



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO”

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA PERSONALIZAÇÃO POLÍTICA
DOS ACADÊMICOS DE JORNALISMO**

ARIANE ESTEVES AMARO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da
UNESP – Campus de Bauru como requisito para
graduação no curso de Comunicação Social – Jornalismo

Bauru

2014



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA PERSONALIZAÇÃO POLÍTICA DOS ACADÊMICOS DE JORNALISMO

ARIANE ESTEVES AMARO

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Célia Maria Retz Godoy dos Santos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da
UNESP – Campus de Bauru como requisito para
graduação no curso de Comunicação Social – Jornalismo

Bauru

2014

Dedico este trabalho aos meus pais, Antonio e Maria Alice, e às minhas irmãs, Amanda e Alessandra, que estiveram comigo ao longo de toda a graduação, apoiando-me e dando-me força para continuar perseguindo o meu sonho de concluir mais esta etapa da minha vida.

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, a Deus e a meus guias espirituais por me acompanharem ao longo de toda a minha vida, abençoando-me e ajudando-me a alcançar todos os meus sonhos, o que possibilitou a conquista dessa realização pessoal e profissional.

Aos meus pais, Antonio e Maria Alice, e às minhas irmãs, Amanda e Alessandra, que estiveram comigo nessa e em muitas outras caminhadas da minha vida, dando-me forças para sempre seguir em frente, cercada de amor, carinho e companheirismo.

Aos amigos Rosa e Edu por todo o apoio nas fases mais difíceis e também nas conquistas mais alegres. Espero que possam estar sempre comigo, ajudando-me a trilhar sempre o melhor caminho.

A todos os professores da Unesp de Bauru, que me acompanharam ao longo da graduação, colaborando para a minha formação pessoal e profissional e, em especial, à minha orientadora Prof.^a Dr.^a Célia Maria Retz Godoy dos Santos por ter-me acompanhado desde o primeiro ano de faculdade, ensinando-me com muita paciência e dedicação e apoiando-me em todos os momentos.

Às amigas-irmãs que estiveram comigo ao longo desses quatro anos de faculdade por todo o apoio, carinho e dedicação: Daniele Seridório, Jessica Móbio, Camila Mello, Lígia Ferreira, Juliana Cavalcante e Laís Semis. Espero que continuemos juntas para toda a vida. Às amigas que a profissão me trouxe e que se tornaram conselheiras e mentoras, Eleide Bérnago, Janice Sato e Daniela Karasawa.

À Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação por todo o apoio que me foi dado e à Universidade de Sevilha por ter-me recebido de portas abertas para realização de parte da minha pesquisa.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo pela concessão de bolsa para a realização de três anos e meio de iniciação científica, que resultaram neste trabalho de conclusão de curso.

Muito obrigada!

*“Se eu pudesse trincar a terra toda
E sentir-lhe um paladar,
E se a terra fosse uma cousa para trincar
Seria mais feliz um momento...
Mas eu nem sempre quero ser feliz.
É preciso ser de vez em quando infeliz
Para se poder ser natural...
Nem tudo é dias de sol,
E a chuva, quando falta muito, pede-se,
Por isso tomo a infelicidade com a felicidade
Naturalmente, como quem não estranha
Que haja montanhas e planícies
E que haja rochedos e erva...”*

*O que é preciso é ser-se natural e calmo
Na felicidade ou na infelicidade,
Sentir como quem olha,
pensar como quem anda,
E quando se vai morrer, lembrar-se de que o dia morre,
E que o poente é belo e é bela a noite que fica...
Assim é e assim seja...”*

(Alberto Caeiro)

Sumário

RESUMO:.....	4
SUMMARY:.....	5
1. INTRODUÇÃO	6
2. AS MÍDIAS DIGITAIS E A SOCIEDADE EM REDE: APORTES PARA A COMPREENSÃO DA ANÁLISE.....	10
2.1. Internet	12
2.2. As Redes Sociais	15
2.3. A Participação Política	18
2.3.1. As mobilizações sociais a partir da Internet.....	20
3. O ESTUDO COMPARATIVO FACE AOS CONCEITOS PROPOSTOS	23
3.1. O Cenário Espanhol das Tecnologias Digitais.....	23
3.1.1. O Info XXI e a Internet: comparação entre Brasil e Espanha	23
3.1.2. Uso das tecnologias na Espanha	24
3.1.3. Sevilha e o acesso à Internet	26
3.2. O Cenário Brasileiro	26
3.3. Análise comparativa dos dados encontrados: a metodologia e resultados.....	28
3.3.1. O uso da Internet pelos discentes de Jornalismo	29
3.3.2. Participação política	35
3.3.2.1. O caso espanhol.....	35
3.3.2.2. O caso brasileiro	39
3.3.3. Voto e eleições	41
3.3.4. O sistema político	44
3.3.4.1. A Espanha	44
3.3.4.2. O Brasil	48
3.3.5. Democracia.....	50
3.3.5.1. A democracia espanhola.....	51
3.3.5.2. O cenário brasileiro e a democracia	55
3.3.6. A participação política na Internet.....	56
3.3.6.1. As campanhas políticas <i>on-line</i> : caso espanhol	56
3.3.6.2. As campanhas políticas <i>on-line</i> : caso brasileiro	60
3.3.7. As mobilizações a partir da Internet	62

