

Mídia e política: as mudanças proporcionadas pelo advento da Internet

Media and politics: the changes provided since the advent of Internet

Medios de comunicación y la política: los cambios provocados por la llegada de Internet

Eva Márcia Arantes Ostrosky Ribeiro¹

(eva_arantes@hotmail.com)

Tiago Mainieri²

(tiagomaineiri@gmail.com)

Resumo

O artigo analisa a sociedade centrada na mídia e o potencial da comunicação diante do advento da Internet. A força política da comunicação exerce um papel central em um sistema democrático. Desse modo, a sociedade, com suas tensões e idiosincrasias, é sedimentada por meio do exercício de poder midiático. Novos desafios avizinham perspectivas midiáticas que privilegiam a esfera pública e os interesses coletivos.

Palavras-chave: Mídia. Esfera Pública. Internet.

Abstract

This article analyzes the society centered in media and the communication potential regarding changes introduced by Internet. The communication political role is essential element to democratic systems. By the way the society, with its tensions, is sedimented from media exercise power. New challenges bring media perspectives that value public sphere and collective interest.

Keywords: Mediatization. Public Sphere. Internet.

Resumen

Este artículo analiza a la sociedad centrada en los medios y en el potencial de la comunicación antes de la llegada del Internet. La fuerza política de la comunicación ejerce un papel central en un sistema democrático. De ese modo, la sociedad, con sus conflictos e idiosincrasias, están sedimentadas por medio del ejercicio del poder mediático. Nuevos desafíos se avecinan con las perspectivas mediáticas que privilegian la esfera pública y los intereses colectivos.

Palabras clave: Mediatización. Esfera Pública. Internet.

¹ Mestre em Comunicação pela FIC/UFG e bacharel em Comunicação pela mesma universidade. Atualmente é professora da Uniron.

² Pós-Doutorado pela ECO/UFRJ, Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP com doutorado sanduíche (Capes) na University of Florida, Mestre e Graduado pela UFSM, membro do Projeto de Pesquisa “Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia” entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, que integra a ação transversal nº 06/2011 - Casadinho/Procad. Professor do PPGCOM – UFG e Orientador da Dissertação. Pesquisador do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia/UFG.

INTRODUÇÃO

O artigo analisa a sociedade centrada na mídia e as possibilidades comunicacionais diante das transformações proporcionadas pela Internet. O papel político da comunicação é elemento essencial nos sistemas democráticos. É no exercício de poder midiático que se sedimenta nossa sociedade, com suas idiossincrasias e tensões.

Em referência a Rubim (2000), na Idade Mídia a centralidade da comunicação ganha novos contornos. A reflexão aqui apresentada pretende desvelar a força política da mídia no sentido de garantir uma sociedade justa, transparente e democrática. Em contraposição aos jogos de interesse e de poder hegemônicos, há uma perspectiva midiática que privilegia a esfera pública e os interesses coletivos.

A reconfiguração da mídia, diante da potencialização de espaços de interação, ampliam o diálogo e a participação dos indivíduos envolvendo assuntos de interesse público. Nesse sentido, a internet torna-se, ou ao menos oportuniza, um espaço de interlocução plural. A participação do cidadão depende, logicamente, da disposição da sociedade para o debate de assuntos coletivos.

1 MÍDIA E PODER: A SOCIEDADE CENTRADA NA MÍDIA

A relação entre o campo da política e da mídia é assunto de interesse de vários autores e de diferentes áreas do saber. De acordo com Antonio Albino Canelas Rubim (2000), os campos de estudo ligados aos cientistas sociais e políticos tendem a ver a comunicação como subalterna à política. Já para os estudiosos da área de comunicação esse papel torna-se inverso, ou seja, a comunicação torna-se crucial para a política. Nesse sentido, Antonio Rubim ressalta que:

Como todo saber instalado em zonas fronteiriças de conhecimento, a temática sofre intervenções frequentes oriundas das teorias da comunicação e das ciências sociais, em especial dos estudos de política. Tais intervenções, desiguais e discrepantes, produzem complementariedades e, particularmente, um tensionamento que não pode ser esquecido por aqueles que buscam transitar nesse território eminentemente pluridisciplinar. (RUBIM, 2000, p. 13)

Assim, para o autor, esse pensamento de dominação de um campo sobre o outro não deve ser mais aceito, pois é preciso ter uma visão de complementariedade. Quando ocorre uma predominância de um campo sobre o outro, tal fato se dá em momento específico e determinado e, dependendo da situação, existente. Porém, esse conflito entre a comunicação e

a política acontece em situações específicas. Nesse sentido, Rubim aponta que devemos pensar essa relação como complementares, como campos que necessitam interagir entre si e com outros campos, para que, assim, possam se constituir e se efetivar socialmente. Portanto, pensaremos esses dois campos do saber não como opostos, com um se sobrepondo ao outro, mas como complementares e interativos.

