade de usuários e entidades dispostos a criarem conteúdos ou,

simplesmente, a repassarem ideias”, mas não se sabe se a maior disponibilidade de informação tem representado maior engajamento e participação por parte dos jovens cidadãos.

Uso das redes sociais no Brasil

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

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

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

Dentre os 65% de jovens que afirmam acessar a internet diariamente, 81% o fazem a partir do uso de dispositivos móveis. Para Martino (2015, p. 58) a possibilidade de participar das redes online a partir de dispositivos móveis “permite a transposição contínua das barreiras entre ‘mundo físico’ e ‘mundo online’, em um grau de complementaridade entre as interações nas redes sociais digitais e àquelas desenvolvidas off-line”.

De acordo com pesquisa desenvolvida pela F/Radar e divulgada em maio de 2015, 65% da população com mais de 12 anos está na internet, cerca de 107 milhões de brasileiros. Em um comparativo com anos anteriores observa-se que o acesso à internet cresceu mais nas classes C e D. O acesso pelo celular é o que mais cresce, de 107 milhões de brasileiros com acesso à internet, 87 milhões utilizam o celular. Entre aqueles que acessam a internet pelo celular, o Facebook é a rede social mais acessada, seguida do Whatsapp, Google + e Instagram.

Por outro lado, a pesquisa TIC Governo Eletrônico (CGI, 2015) demonstra que 76% dos órgãos públicos federais e estaduais possuem perfil ou conta própria em site de rede social

digital e que 35% dos órgãos federais realizaram consulta pública pela Internet nos últimos 12 meses, indicando que há mais ferramentas participativas disponíveis a partir do uso da rede.

Ainda de acordo com a pesquisa realizada pela F/Radar, 45 milhões de brasileiros já participaram de movimentos sociais, deste número 31% afirmaram ter participado apenas pela internet, 40% participaram apenas presencialmente e 28% participaram no âmbito online e off-line. Apesar da participação (seja online ou presencial) ser mais comum entre os mais ricos e mais escolarizados, a maioria dos ativistas brasileiros está na classe C, considerando a porcentagem total da população.

A maior parte dos entrevistados que disseram participar presencialmente o fazem via manifestação, passeata, ato ou ocupação. Já entre os que participam online, 75% diz ter participado via redes sociais (curtidas, comentários, compartilhamentos).

Entre os entrevistados 4 em cada 10 dizem acreditar que as redes sociais contribuem para que eles participem presencialmente de mobilizações. 7 em cada 10 internautas conhecem movimentos sociais a partir das redes sociais, o que evidencia a capacidade das redes sociais como instrumento de mobilização.

Entre as redes sociais utilizadas no Brasil, destaca-se o Facebook, que conquistou o posto de rede social mais popular do mundo em 2008. Só no Brasil são mais de 103 milhões de usuários. O país é, atualmente, o terceiro mais ativo no Facebook, atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia.

Dentre os 103 milhões de usuários brasileiros, 62 milhões dizem acessar a rede social Facebook diariamente, 50 milhões destes o fazem a partir de dispositivos móveis. Estes dados não indicam apenas a presença dos brasileiros na rede, mas também sua utilização como ferramenta de participação: A eleição presidencial de 2014 gerou 674,4 milhões de interações no Facebook, um novo recorde nos registros da rede social. As conversas sobre as eleições brasileiras envolveu 48,3 milhões de pessoas, o equivalente a 54% de todos os usuários ativos do Facebook no país.

As redes sociais desempenham um papel importante não apenas como meio de comunicação, mas também ampliando a esfera pública, através de interação e participação.

Para Recuero (2010), um elemento característico das redes sociais na internet é sua capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores. Essa capacidade alterou de forma significativa os fluxos de informação dentro da própria rede: “O surgimento e a popularização da internet permitiram uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais”, (RECUERO, 2010, p. 117).

Uma das primeiras mudanças detectadas pela comunicação mediada pelas tecnologias digitais é o processo de expansão das interações sociais, que de acordo com Recuero (2010, p. 135) “começa com o surgimento dos meios de transporte e de comunicação”.

A partir da desterritorialização dos laços sociais, possibilitada a partir do uso das tecnologias digitais, surgiu o conceito de comunidade virtual:

Agregados sociais que surgem da rede quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço. (RHEINGOLD, 1996, p. 20).

Internet como esfera pública

De acordo com Schatteman, Spigner e Poluse (2012, p. 6), a internet tem potencial para revigorar o engajamento cívico, que é definido como “o conjunto de atividades pelas quais as pessoas participam da vida política e ao fazê-lo expressam seu compromisso com a comunidade”.

As metas para a participação dos cidadãos, de acordo com os autores, incluem:

Tornar as democracias mais democráticas através da redefinição de estruturas de poder, aumentando a credibilidade e a legitimidade, realizando gestão de conflitos e construção de consenso, buscando o feedback e consultando os cidadãos a fim de promover a prestação de contas e a transparência. (SCHATTEMAN; SPIGNER; POLUSE, 2012, p. 9).