3.3.7.1. A Espanha	62
3.3.7.2. O Brasil e as mobilizações via Internet	64
4 – UMA EXPERIÊNCIA VOLTADA À REFLEXÃO	68
4.1. Da Liberdade à Igualdade	68
4.2. O “Novo Jornalismo” e as Mídias Interativas.....	71
4.3. A Internet como Facilitadora da Participação Política	73
5. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	77
6. REFERÊNCIAS.....	79

Índice de Figuras

Figura 1: Investimentos em Tecnologia da Informação em 2010	25
Figura 2: Porcentual de residências com computador e acesso à Internet.....	28
Figura 3: Meios de informação dos discentes Espanhóis	30
Figura 4: Meios de informações dos discentes Brasileiros.....	31
Figura 5: Intensidade de consumo de informação <i>on-line</i> na Espanha	32
Figura 6: Uso do conteúdo <i>on-line</i> por estudantes espanhóis	34
Figura 7: O voto na Espanha	42
Figura 8: Justificativa para não ter votado.....	42
Figura 9: O voto no Brasil	43
Figura 10: Como estudantes espanhóis escolhem os candidatos.....	46
Figura 11: Como os discentes brasileiros escolhem os candidatos	50
Figura 12: Satisfação com a democracia espanhola	52

RESUMO:

Este relato tem como objetivo apresentar a pesquisa realizada com estudantes de Jornalismo da Unesp (Brasil) e da Universidade de Sevilha (Espanha) a qual levantou dados para avaliar a percepção da influência da mídia nas decisões políticas deste segmento. A partir de pesquisa empírica – qualitativa e quantitativa – observou-se, como resultado, que as mídias digitais ainda estão conquistando espaço nas campanhas políticas e a efetividade das ações organizadas através do universo *on line* ainda estão começando a ser comprovadas, sob a ótica dos discentes. Além disso, foi possível perceber a criticidade que é desenvolvida dentro das universidades, promovendo estudantes aptos a analisar o contexto em que estão inseridos.

Palavras chave: Participação política; Jornalismo, Mídias Sociais, Mídias Digitais.

SUMMARY:

This paper aims to present a survey of Journalism students from UNESP (Brazil) and from the University of Seville (Spain) which gathered data to assess the perception of the influence of the media on political decisions in this segment. Through empirical research - qualitative and quantitative – was observed, as a result, that digital media is still gaining ground in political campaigns and the effectiveness of actions organized through on line universe which are beginning to be proven, from the perspective of students. Furthermore, it was possible to realize the criticality that is developed within universities making students able to analyze the context in which they are in.

Key-words: Political Participation; Journalism; Social Media; Digital Media.

1. INTRODUÇÃO

Nas sociedades contemporâneas, os indivíduos têm enfrentado transformações no que se refere à esfera pública e à privada, especialmente nos aspectos políticos, estimulados pelos meios de comunicação, que adquirem um papel crescente nesse processo. As informações a que o receptor é exposto são cada vez mais manuseadas por essa mídia que exerce grande influência sobre seus espectadores. Considerando que, cada vez mais, vive-se em uma sociedade em rede, na qual as mídias interativas, a Internet e a convergência midiática estão cada vez mais presentes, não só em questões cotidianas, mas, principalmente, em disputas políticas, nesse sentido, o presente trabalho busca estudar esse cenário, ainda em desenvolvimento, para avaliar como ele se configura na percepção dos discentes de Comunicação, consumidores dessas mídias e futuros formadores de opinião que farão uso desse espaço para promover ideias e notícias.

Em nível de evolução tecnológica e conseqüente uso desse espaço para consumo de informação, provou-se necessário, a fim de compreender as diferenças e semelhanças de como esse fenômeno das novas tecnologias se comporta, nos vários contextos sociais, traçar uma análise comparativa. Dessa forma, a pesquisa alcança âmbito internacional, de modo que cada elemento alvo desse estudo foi avaliado não só no Brasil, como na Espanha, e as análises buscam entender de que forma essas manifestações midiáticas são percebidas por esses discentes e como elas contribuem para a formação da opinião pública, principalmente em seu caráter político.

Este trabalho de conclusão de curso é fruto de três anos de pesquisa de iniciação científica, financiada pela Fundação do Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – Fapesp. Aqui se apresenta um apanhado dos principais conceitos estudados ao longo desses anos bem como uma análise comparativa com os resultados obtidos a partir de pesquisa realizada no Brasil e na Espanha, avaliando as variáveis estudadas. Apontam-se, ainda, para possíveis interfaces entre a situação social e política de um local, a informação veiculada pela mídia e a formação de opiniões, como sendo uma relação indissociável.