Antonio Rubim, para situar a interação entre comunicação e política, enfatiza que “mais precisamente em Atenas, no século 5 a.C., nascem simultaneamente, conforme muitos autores, a reflexão acerca da política, a retórica e a prática política, em um sentido rigoroso” (RUBIM, 2000, p. 18). O autor busca em Hanna Arendt e Norberto Bobbio a relação mais estreita entre a política e a comunicação. Para ele,

Também Hanna Arendt e Norberto Bobbio poderiam ser facilmente evocados para afirmar a “dignidade da política” e a origem grega do entrelaçamento entre política e comunicação, pois a comunicação, nesta circunstância, torna-se momento necessário da resolução política da questão do poder político, não mais adstrito ao regime da violência e ao registro de alguma autoridade inquestionável. (RUBIM, 2000, p. 18/19)

O autor não vai além nessa contextualização histórica entre esses dois campos, porém ressalta que o que quase sempre marcou essa interação entre os campos foi uma relação com característica de instrumentalidade, ou seja, “a comunicação sempre foi percebida e utilizada como mero instrumento do campo político” (RUBIM, 2000, p.19). Porém, Rubim afirma que esse tipo de entendimento e interação entre a comunicação e a política foi superado, de acordo com a própria evolução da sociedade. Essa mudança na sociedade, na verdade, impede um entendimento simplista e instrumental da comunicação na sua relação com a política.

Maria Helena Weber completa esse pensamento apresentado por Rubim mostrando que a comunicação é um campo de fundamental importância para a área da política, independente do regime político vigente. Na visão da autora de *Comunicação e espetáculos da política*, “assim como a comunicação é suporte essencial do Estado democrático, também no Estado autoritário é utilizada como suporte de dominação e coerção simbólica” (WEBER, 2000, p. 17).

Com base no pensamento de Maria Helena Weber, podemos perceber que tanto em regimes ditatoriais ou democráticos a comunicação é extremamente importante para o governo, porém suas características mudam. Em um sistema democrático, a comunicação é

importante para discussão de opiniões e ideias. Já em um regime autoritário, seu papel é de difundir as ideias do regime vigente, a fim de manter um equilíbrio e apoio ao governo.

Venício Lima (2001) faz um paralelo entre o governo militar no Brasil e a história da televisão, especificamente a TV Globo. O autor disserta sobre o papel da Rede Globo durante a vigência do regime militar e mostra como a mesma se fortaleceu e se consolidou durante e após esse período de ditadura no país. Ainda segundo o autor, a Rede Globo se fortalece no país, no período de vigência do governo militar, ao exercer um papel de cúmplice de um regime de autoridade e de censura. Lima ainda ressalta como a Rede Globo teve importância do ponto de vista econômico e político durante a vigência desse regime.

A importância econômica que a emissora teve foi em relação à integração do mercado consumidor. Já a dimensão política estava ligada ao cunho informativo que a Globo apresentou, mostrando um país desenvolvimentista e com mensagens de otimismo e defesa do regime militar. Esse fato foi importante para a hegemonia e sustentação de um regime extremamente autoritário, que buscava passar uma imagem de progresso e ordem. Nas palavras de Venício Lima, “nas telas da Rede Globo nos anos 70, espelho fiel do caráter do regime, não existiam conflitos sociais, repressão ou pobreza” (LIMA, 2001, p. 162). Assim, a TV Globo se consolida como uma forte aliada do regime militar. Com sua conivência, o governo conseguiu criar o conceito de desenvolvimento e de milagre econômico trazido pelo Golpe Militar e enfatizado durante o governo Médici – governo esse que, de acordo com vários estudiosos, foi o mais linha dura da ditadura militar no Brasil.

Ressalta Venício Lima que:

Graças à vigorosa repressão e a uma rígida censura à imprensa, além de uma eficiente campanha de propaganda coordenada pela Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República, não foi difícil para o governo criar um clima de euforia, silenciando a resistência popular ao regime. (LIMA, 2001, p. 159)

Nesse contexto, o autor relata que “servindo ao regime autoritário por meio de distorção, omissão e promoção de informação, a Rede Globo servia a si mesma, trabalhando para consolidar seu ‘virtual monopólio’ e o conglomerado de empresas ao qual pertencia” (LIMA, 2001, p. 169).