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

A autora (2013, p. 59) afirma que existe uma relação entre os cidadãos participantes online e off-line. A política online, de modo geral, reproduz as mesmas desigualdades na participação política que se dá off-line: “Os grupos que são mais predispostos a usar a internet, porque têm mais dinheiro, tempo e competências cívicas, também são mais propensos a ter um papel ativo em outros domínios políticos”. Assim como as tecnologias de informação e comunicação dão maior acesso às informações, elas também permitem práticas online de participação cidadã, tornando-se, assim, esfera pública virtual.

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

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

Habermas (1962), precursor do conceito de esfera pública, reconhece diferentes formas de esfera pública: esfera pública episódica (bares, cafés, encontros na rua), a esfera pública da presença organizada (reuniões de pais, oficiais em visita ao teatro, shows de rock, reuniões partidos ou conferências de igrejas) e esfera pública abstrata, produzida pelos meios de comunicação (leitores, ouvintes, telespectadores e disseminação natural globalmente).

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

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

Entre estes dois polos há uma interpretação que tem ganhado espaço em recentes publicações acadêmicas, e considera que as novas tecnologias de comunicação modificam apenas alguns aspectos e não a totalidade dos campos sociais tradicionalmente estabelecidos, como o campo da política, por exemplo. Em outras palavras, esta terceira posição comprehende

a esfera pública virtual como um suplemento para a melhoria da educação cívica, como um espaço de discussão e debate.

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

Neste contexto, a esfera pública virtual é vista como um espaço para a conversação cívica:

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

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

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

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

O que importa aqui é como as opiniões são formadas, em vez de como eles se expressam. Tal debate crítico racional também pode ser seguido por modos mais formais de participação política como o voto nas eleições. Em ambos os casos, como um fim em si mesmo ou como um mecanismo para apoiar os outros modos de participação política, a existência da esfera pública é uma condição necessária para a democracia. (POLAT, 2005, p. 448).

Três características da teoria da esfera pública de Habermas (1962) são estendidas a partir do uso da internet: a) Em primeiro lugar, a esfera pública tem que ser igualmente aberta a todos: “Todo mundo tem que ser capaz de ser membro da esfera pública e participar nas de-

liberações de modo que a diversidade de pontos de vista pode ser assegurada. Só desta forma uma prática democrática justa e representativa pode ser sustentada” (POLAT, 2005, p. 449). Em segundo lugar, dentro da esfera pública um acordo racional é alcançado como resultado do debate crítico racional que está livre de juízos de valor: “De maneira ideal, a esfera pública conecta as pessoas entre si, para que possam se engajar no debate crítico racional [...] a esfera pública é uma arena de comunicação em que mutualidade, solidariedade e reciprocidade são promovidas”. Em terceiro lugar, a esfera pública tem que ser independente da intrusão do governo e de interesses comerciais e de poder. Avaliando a internet de acordo com esses critérios sugere que a internet não oferece muito para alargar a esfera pública ou fornecer uma alternativa esfera pública virtual.

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

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

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

Exclusão digital

No contexto de desigualdade de acesso à rede, apontado por Polat (2005), faz-se necessário abordar o conceito de exclusão digital. Para a OCDE, a expressão *digital divide*, ou exclusão digital:

Refere-se à diferença entre os indivíduos, as famílias, as empresas e áreas geográficas em diferentes níveis socioeconômicos no que diz respeito tanto às suas oportuni-

dades de tecnologias de informação de acesso e de comunicação (TIC) e para o uso da internet para uma grande variedade de atividades (OCDE, 2001, p.5).

De acordo com Nam e Sayogo (2012) a exclusão digital ou a disparidade entre acesso, habilidades e uso são obstáculos para o uso político da internet. A exclusão digital levanta preocupações sociais e políticas em razão da utilização de sistemas online de forma desproporcional que beneficiam grupos que já têm uma vantagem no sistema socioeconômico existente. O grau de exclusão digital pré-determina na medida em que as TICs aprimoram a democracia participativa mediada pela internet.

Os autores evidenciam a hipótese de que fatores sociodemográficos influenciam a exclusão participativa. O fosso digital, ou exclusão digital, como um fenômeno de desigualdade, engloba uma variedade de contextos. Não só representa o fosso entre os que têm e os que não têm acesso físico à tecnologia, mas o conceito evoluiu para incluir múltiplas dimensões. São elas: a) o acesso físico ou material: acesso a computadores e igualdade na distribuição de recursos tecnológicos; b) habilidades de acesso ou acesso cognitivo: uso de habilidades digitais, tais como habilidades instrumentais, operacionais, estruturais, estratégicas e informativas: educação ou igualdade cognitiva em capacidades e habilidades; c) acesso institucional ou acesso político: a participação dos cidadãos nas instituições e capacitação dos cidadãos pelas TIC para participar de informação política, comunicação, e no processo de tomada de decisão; igualdade no poder de participação e voz ativa (NAM; SAGOYO, 2012).