O sistema de tecnologias de comunicação e informação multimídia – devido às suas características de rapidez, versatilidade, integração e extensão - é capaz de juntar todas as formas de expressão, gerando impactos reais a partir da mobilização, elocução e colaboração nas mais distintas esferas sociais, políticas e culturais. Percebe-se, então,

a inserção de um momento histórico, no qual se amplia a possibilidade da democratização mediante um conjunto fluido de técnicas heterogêneas, extremamente versátil, acessível a uma grande parcela da população global.

Pode-se dizer que esta pesquisa foi desenvolvida em ondas, ou seja, inicialmente com leituras pontuais, depois utilizando como instigação para a análise alguns materiais das eleições de 2010, quando, pela primeira vez, o Brasil empregou técnicas das mídias interativas para a construção de campanhas eleitorais na disputa presidencial que elegeu a atual presidente Dilma Rousseff. Em 2011, ocorreram as primeiras manifestações *on-line* que resultaram em mobilizações *off-line*, como a Marcha da Maconha e o Churrascão da Diversidade, culminando, em 2013, com a série de manifestações ao redor do Brasil, com foco em São Paulo, pela baixa do aumento das tarifas do transporte público, organizadas em redes sociais e que se concretizaram em passeatas e protestos nas principais vias das grandes cidades do país.

Esse cenário não é exclusivo do Brasil; a Espanha, que vive a maior crise democrática de sua História, vivencia diariamente manifestações e movimentos gerados a partir das redes sociais, os quais também terminam em protestos e passeatas com milhares de pessoas nas ruas.

A partir dessas breves constatações, é possível perceber que as mídias interativas têm ganhado grande relevância, mas ainda não se sabe ao certo qual o real impacto dessa tecnologia no cenário midiático e na formação da opinião individual e coletiva. É neste sentido que relatamos esse estudo, o qual inclui, além dos dados encontrados com as pesquisas de campo realizadas, as reflexões de autores como Pierre Lévy e Manuel Castells. Mais adiante, fazemos um paralelo entre o cenário político espanhol, quando comparado ao brasileiro, observando as diferentes circunstâncias históricas e atuais, o panorama midiático e a forma como os jovens analisados percebem essa situação. Assim, será possível compreender como as mídias digitais têm evoluído, em termos de posicionamento e relevância para o universo analisado, e também entender sua importância perante as mídias convencionais.

Temos como objetivo deste estudo refletir como e quanto as redes de comunicação e informações - ativadas por tecnologias digitais e baseadas em microeletrônica - podem alterar ou influenciar a participação e o repertório político dos estudantes de jornalismo. Nesse sentido, pretende-se: analisar a influência do *mass media* na opinião de estudantes de Comunicação no período eleitoral, a fim de demonstrar que as mudanças nesse ambiente fornecidas pelo sistema midiático

constituem um instrumento fundamental para que os atores políticos encontrem o posicionamento adequado para influenciar o cidadão; analisar de que forma as inserções eleitorais na mídia impactam no repertório político dos discentes de Comunicação da Unesp, São Paulo, Brasil e da Universidade de Sevilha, Sevilha, Espanha, especialmente no que se refere ao entendimento sobre o sistema político vigente, suas articulações ou participações no processo político eleitoral e a maneira como ocorre a recepção dessas informações e quanto são absorvidas e aproveitadas para a indicação de tendências políticas, além de compreender como a construção e a utilização de uma “cultura de rede” pelos estudantes podem dar suporte para o fortalecimento das relações políticas *off-line*.

Para alcançar os resultados obtidos com essa pesquisa, utilizou-se da metodologia de triangulação de dados entre investigações qualitativas, quantitativas, observações empíricas e bibliografia. Foi realizado um estudo de caso comparativo, investigando um fenômeno contemporâneo num contexto da vida real e analisando variáveis que impactam determinando grupo social em dois países.

Em 2011, realizou-se pesquisa quantitativa com os discentes matriculados no curso de Comunicação Social em Jornalismo da Unesp de Bauru e, em 2012, em continuidade a esse levantamento – a fim de ganhar profundidade e robustez na análise – executou-se uma pesquisa qualitativa, via Grupo Focal, junto a esse mesmo segmento de público. E, no intuito de conseguir validar os dados em planos diferenciados contribuindo para a construção de uma visão mais integrada, mais bem elaborada e abrangente sobre o assunto, a mesma metodologia foi aplicada na Espanha, no final de 2012, também com discentes de Comunicação Social em Jornalismo, configurando-o num estudo comparativo.

No primeiro capítulo, “As mídias digitais e a sociedade em rede”, são apresentados aportes teóricos que fundamentaram esse estudo, fazendo uso, principalmente, da obra “A Sociedade em Rede” (1999), de Manuel Castells, para entender a importância do universo *on line* e como ele se relaciona com o cotidiano de uma maneira mais aprofundada do que se é possível perceber. Discutem-se, ainda, autores com Lévy e Jenkins, e também a contemporânea Recuero para embasar a estrutura de como a pesquisa foi desenvolvida, e seus objetivos, justificados.