É interessante salientar que, com a abertura política, a Rede Globo foi tendo novas atuações, e só divulgou o movimento *Diretas Já* após perceber que seria inevitável o fim do período militar.

Com a abertura política e o fim da ditadura, novos papéis são estabelecidos na relação entre comunicação e política, e como já ressaltado, de acordo com Maria Helena Weber, a comunicação tem diferentes funções em regimes democráticos. Na verdade, segundo a autora, “o conceito de comunicação é intrínseco à democracia, mesmo que este não seja operacionalizado no seu sentido pleno” (WEBER, 2000, p. 15). Sendo assim, podemos perceber que, na democracia, a comunicação está relacionada com busca de opiniões positivas do governo, para permitir a manutenção do poder e novos votos em uma futura eleição.

Ainda para Maria Helena Weber, “o poder de direção do Estado está diretamente associado à sua capacidade de gerar consensos e, nesse sentido, o Estado produziu, no século XX, todos os instrumentos e testou todas as estratégias da comunicação informativas e persuasivas” (WEBER, 2000, p. 15). Por conseguinte, ter visibilidade na mídia é extremamente importante num regime democrático. Para isso, os governos democráticos buscam constantemente estar incluídos nas pautas jornalísticas, de forma positiva, em busca de visibilidade e construção de imagens positivas perante o cidadão.

De acordo com Venício Lima,

Uma das características mais marcantes do início deste novo milênio é a centralidade da mídia na vida humana, seja como fonte de entretenimento, de informação ou como instrumento de trabalho. A convergência tecnológica entre telecomunicações, *mass media* e informática, gestada pela “era digital”, colocou a mídia como elemento fundamental da engrenagem da globalização econômica e cultural e como o setor mais dinâmico da economia internacionalizada, para o qual estão sendo canalizados os grandes investimentos dos conglomerados transnacionais. Mesmo que as transformações radicais de nossa época não atinjam toda a população mundial na mesma velocidade nem produzam consequências uniformes nas sociedades do planeta, é sobretudo a centralidade da mídia que faz com que suas implicações possam ser sentidas no cotidiano das pessoas independentemente de classe, etnia, sexo ou idade. Não surpreende, portanto, que a mídia tenha também se transformado em palco e objeto privilegiado das disputas pelo poder político na contemporaneidade e, conseqüentemente, em fonte primeira das incertezas com relação ao futuro da democracia. (LIMA, 2001, p. 175/176)

Completando essa ideia, Antonio Rubim argumenta que “a globalização, ensejada pela comunicação midiática, caracteriza-se pela cotidiana disponibilização de um fluxo de signos e sentidos provenientes de uma extração global e não apenas de um local contíguo, como anteriormente” (RUBIM, 2000, p. 37). O autor denomina o momento que vivemos de “Idade Mídia”, para quem não basta apenas ser real: deve-se ter visibilidade – e esse fato aplica-se e é buscado constantemente pela política nos dias atuais.

O entendimento de Rubim assemelha-se ao pensamento de John B. Thompson (2008), para quem os meios de comunicação alteraram o sentido de tempo e de distância e, também, profundamente as interações sociais.

Indo mais além, Rubim enfatiza que, nos dias atuais, não basta apenas existir fisicamente; é preciso ter uma existência pública. Isso porque o mero fato de existir fisicamente não assegura o existir social, pois é necessário, socialmente, tornar as coisas comuns, compartilhar, ou seja, a publicizar coisas e ideias. Nesse contexto, aliás, que o autor ressalta que vivemos numa “Idade Mídia”.

De acordo com essa progressão, podemos aproximar o conceito de Antonio Rubim ao de Venício Lima, que enfatiza que a nossa sociedade, nos dias atuais, é uma sociedade centrada na mídia. Rubim, por sua vez, complementa que “a existência publicamente compartilhada passa a ser, ela mesma, composta e problemática, verdadeiro campo de luta de poder.” (RUBIM, 2000, p. 42). Ainda na visão do autor,

A Idade Mídia redimensiona e ressignifica a política em três patamares distintos: na telepolítica, isto é, na política realizada em redes eletrônicas, analógicas ou digitais; no aparecimento de novos ingredientes políticos; e na redefinição dos regimes de funcionamento e dos formatos da política realizada em espaços geográficos determinados – aqui apreendidos pela metáfora da “rua” – pela virtualidade da sua possível absorção em redes midiáticas, retidas na noção metafórica de “tela”. (RUBIM, 2000, p. 50/51)

Enfatizando esse pensamento de Rubim, Maria Helena Weber ressalta que “leitores, telespectadores e ouvintes testemunham os movimentos da política, mas dela não precisam participar diretamente” (WEBER, 2001, p. 20).