A exclusão digital não ocorre apenas no acesso, mas também em nível de habilidades. Além disso, o acesso não é apenas um conceito de capacidade técnica. Modelos estratificados ao longo de hierarquias sociais ou diferenciais em termos de idade, sexo, etnia, educação e renda revelam a distribuição assimétrica no acesso político e institucional aos meios digitais, apontam Nam e Sagoyo (2012).

Norris (2001) categorizou o fosso digital em exclusão global, social e democrática, em termos de contexto. A exclusão global representa a divergência de acesso à Internet entre países industrializados e em desenvolvimento. A exclusão social diz respeito à lacuna entre os que têm acesso à informação e aqueles que não o tem. Em outra dimensão, a exclusão democrática ou participativa destaca uma discrepância entre os que utilizam e os que não utilizam recursos digitais para envolver, mobilizar e participar da vida pública. A exclusão participativa surge principalmente a partir da falta de acesso e de habilidade. Sendo assim, a utilização da Internet para a participação política atinge grupos demográficos desfavorecidos aos que faltam oportunidades de participação política na web.

Para o autor, a exclusão participativa, ou democrática, também está relacionada a fatores políticos atitudinais, como eficácia política, conhecimento político e interesse político e fatores internos ou externos, tais como a capacidade cognitiva, a linguagem, alfabetização, educação e estruturas institucionais (NORRIS, 2011).

Considerações

Por tratar-se de pesquisa ainda em estágio embrionário, espera-se que o aprofundamento das questões aqui abordadas, bem como a aplicação de técnicas metodológicas conjuntas atenda ao objetivo de pesquisa proposto e abordado neste artigo: Identificar relações entre os hábitos de uso de mídia de jovens de 15 a 29 anos e suas atividades de participação política, online e off-line, verificando de que maneira a digitalização dos meios de consumo de conteúdo midiático e as novas ferramentas de participação disponíveis no âmbito online impactam a participação política cidadã.

Referências bibliográficas

BRASIL. SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015:** Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

Comitê gestor da internet. **TIC Governo Eletrônico 2015.** Disponível em: <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_eGOV_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2016.

DAHLGREN, P. The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation. **Political Communication**, 22:147–162, 2005.

DIJK, J. V.; Widening information gaps and policies of prevention. In HACKER, K. L.; DIJK, J. V. **Digital Democracy:** issues of theory and Practice. London: Sage Publications, 2000.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. **Mídia, representação e democracia.** Editora Hucitec, 2010.

FROOMKIN, A. M. Technologies for democracy. In SHANE, P. M. (2004). **Democracy online:** the prospects for political renewal through the internet. New York: Routledge, 2004.

GRAEFF, A. **Eleições 2.0: A internet e as mídias sociais no processo eleitoral.** Publifolha, 2009.

GOMES, W. Esfera pública política e media II. In: RUBIM, A.; BENTZ, I.; PINTO, M. (ed.). **Práticas discursivas na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Unisinos, p. 203-231, 1999.

HABERMAS, J. **The Structural Transformation of the Public Sphere**: An Inquiry into a Category of a Bourgeois Society. Cambridge: MIT Press, 1962.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

MAIA, R. Mídia e vida pública: modo de abordagem. In Maia, R.; CASTRO, M. C. P. S. **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte. Editora UFMG: 2006.

MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C. Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. **Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**, n. 22, 2011.

MARQUES, F. P. J. A.; Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 164-187.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. 2. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

NAM, T.; SAYOGO, D. Online political participation in the 2008 U.S. presidential election: examining the democratic divide. In: HOLZER, M.; MANOHARAN, A. **Active citizen participation in egovernment**: a global perspective. Hershey: Information Science Reference, 2012.

NORRIS, P. **Digital divide**: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. New York: Cambridge University Press, 2001.

OCDE. **Promise and problems of e-Democracy**: challenges of online citizen engagement. Paris, 2003. Disponível em: <<http://www.oecd.org/internet/public-innovation/35176328.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2016.

POLAT, R. K. The Internet and political participation: exploring the explanatory links. **European Journal of Communication** 20: 435, 2005. Disponível em: <<http://ejc.sagepub.com/content/20/4/435>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, H. **La Comunidad Virtual**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1996.

ROGERS, E. M.; MALHOTRA, S. Computers as communication: the rise of digital democracy, In HACKER, K. L.; DIJK, J. V. **Digital democracy**: issues of theory and Practice. London: Sage Publications, 2000.

SASSI, S. The controversies of the Internet and the revitalization of local political life. In HACKER, K. L.; DIJK, J. V. **Digital democracy**: issues of theory and Practice. London: Sage Publications, 2000.

SCHATTEMAN, A., SPIGNER, D. M., POLUSE, G. Citizen participation through municipal websites: A global scorecard. In: HOLZER, M.; MANOHARAN, A. **Active citizen participation in eGovernment**: a global perspective. Hershey: Information Science Reference, 2012.

VACCARI, C. **Digital politics in western democracies**. Baltimore: John Hopkins University Press, 2013.