No segundo capítulo, são apresentados os resultados obtidos com a pesquisa de campo, que comprovam as hipóteses levantadas de que as mídias digitais têm ganhado cada vez mais relevância, mas ainda se estão constituindo e consolidando perante o

público. É possível, ainda, observar como a Universidade forma indivíduos críticos, capazes de analisar o universo midiático que os circunda.

No terceiro e último capítulo, são apresentados argumentos obtidos através de uma discussão realizada com especialistas nas áreas envolvidas nesse estudo com o intuito de validar os resultados obtidos na pesquisa empírica a partir de um viés científico mais aprofundado.

2. AS MÍDIAS DIGITAIS E A SOCIEDADE EM REDE: APORTES PARA A COMPREENSÃO DA ANÁLISE

Entendendo que a comunicação deve ter como objetivo principal a ampliação do poder da sociedade civil, promovendo a capacidade de resposta crítica e ampliando a participação de todos no manejo de informações comprometidas com a verdade, verifica-se que as mídias interativas e, especialmente, as redes sociais via Web trazem um “alargamento de contextos”, o qual, segundo Milton Santos (1996), é um fenômeno que amplia as características fluidas da sociedade e aumenta o número de trocas e interações em nível global, permitindo maiores, múltiplas e complexas conexões.

Diferentemente do uso da arquitetura da globalização voltada para o mercado global, cuja apropriação dos meios técnicos prioriza os lucros e o crescimento econômico, fomentando a desigualdade humana, ou seja, a denominada “globalização perversa” até então inacessível e elitizada, surge a globalização por meio das redes sociais no ciberespaço como uma forma de comunidade, que amplia a participação social de todos. Com uma aparente degradação ou falta de conteúdos - citada por alguns teóricos - as redes na Web não se configuram como uma grande revolução de convivência, mas, sim, como uma extensão da sociabilidade humana. Enquanto uns buscam notícias, outros falam sobre si mesmos, entretêm-se, produzem novas narrativas e divulgam conteúdos diversos, incluindo vozes e setores mais marginalizados da sociedade. Mais do que promover novas relações, reforçam as já existentes nos meios de comunicação.

Por isso, esse movimento que acontece no ciberespaço traz consigo um potencial de contato humano sem precedentes, gerando um processo de engenharia social espontâneo, visto que o metabolismo da vida social na Web, cada vez mais ampliado, passa a modificar fortemente a vida fora da Web. Daí as configurações das redes sociais digitais estarem na mira tanto da comunicação, como do mercado e da política:

Es posible pensar diversos tipos de redes sociales por grupos y especialistas, pero las redes sociales en el ciberespacio en principio son configuraciones individualistas, egoístas, hedonistas. La política pública tradicional tiene un reto con este nuevo frente de trabajo. La cultura política tradicional está acostumbrada a tener el control, a manipular desde su punto de vista, a tener los elementos de dominio ecológico, a negociar con los escépticos o adversos a través de regalos o concesiones. El habitante del ciberespacio se encuentra con grados de libertad a los que la política tradicional no está acostumbrada (...) Quizás el escenario más extremo es el de que existe una nueva política en movimiento que puede desarrollarse desde este nuevo frente, y terminará diluyendo a la anterior. La política cultural tradicional está por completo ajena a la cultura emergente del ciberespacio y los servicios de redes sociales del tipo Facebook© (CÁCERES, 2011, p186-187).¹

Esse contato potencial humano referido acima é também defendido por Castells (1999), que acredita que a sociedade se estabelece em redes que constituem uma nova morfologia social, a qual se caracteriza pela diminuição da distância entre os fluxos e demandas. Nesse novo cenário, as distâncias física, social, econômica, política e cultural são quase inexistentes se pensarmos que todos estão conectados. No entanto, é preciso considerar o *gap* entre aqueles que ainda não têm acesso a essa rede - assunto que vai ser discutido mais adiante, neste capítulo. Essa nova estrutura atua como facilitadora do processo comunicacional, considerando que, agora, todos podem manifestar suas opiniões através da arquitetura dessas redes viabilizadas pelas tecnologias da informação, que operam à velocidade da luz.

Seguindo esse raciocínio, é possível entender a importância da Internet na constituição das sociedades do século XXI. Assim sendo, é preciso entender como cada nó adicionado a essa rede e cada nova tecnologia que surge são absorvidos e interpretados pelas partes que compõem o sistema:

¹ Tradução: É possível pensar diferentes tipos de redes sociais e grupos de especialistas, mas a rede social no ciberespaço são configurações individualistas, egoístas, hedonistas. O desafio para a política pública tradicional é com esta nova face de trabalho. A cultura política tradicional está acostumada a estar no controle, para manipular a partir de seu ponto de vista, para ter domínio dos elementos ecológicos, negociar com céticos adversos ou através de presentes ou concessões. O habitante do ciberespaço possui graus de liberdade que a política tradicional não está acostumada (...). Talvez o cenário mais extremo é que há uma nova política em movimento que pode se desenvolver a partir desta nova frente, e acabam diluindo ao descrito acima. A política cultural tradicional é completamente estranha à cultura pop ciberespaço e serviços de redes sociais como o Facebook©.