Nessa mesma linha de reflexão, Wilson Gomes (2004) enfatiza que a política hoje é uma política em cena, e que essa é uma grande transformação da política na era da comunicação de massa. Por política em cena, é bom que seja dito, entende-se “o conjunto de práticas que constitui a política midiática que se realiza na cena pública política ou a ela se destina. Dito de outro modo, a política midiática é uma política em cena ou para a cena” (GOMES, 2004, p. 141).

Porém, nem tudo na política é colocado em cena ou para a cena; alguns interesses da política se mantêm numa arena fora de cena, ou seja, não são publicizados. Assim, “a política midiática, enfim, é apenas um sistema de habilidades, saberes e conhecimentos da política

destinados à obtenção da atenção e do apoio público. O público é a razão de ser” (GOMES, 2004, p.149).

Complementando essa ideia, Guareschi e Biz ressaltam que o público hoje é o que se torna visível pela mídia e, num sentido oposto, o que não é abordado pela mídia permanece numa arena privada, invisível. Para os autores, “público e privado, devido à onipresença da mídia, mudaram de sentido, passaram a possuir outros estatutos de existência” (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 52).

De acordo com esses posicionamentos, podemos perceber a importância da mídia em um regime democrático e podemos ver como a nossa sociedade atual é “centrada na mídia”. Nas palavras de Wilson Gomes vê-se que

A compreensão, que parece se tornar cada vez mais comum, é que a comunicação midiática, particularmente a comunicação que se processa pelos jornais e pela televisão, foi convertida num lugar privilegiado para a “palavra política”. Que desde as estratégias eleitorais até a arte do governo, desde a atividade dos partidos até a arena política, tudo isso se realiza em um referimento notável com os repertórios de conteúdos, os meios técnicos e os meios institucionais da comunicação de massa. Em tempos de política midiática, a comunicação de massa é decisiva para o ingresso no círculo da representação política (ou, como se diz popularmente, “para se chegar ao poder”) e muito importante para continuar nele (GOMES, 2004, p. 423).

Podemos ressaltar, seguindo o pensamento de Gomes (2004), uma estreita e importante relação e interação, na política em cena, do campo da mídia e da política. A comunicação controla e mantém a esfera da visibilidade pública, e essa visibilidade contempla tudo o que existe ou tem importância para uma sociedade.

O fato é que o campo da política e o campo da mídia devem ser pensados como interdependentes e numa relação de interação e complementaridade, e não de submissão ou instrumentalidade, como alguns autores apontam, salientando que a comunicação é um mero instrumento da política. Na verdade, percebemos que ambos os campos precisam um do outro: a política buscando a visibilidade pública, que a mídia oferece, e a mídia buscando pautas que necessita para cumprir sua agenda diária. Nesse sentido, Gomes resalta a importância da visibilidade pública para a política nos dias atuais:

O universo da comunicação controla alguns dos recursos mais importantes para a política midiática, sendo, por conseguinte, muito forte a sua posição relativa no sistema. Ele controla a esfera da visibilidade pública, a única parte da cena pública que alcança praticamente toda a população de um país. A esfera da visibilidade pública é percebida pela audiência como um conjunto de quadros temporais que incluem tudo aquilo que existe e é relevante na atualidade. Constitui uma espécie de

mundo, de horizonte de realidade, indisponível por imersão corpórea, porém mais importante para a situação do indivíduo na história e para a criação de sociabilidade do que o mundo tangível da nossa experiência cotidiana. (GOMES, 2004, p. 143/144)

Podemos perceber a política nos dias de hoje como uma política que precisa buscar constantemente a visibilidade, tornar-se pública e conhecida para o grande público. Para isso, necessita da imprensa para ser veiculada e, por outro lado, a imprensa necessita da política.

De acordo com Gomes, “há na grande imprensa, portanto, uma tarefa fundamental que consiste na produção de um volume industrialmente predeterminado de informação política relevante e interessante” (GOMES, 2004, p. 145). O fato é que a política e a comunicação são campos que interagem entre si e possuem uma relação de interdependência para alcançar seus objetivos e realizar seus papéis na sociedade atual. Nesse sentido, é bom lembrar que nossa sociedade é hoje, como aponta Lima, “centrada na mídia”. A sociedade, na verdade, passa a ser informada de assuntos políticos pela mídia, sempre sendo mediada pelos meios de comunicação, como foi apontado por John B. Thompson. Porém, é importante perceber que, como grandes oligopólios e empresas de grupos familiares, políticos e também religiosos, a mídia possui seus interesses. Assim, a recepção deve ser crítica e reflexiva, pois as informações passadas nem sempre se preocupam com o cidadão, mas sim, em muitos casos, com interesses particulares dessas grandes empresas que se tornaram as mídias, como, por exemplo, a televisão.

Diante desse cenário, percebemos que os meios de comunicação de massa no Brasil não são isentos de interesses privados, principalmente por pertencerem a grupos de elites familiares ou políticas. Com isso, a maioria das informações advindas dos meios de comunicação de massa não é propícia para se estabelecer uma comunicação que favoreça o debate e a discussão pública e estimule a prática da cidadania.

Nesse contexto, as mídias sociais tornam-se um *locus* para uma comunicação mais dialógica, ou, pelo menos, uma comunicação alternativa. Ou seja, hoje temos outros meios de comunicação para transmitir informações e com interesse menos focado no processo empresarial e de interesses de determinadas elites. Porém, sabemos que o acesso da sociedade a essa mídia ainda é limitado e não tão abrangente como o acesso à televisão.

2 AS TRANSFORMAÇÕES NA ESFERA MIDIÁTICA – INTERNET, CONCEITOS E REFLEXÕES

Iniciamos este tópico com um questionamento que dá nome a uma obra de Pierre Lévy: *O que é o virtual?* Existem diversas respostas e enfoques de diferentes autores para esse questionamento. Alguns defendem a virtualização; e outros manifestam um olhar “apocalíptico” a respeito do aparecimento da Internet. Nossa intenção, na verdade, é trazer uma discussão entre autores com a finalidade de buscar uma reflexão sobre o que é o virtual.

Pierre Lévy (1996) aponta que a formação da palavra virtual origina-se do latim *virtualis*, que, por sua vez, deriva de *virtus*, entendido como força, potência.

Em sua obra *Inteligência coletiva*, Lévy discorre sobre o surgimento da internet, ou do virtual, como assim o define, e diz que este proporciona uma alteração nas relações humanas. O surgimento do virtual, segundo o autor, provoca uma grande mutação no comportamento humano, fazendo com que o homem volte a ser nômade. É importante que fique claro que não se entende nomadismo como na História Antiga. Na verdade, “a virtualização reiventa uma cultura nômade, não por uma volta ao Paleolítico nem às antigas civilizações de pastores, mas fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia” (LEVY, 2010b, p.20/21).

Pierre Lévy entende esse fenômeno de nomadismo proporcionado pelo virtual como um mundo que se move mesmo sem o interesse e a vontade do ser humano. Ou seja, um mundo que se movimenta constantemente e traz consigo novas relações e interações sociais, que não dependem mais só do homem. Em suas palavras:

O espaço do novo nomadismo não é o território geográfico, nem o das instituições ou o dos Estados, mas um espaço invisível de conhecimentos, saberes, potências de pensamento em que brotam e se transformam qualidades do ser, maneiras de constituir sociedade. Não os organogramas do poder, nem as fronteiras das disciplinas, tampouco as estatísticas dos comerciantes, mas o espaço qualitativo, dinâmico, vivo da humanidade em vias de se auto-inventar, produzindo seu mundo. (LÉVY, 2010b, p. 15)

Pierre Lévy aponta como o virtual modifica a forma de viver do homem. Como consequência dessa mudança, o autor entende que o virtual se constitui como um novo espaço antropológico, definido como “Espaço do Saber”. Assim, dentro desse novo espaço proporcionado pelo advento da internet, a relação entre os indivíduos são fundamentadas em relações de saber, de troca de conhecimento, sendo cada indivíduo “reconhecido como uma pessoa inteira, não se vendo bloqueada em seus percursos de aprendizado por programas, pré-

requisitos, classificações a priori ou preconceitos em relação aos saberes nobres ou ignóbeis” (LÉVY, 2010b, p. 28).

Podemos perceber que, nessa conceituação do “espaço do saber”, o autor faz uma crítica aos meios de comunicação de massa anteriores à internet, pois se percebe que, com a internet, o homem pode expressar seus pensamentos e opiniões, sem depender de intermediários, como os veículos massivos tradicionais.

Na verdade, para Pierre Lévy, essa relação de saber e de trocas de conteúdo entre as pessoas, proporcionadas pela internet, faz surgir uma nova forma de inteligência, que ele denomina como inteligência coletiva, isto é, “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 2010b, p. 28). O principal objetivo da inteligência coletiva, nesse sentido, é proporcionar uma troca de conhecimento entre as pessoas e um mútuo enriquecimento dos saberes, e esse fato só é possível com o surgimento da internet.