Os processos de transformação social sintetizados no tipo ideal de sociedade em rede ultrapassam a esfera de relações sociais e técnicas de produção: afetam a cultura e o poder de forma profunda. As expressões culturais são retiradas da história e da geografia e tornam-se predominantemente mediadas pelas redes de comunicação eletrônica que interagem com o público e por meio dele em uma diversidade de códigos e valores, por fim incluídos em um hipertexto audiovisual digitalizado. (...) Não que toda política possa ser reduzida a efeitos de mídia ou que valores e interesses sejam indiferentes para os resultados políticos. Mas sejam quais forem os atores políticos e suas preferências, eles existem no jogo do poder praticados através da mídia e por ela, nos vários e cada vez mais diversos sistemas de mídia que incluem as redes de comunicação mediada por computadores. O fato de a política precisar ser modelada na linguagem da mídia eletrônica tem consequências mais profundas sobre as características, organização e objetivos dos processos, atores e instituições políticas. (Castells, 1999, p.572)

2.1. Internet

A Internet tem suas origens por volta de 1969, a partir do desenvolvimento de uma rede de computadores denominada ARPANET, criada por um dos departamentos da *Advanced Research Projects Agency* (ARPA), pertencente à defesa dos Estados Unidos. Naquela época, em plena Guerra Fria, as pesquisas eram motivadas pelo desejo de ser superior à União Soviética, na constante competitividade dos dois países pelo domínio da melhor tecnologia.

Surgiu em 1991, como conhecemos hoje, fruto da criação do cientista Tim Berners-Lee. As pressões comerciais, o crescimento das redes de empresas privadas e cooperativas sem fins lucrativos levaram à completa privatização da rede. Segundo Castells (1999), uma vez privatizada, a internet já não contava com nenhuma autoridade supervisora, e várias instituições e mecanismos improvisados assumiram controle por alguma parte da estruturação dos processos. No entanto, ainda no começo da década de 90, a capacidade de transmissão de dados era muito limitada, e transmitir informações ainda era algo complicado. O grande salto tecnológico aconteceu com a criação da teia mundial, conhecida como WWW, que tinha como objetivo organizar os *sites* da Internet por informação e não por localização. Isso ofereceu aos usuários um sistema mais fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas. Com o tempo, foram surgindo novos navegadores e mecanismos de busca, e o mundo inteiro abraçou essa nova tecnologia, criando uma verdadeira rede mundial.

Ao longo dos anos, a rede de troca de informações consolidou-se especialmente por diferenciar-se das mídias tradicionais, uma vez que torna seus usuários emissores e

receptores da informação, simultaneamente. Lévy acredita que esse fenômeno não é tão recente assim e resulta da herança dos princípios iluministas:

Em contraste com a ideia pós-moderna do declínio das ideias das luzes, defendo que a cibercultura pode ser considerada como herdeira legítima (ainda que longínqua) do projeto progressista dos filósofos do século XVIII. (...) Na era das mídias eletrônicas, a igualdade é realizada enquanto possibilidade para que cada um emita para todos; a liberdade é objetivada por meio de programas de codificação e do acesso trans-fronteiriço a diversas comunidades virtuais; a fraternidade, enfim, transparece na interconexão mundial (LÉVY, 1999, p. 245).

Nesse sentido, a internet permite a descentralização dos meios de comunicação de massa e inclui a tecnologia no processo de fortalecimento da democracia, uma vez que pode ser considerada como o meio de comunicação mais livre que existe, justamente porque possibilita essa atuação do espectador como emissor e receptor ao mesmo tempo (CASTELLS, 2003).

A revolução das tecnologias de informação caracteriza o novo paradigma da sociedade em rede e, como não poderia ser diferente, atua de maneiras distintas em cada civilização, dependendo da cultura e do amadurecimento social da sociedade. Por isso, a ideia de analisar, também em outro país, o efeito que as redes sociais na Internet exercem nos discentes de Comunicação Social:

A primeira característica do novo paradigma é que a informação é a sua matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores. O segundo aspecto refere-se à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados (embora, com certeza, não determinados), pelo novo meio tecnológico. (Castells, 1999, p.108)

Para Benkler (2006), nos países autoritários, a Internet tem pressionado regimes de controle, que buscam controlar a atuação dos indivíduos na esfera virtual, da mesma maneira como interferem em outros processos da sociedade. No entanto, a Internet permite que o indivíduo quebre a visão de uma esfera pública previamente estabelecida, que separava a ideia de sociedade e mídia, uma vez que se vê atuante no cenário virtual. Ela possibilita que esses indivíduos tracem caminhos independentes para que se sintam capazes de se engajarem em discussões públicas.

Lévy acredita que essa mediação digital remodela atividades cognitivas, que abrangem o campo da linguagem, sensibilidade, conhecimento e comunicação inventiva. “A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados

por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais” (LÉVY, 1998, p.17).