Podemos entender que Lévy traz em suas reflexões teóricas o entendimento de que a internet enriquece e modifica as relações humanas, proporcionando, com isso, trocas de saberes e conhecimentos que não são mais realizados dentro de um espaço físico estanque e demarcados, mas sim com um alcance desterritorializado.

É importante salientar, porém, que a percepção supracitada é uma visão otimista da internet, por isso é importante ver outras visões desse mesmo processo. A fim de alcançarmos esse outro lado, apoiar-nos-emos também em Baudrillard, para mostrar que alguns autores consideram a internet como um problema e uma negação do real.

Segundo Baudrillard (2005), com o advento da internet, ocorre um desaparecimento dos conteúdos. Para o autor, a

Internet apenas simula um espaço de liberdade e de descoberta. Não oferece, em verdade, mais do que um espaço fragmentado, mas convencional, onde o operador interage com elementos conhecidos, sites estabelecidos, códigos instituídos. Nada existe para além desses parâmetros de busca. Toda pergunta encontra-se atrelada a uma resposta preestabelecida. Encarnamos, ao mesmo tempo, a interrogação automática e a resposta automática da máquina. (Baudrillard, 2005, p.132)

De acordo com esse entendimento, o autor ressalta que tudo que sai da máquina, neste caso, o computador é máquina, é predefinido, e por isso não se pode esperar interações e estabelecimento de diálogos, como propõe Lévy: “não há interatividade com as máquinas

(tampouco entre os homens, de resto, e nisso consiste a ilusão da comunicação). A interface não existe. Sempre há, por trás da aparente inocência da técnica, um interesse de rivalidade e de dominação” (Baudrillard, 2005, p.117). Neste contexto de não interação, o virtual elimina a realidade, instalando um processo de catástrofe. Ao invés de pensarmos o virtual, somos pensados por ele.

Assim, percebemos que os pensamentos de Lévy e Baudrillard a respeito do virtual se encontram em polos opostos. Enquanto Lévy considera que, com a internet, as pessoas estabelecem uma relação de maior reciprocidade e trocas de conhecimentos, derivando daí seu conceito de inteligência coletiva, Baudrillard aponta que o advento do virtual faz desaparecer a realidade e, como consequência, as instâncias de discussão e de reflexão da sociedade.

Ainda na visão de Baudrillard, por mais que, com a internet, haja maiores informações disponíveis, o fato é que essas informações estão atreladas a respostas e perguntas automáticas geradas por uma máquina, o que reforça que a internet não possibilita interação e diálogo.

Diante desses posicionamentos, percebe-se que ambos os teóricos relativizam, para o bem ou para o mal, o surgimento da internet. Nesse sentido, é importante salientar que, apesar das ponderações apocalípticas de Baudrillard, entendemos que a internet modifica a forma de interação entre os homens e, com isso, provoca uma mudança na sociedade.

A escolha em trabalhar essa linha teórica defendida por Pierre Lévy e também discutida por outros autores dá-se também por manifestarmos esse pensamento a respeito da internet. Na verdade, entendemos que os adventos das mídias sociais proporcionam maior interação entre as pessoas, mais do que a interação proposta pelos meios de comunicação tradicionais, como a TV, por exemplo. Porém, mesmo optando por seguir essa linha de pensamento, entendemos que também existem falhas em relação a essas mídias, e apontaremos algumas no decorrer da discussão.

De fato, a internet provoca uma mudança na forma de as pessoas se comunicarem, sobretudo a partir da não existência do papel fixo e predeterminado de emissores e receptores de conteúdo. Com o seu advento, as pessoas se relacionam numa posição no processo de comunicação que as permitem poder, de forma simultânea, emitir e receber informações. Esse ponto, aliás, talvez seja a maior mudança provocada pela virtualidade, algo que retira das

mídias massivas tradicionais, como televisão, rádio e jornal, a primazia de serem únicas transmissoras de informação.

Nessa perspectiva apontada por Lemos e também enfatizada por Lévy (2010), percebemos que a maior mudança proporcionada por essas mídias pós-massivas é a de permitir que qualquer indivíduo, além de ser consumidor, possa também e ao mesmo tempo ser produtor e emissor de informações. Os autores ressaltam que a maior diferença das mídias pós-massivas, em relação às massivas tradicionais, não está apenas no âmbito de como as informações são consumidas, mas sim nas formas de produção e distribuição dos conteúdos. Além disso, salientam que hoje não é exclusividade das empresas de comunicação emitir conteúdo, pois, na verdade, qualquer indivíduo com acesso ao ciberespaço pode fazê-lo.