Para o autor, a Internet deve ser vista como uma rede organizada por infinitos conjuntos de redes, que, por sua vez, seriam compostas por pessoas e informações. Esse arranjo forma um novo tipo de cultura que ele chama de “ciberespaço” ou “cibercultura”. Esse conceito se refere ao meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo abrange não só a estrutura do material da comunicação digital, mas também o universo de informação que o compõe, bem como os indivíduos que navegam na rede virtual. A cibercultura que ele menciona é o conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolvem concomitantemente ao desenvolvimento do ciberespaço (LÉVY, 1999 apud SIMÕES, 2009).

Nessa linha de pensamento, Castells aponta para a existência de uma cultura de virtualidade real, que se dá a partir da integração das novas tecnologias com a comunicação eletrônica, a eliminação de uma audiência de massa e o surgimento das redes interativas:

Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre emissor e receptor. (Castells, 1999, p.424)

Para o autor, as novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Ele defende a ideia de que usuários e criadores podem tornar-se um só e, nesse contexto, há, por conseguinte, uma relação intrínseca entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (a forma produtiva).

Desse modo, o presente trabalho busca refletir sobre as visões propostas por ambos os autores para que, a partir de suas teorias, seja possível analisar a influência desse meio, suas complexidades e composição na vida política dos estudantes de comunicação.

2.2. As Redes Sociais

Para dar continuidade à linha de raciocínio, é importante compreender o principal alvo deste estudo: as redes sociais. Nesse primeiro momento, será feita uma análise de sua configuração no cenário da sociedade em rede para que, no próximo capítulo, as variáveis dessa pesquisa possam ser enquadradas nesse contexto.

O crescimento das denominadas redes sociais é evidente no cenário comunicacional mundial. Seu ambiente possibilita a participação ativa e irrestrita da população em quaisquer assuntos, de modo que ela adquira voz ativa em qualquer aspecto pertinente ao ambiente social em que está inserida.

Segundo Recuero (2012), uma rede social pode ser definida como a articulação entre dois elementos principais: atores e suas conexões. Para ela, os atores são constituídos por pessoas, instituições ou grupos, e as conexões são compostas por interações ou laços sociais. Afirma, ainda, que a rede é uma metáfora para a observação de padrões de conexão estabelecidos entre diferentes atores de um grupo social:

As redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações, que constroem os grupos sociais. Nessas ferramentas, essas redes são modificadas, transformadas pela mediação das tecnologias e, principalmente, pela apropriação delas para a comunicação. (RECUERO, 2012, p.16)

As redes sociais que se encontram *on-line*, como Orkut, Facebook®, YouTube® e Twitter®, podem ser consideradas exemplos do potencial de criações de ações coletivas e debates, o que pode vir a resultar na concepção de uma esfera pública e, até mesmo, na forma como se faz política. Isso porque essas ações e debates gerados a partir dessas redes sociais permitem a expansão do alcance da interação, sem intermediários (ALVES, 2011):

Diferentemente do mundo dominado pelos mass media, as redes permitem o surgimento de criações e plataformas que disputam as atenções das pessoas privadas reunidas em público. Indivíduos e coletivos podem tentar, a qualquer momento, obter mais atenção do que as grandes corporações, sem ter que passar por elas. Esse é um fato que altera a qualidade da comunicação. Sua recusa pode dificultar análises que possam ser confirmadas empiricamente (SILVEIRA, 2009, p.83).

Castells (1999) acredita que essas redes sociais são também comunidades, porém não comunidades físicas e, por conseguinte, não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação destas. Ao mesmo tempo, não as considera irreais, acredita que elas se constituem em outro plano da realidade. Para ele, as redes sociais, interpessoais

são baseadas, em sua maioria, em laços fracos, diversificadas e especializadas, apesar de serem capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio de uma dinâmica da interação. Defende que essas redes não são imitações de outras formas de vida, mas, sim, possuem sua dinâmica própria. Esses vínculos cibernéticos oferecem a oportunidade de vínculos sociais que possibilitam que indivíduos, antes passíveis de viverem vidas sociais mais limitadas, formem vínculos sociais mais dispersos:

As redes sociais proporcionam ao usuário um ambiente interativo e o instiga a se expressar. Muitas vezes o mesmo indivíduo tímido do mundo real, torna-se um líder no plano virtual. Aquilo que não agrada e não tem possibilidade de expor no mundo físico é exposto no digital, como por exemplo: Discussões, debates, desejos, elogios e críticas, tornam-se mais atraentes por meio das redes. É mais fácil entender o comportamento do usuário pela rede social que participa do que por meio de uma entrevista tradicional (COSTA; PINHEIRO, 2011, p.5).

Essa capacidade de criar vínculos sociais e estimular a participação das redes sociais é o fator que as torna relevantes a esse estudo. Isso porque as conversas provenientes de redes como *Facebook*®, *Orkut*® e *Twitter*® são capazes de fornecer informações sobre sentimentos coletivos, tendências, interesses e intenções de um grande grupo de pessoas. Segundo Recuero (2012), são essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações, criando mitos da rede, por exemplo. Hoje, sabe-se da capacidade de se organizarem protestos, criticar e acompanhar ações políticas através das redes sociais e tal fato vem modificando consideravelmente o cenário político mundial.