Aprofundando essas ideias, Mielniczuk e Silveira (2008) apontam que, com o advento da internet, ocorre uma maximização da comunicação plurilateral. Para as autoras,

Partindo desse pressuposto e de uma postura mais ativa do leitor, temos o fim das figuras isoladas do emissor e receptor na rede. Aquele que um dia assumiu o papel de receptor da mensagem também será emissor e vice-versa. No modelo de comunicação em rede não temos posições definidas e isoladas no que diz respeito aos agentes deste processo. Sendo assim, não se pode definir de maneira fechada que sujeito A ou B é emissor ou receptor, porque ambos têm seus papéis misturados e ampliados, A e B são agentes ativos da web. (MIELNICZUK; SILVEIRA, 2008, p. 179)

A questão é que a internet promove uma redefinição no processo comunicativo. Nesse sentido, para André Lemos, “isso retira das mídias de massa o monopólio na formação da opinião pública e da circulação de informação. Surgem novas mediações e novos agentes, criando tensões políticas que atingem o centro da polis em sua dimensão nacional e global” (LEMOS, 2010a, p. 25). Assim, a internet é vista como uma mídia onde as pessoas, e não só os meios de comunicação de massa tradicionais, podem ser geradores e buscar conteúdos dos mais variados assuntos e temas que permeiam a sociedade (e é dessa concepção que partilhamos).

Diante das mudanças proporcionadas com o advento das mídias sociais, torna-se importante ressaltarmos como se define o espaço público diante dessa mídia e como o processo político democrático se relaciona com o virtual. Assim, nos tópicos seguintes ponderaremos sobre essas questões.

Em *Comunicação e Democracia*, Gomes e Maia (2008) fazem um levantamento do conceito de esfera pública proposto por Habermas e refletem sobre como esse conceito se

associa com a política, opinião pública e também com outra teoria buscada por Habermas: o agir comunicativo. Para os autores, a esfera pública, de forma simples, teorizada por Habermas, é um local onde ocorrem discussões de interesse público, com base na argumentação e de onde se origina a opinião pública. Nesse sentido, a esfera pública vista por esse viés “é um sistema de condensação dos fluxos de opiniões em público para delas formar opiniões públicas” (GOMES; MAIA, 2008, p. 87).

A partir desse pensamento, por meio da esfera pública podemos entender que se formam opiniões públicas. Assim, através das discussões ocorridas nesta esfera, obtém-se como resultado final a formação de opiniões de um determinado público. Essa formação de opiniões tem como base o processo argumentativo e racional, num caráter de comunicação face a face. Nesse contexto, aliás, ocorre uma aproximação dos conceitos de esfera pública com o agir comunicativo proposto por Habermas.

Segundo Gomes e Maia (2008), o agir comunicativo está relacionado com o modo como os sujeitos agem para se entender reciprocamente. Assim, através da esfera pública, de acordo com o pensamento habermasiano, é que se dá a formação do agir comunicativo. Diante dessa perspectiva da esfera pública como *locus* para o agir comunicativo, Wilson Gomes e Rousiley Maia ressaltam que

Na verdade, a expressão “esfera pública” parece aplicar-se corretamente apenas ao espaço social (*soziale Raum*) que é criado na e pela ação comunicativa. É o domínio do entre, do inter, do com; é a situação, domínio ou circunstância social de comunicação entre agentes que querem se entender. Por isso mesmo, não tem funções e prescinde de conteúdos. (GOMES; MAIA, 2008, p. 89)

De fato, os autores apresentam uma análise bem diferente da esfera pública apontada por Habermas e já apresentada anteriormente neste trabalho. Entende-se, na verdade, que Wilson Gomes e Rousiley Maia discordam da teoria habermasiana, a qual aponta ser a função da esfera pública a formação da opinião pública, a qual se dá em um espaço de interação face a face, numa relação dialógica e de debate. Esse pensamento dos autores se apoia no que é discutido sobre opinião pública e opinião publicada, principalmente contestando o conceito abordado por Habermas de opinião pública.

Para Habermas, opinião pública é fruto de um debate entre pessoas no âmbito da esfera pública. Já Wilson Gomes e Rousiley Maia (2008) apontam que esse conceito de Habermas deveria se “sofisticar”, a fim de aprimorar o próprio conceito desenvolvido pelo

filósofo no que tange à esfera pública. Nesse sentido, não se deve pensar a formação e publicização da opinião pública sem levar em conta os meios de comunicação de massa e, também no contexto atual, o papel da internet.

A questão é que devemos pensar qual é o papel da esfera pública nos dias atuais com o advento da internet. Como pensar, então, em esfera pública diante do virtual? Dando pistas para essa questão, Gomes e Maia enfatizam que

A rigor, a esfera pública, pouco a pouco, deixa de ser a dimensão social da exposição argumentativa de questões referentes ao bem comum para ser a dimensão social da exibição discursiva midiática de posições privadas que querem valer publicamente e, para isso, precisam de uma concordância plebiscitária do público. (GOMES, 2008, p. 54)

Esse argumento relaciona-se como a questão da opinião pública é abordada. Segundo Gomes e Maia, a opinião pública hoje não é mais a discutida e debatida, como apontava Habermas, em uma esfera pública, mas se tem, na verdade, uma opinião que é publicada pelos meios de comunicação, buscando gerar uma adesão por parte do público. Além disso, “como não é o resultado de um processo de convencimento por demonstração, tampouco precisa ser racional, coerente ou mesmo razoável” (GOMES; MAIA, 2008, p. 54).

Entendemos que os autores colocam que a centralidade da opinião pública não está mais em sua característica de promoção de debates com bases em discussões racionais, mas sim em sua característica de se tornar pública e conhecida por um maior número de pessoas, com o intuito de ser aceita ou discutida. Desse modo, percebe-se a importância dos meios de comunicação para difundir e transmitir essa opinião, levando-a para o conhecimento de um maior número de indivíduos. Na verdade, “ainda que a esfera pública tenha se tornado midiática de forma quase integral, conserva sua capacidade de formar opinião” (GOMES; MAIA, 2008, p. 132).

Na perspectiva de Pierre Lévy e André Lemos, o virtual faz emergir uma nova esfera pública, que é denominada de esfera pública digital. Essa nova esfera pública tem como principal característica não se formar em um ambiente geográfico predefinido. Ela tem, na verdade, um alcance até mesmo mundial, sem restrições territoriais – ou ainda, como apontado por Habermas, não é mais restritamente face a face. Assim, essa esfera pública digital se funda em um espaço descentralizado, sendo sua comunicação caracterizada de muitos para muitos. Nesse sentido,

Em vez de ser enquadrada pelas mídias (jornais, revistas, emissões de rádio ou de televisão), a nova comunicação pública é polarizada por pessoas que fornecem, ao mesmo tempo, os conteúdos, a crítica, a filtragem e se organizam, elas mesmas, em redes de trocas e de colaboração. (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 13)

Seguindo esse pensamento, Rousiley Maia ressalta que “quando o debate público é ampliado, há maiores chances para se alcançar um compartilhamento do saber social para tratar de problemas complexos, que não podem ser resolvidos sem a cooperação coletiva” (MAIA, 2008, p. 191).

Neste sentido, podemos afirmar que o advento da internet possibilita maior participação do cidadão no processo político, não apenas como receptor de mensagens, mais sim, como emissor de informações, em um modelo de comunicação chamado “todos-todos”, como aponta Lévy e Lemos (2010). Além dessa característica, a internet proporciona também maior visibilidade dos assuntos no campo da política, assim como aponta Gomes e Maia (2008).

O fato é que a internet proporciona uma troca entre as pessoas, possibilitando que os atores sociais possam não só receber uma determinada opinião, mas, ainda, emitir a sua opinião sobre um determinado assunto, não precisando, como nos meios de comunicação de massa tradicionais, passar por intermediadores.

Conclui-se assim, que com o advento da internet, o sentido da esfera pública se amplia e, desse modo, os assuntos mais complexos, como os situados no campo da política, passam a ser discutidos e ganham maior visibilidade na sociedade midiaticizada.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. *Tela total: mito-ironias do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. *Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

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

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. *Comunicação e democracia: problemas & perspectiva*. São Paulo: Paulus, 2008.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia*. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André. **Os sentidos da tecnologia:** cibercultura e ciberdemocracia. In: LEMOS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia*. São Paulo: Paulus, 2010.

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

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva:* por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2010.

LIMA, Venício A. de. *Mídia:* teoria e política. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MIELNICZUK, Luciana; SILVEIRA, Stefanie Carlan da. Interação mediada por computador e jornalismo participativo nas redes digitais. In: PRIMO, Alex et al. (org). *Comunicações e interações*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade:* uma teoria social da mídia. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2000.