Nesse sentido, tem-se o computador como uma ferramenta social usada, principalmente, para fins conversacionais. A partir desse ponto, passa a ser importante estudar a nova linguagem que surge desse contexto, denominada como Comunicação Mediada por Computador (CMC), uma vez que sua compreensão é essencial para analisar a sociabilidade na contemporaneidade. A linguagem oral e escrita através da Internet passa a ser objeto de estudo dentro das redes sociais, e o computador passa a ser encarado como um facilitador da interação de pessoas que se encontram em diferentes espaços, estreitando relações e criando vínculos mais fracos que reforçam o contexto da sociedade em rede:

Ela é composta por diálogos coletivos, cujos participantes constituem-se em indivíduos de uma audiência invisível, forjada pelas conexões e pela visibilidade nas redes sociais. A escolha entre participar ou não é o que torna uma interação buscável, parte do todo, passível de ser compreendida, respondida e lida pelos demais participantes. Não é uma conversação fechada, onde o contexto já está estabelecido (RECUERO, 2012, p.217).

Essa linguagem que forma os diálogos presentes nas redes sociais compõem públicos com características próprias diferenciadas. Cada diálogo em rede é persistente, ao contrário da comunicação oral que pode ser considerada efêmera; ou seja, através de atributos tecnológicos, é possível gravar uma fala ou conversa e replicá-la, aumentando o seu alcance; isso proporciona a capacidade de mobilização tão elevada das redes sociais. Além disso, acrescenta-se a persistência desses diálogos no espaço público, uma vez que as capacidades físicas de comunicação de cada indivíduo são ampliadas através dos elementos *on-line*. Outra característica é a replicabilidade do conteúdo que, novamente, é facilitador das mobilizações de pessoas em rede. Por último, as redes sociais constroem audiências invisíveis, que possibilitam que muitos usuários manifestem sua opinião sem o receio com que o fariam se estivessem no ambiente *off-line*.

Nesse contexto, cada perfil criado em rede social pode ser considerado um nó da rede e as conexões entre esses perfis, sejam elas listas de amigos ou diálogos realizados através de texto, são as conexões entre os nós que configuram a rede. Como estamos referindo-nos a conexões *on-line*, elas podem ser consideradas representações, e as interações entre os indivíduos são representativas das reais conexões entre eles. Recuero (2012) afirma que essas representações são dinâmicas, coletivas e individuais, construídas para audiências invisíveis e imaginadas pelos atores, em uma relação dialógica com as percepções e expressões dos outros atores que compõem a rede.

A partir dessa análise, é possível compreender por que as redes sociais se tornaram elementos cruciais no entendimento da sociedade em rede defendida por Castells. Hoje, uma grande parcela da população possui perfis em mídias sociais que nada mais são do que representações virtuais do ator por trás daquele avatar. E cada perfil se interconecta, formando uma teia de nós que compõem essa rede.

2.3. A Participação Política

Para definir o que é a participação política, deve-se antes entender o conceito de política. A palavra “política” é utilizada há séculos com os mais variados sentidos. Tem origem grega e foi usada por vários filósofos e escritores da Grécia antiga:

Os gregos davam nome de *pólis* à cidade, isto é, ao lugar onde as pessoas viviam juntas. E Aristóteles diz que o homem é um animal político, porque nenhum ser humano vive sozinho e todos precisam de companhia de outros (...) Assim sendo, “política” se refere à vida na *pólis*, ou seja, à vida em comum, às regras de organização, dessa vida, aos objetivos da comunidade e às decisões sobre todos esses pontos. (DALLARI, 1984, p.8).

Nesse sentido, política pode ser considerada arte e ciência: arte porque comporta e exige invenção e sensibilidade para conhecer os seres humanos, e ciência porque existem várias ciências que estudam esses comportamentos humanos. Infere-se, então, que pode ser considerada como política a organização social que procura atender à necessidade natural de convivência dos seres humanos e toda ação humana que produza algum efeito sobre a organização, o funcionamento e os objetivos de uma sociedade. (DALLARI, 1984)

No cenário da participação política, vê-se que, todos os dias, tomam-se decisões que afetam com maior ou menor intensidade a vida de muitas pessoas:

A história da humanidade, desde milênios, revela a existência de uma luta constante para que o maior número possível de pessoas participe das decisões políticas. Nos tempos modernos houve grande avanço em tal sentido, por vários motivos, como a concentração das pessoas nas cidades e o aperfeiçoamento das técnicas de comunicação, favorecendo o despertar das consciências e uma ação conjunta, bem como pela expressa proclamação, na Declaração Universal de Direitos, de que a todos os indivíduos deve ser assegurado o mesmo direito de participação política. (DALLARI, 1984, p.27)

Na evolução social, todos os indivíduos adquiriram o dever de participar da vida social, exercendo influências sobre questões de interesse comum. Tal fato é uma necessidade básica dos seres humanos e move a vida em sociedade. Todos os indivíduos exercem alguma influência sobre o meio social em que estão inseridos, mesmo que queiram isolar-se. Dessa forma, a participação independe do desejo humano de atuar em sociedade uma vez que qualquer atitude pode ser utilizada pelos grupos mais ativos e até mesmo o silêncio e a passividade podem ser interpretados como sinais de

concordância com o grupo dominante. Ou seja, a participação política é um dever moral de todos os indivíduos e uma necessidade fundamental da natureza humana.

“Participação política não é apenas participação eleitoral, e muitas vezes é mais eficiente por outros meios” (DALLARI, 1984, P.39). No cenário eleitoral, a democracia representativa dá ao povo o direito de escolha de representantes, criando-se o processo eleitoral e as figuras do eleitor e do candidato. Existe, hoje, a noção de que esse processo pode ser muito útil, mesmo que ele seja passível de ser influenciado pelo poder econômico ou pelas forças políticas dominantes. Por isso, para que o povo seja capaz de escolher sabiamente seus representantes, é necessário que haja, antes de tudo, livre acesso à informação, que possibilite consequente formação de opinião:

Em caráter estritamente individual cada um pode participar falando, escrevendo, discutindo, denunciando, cobrando responsabilidade, encorajando os tímidos e indecisos, aproveitando todas as oportunidades para acordar as consciências adormecidas. Isso pode ser feito em casa, no local de trabalho, na escola, no clube, nas reuniões de amigos, nos veículos de transporte coletivo e em qualquer outra circunstância em que as pessoas possam conversar. A participação coletiva se dá por meio de integração de qualquer grupo social. As formas e as finalidades imediatas das associações são infinitas. Basta um pequeno grupo de pessoas, com algum objetivo definido e a disposição de trabalharem continuamente em busca desse objetivo, para se ter uma associação. (DALLARI, 1984, p.44)

Se pensarmos a participação política no contexto da sociedade em rede proposta neste capítulo, é possível inferir que as mídias digitais, tais como as redes sociais, ampliam a possibilidade de participação política dos cidadãos uma vez que, como já discutido, há a alta replicabilidade dos discursos produzidos em rede. Se refletirmos sobre esse cenário como a cultura da convergência, proposta por Jenkins (2009), o ambiente digital torna-se altamente participativo. Nele, as ideias circulam de cima para baixo, partindo da mídia comercial e, depois, adotadas pelos mais diversos públicos, e também de baixo para cima, mediante a própria cultura participativa que surge das redes, e são agregadas à ideologia dominante e às indústrias midiáticas, se for o caso. Nesse sentido, é preciso explorar o potencial dessa cultura que amplia os limites da participação política e cultural porque ela representa uma grande oportunidade para a diversificação das opiniões:

O poder da participação vem não de destruir a cultura comercial, mas de reescrevê-la, modificá-la, corrigi-la, expandi-la, adicionando maior diversidade de pontos de vista, e então circulando-a novamente, de volta às mídias comerciais. Interpretada nesses

termos, a participação torna-se um importante direito político. (JENKINS, 2009, p.341)

No entanto, a grande preocupação referente à participação política em rede é, ainda, o grande *gap* existente no acesso à Internet, como vai ser observado no próximo capítulo. Mesmo com as tecnologias da informação tão avançadas, questões sociais ainda limitam a parcela da população que vai poder participar ativamente em rede. Por isso, um dos grandes valores das *on-line* é que culminem em movimentos *off-line* nos quais todos possam participar.

2.3.1. As mobilizações sociais a partir da Internet

Com o grande crescimento e consequente consolidação das redes sociais e das mídias interativas, percebe-se que se tornaram palco de fóruns de discussões, mobilizações com fins de protesto e, ainda, oferecem um ambiente propício para o cenário de constituição de campanhas eleitorais.

Pode-se definir a mobilização social, conforme Azuma (2005), como a reunião de sujeitos que pretendem resolver problemas e transformar a realidade em que estão inseridos, em relação a uma causa que seja considerada de interesse público. Assim, no campo dessas mobilizações sociais, a Internet encontra um destaque importante: o alcance global da Rede propicia uma maior mobilização e um amplo recrutamento, divulgando as causas defendidas em escala mundial.

Nesse contexto, o que se busca é promover a disseminação de ideias. O indivíduo toma posse do poder de interagir com quem quer apoiar, criticar, sugerir ou contestar. Existem vários exemplos dessas mobilizações, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a Central Única dos Trabalhadores (CUT), a Ação da Cidadania Contra a Fome e a Miséria, a Anistia Internacional, o Human Rights Watch, o Greenpeace, e o mais recente Movimento pelo Passe Livre, entre outros. Essa militância *on-line* alarga a teia comunicacional global e passa a usufruir de uma das singularidades do ciberespaço: a capacidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades, formas e expressões de vida. A internet projeta-se como um fórum *on-line* capaz de revitalizar lutas e movimentos civis e favorece processos tecno-comunicacionais de comunicação política (MORAES, 2000).

Segundo Moraes, o MST considera que a Internet proporciona à campanha pela Reforma Agrária um imenso canal de comunicação com a sociedade. Em seu site, são

divulgados objetivos, posicionamentos e comunicados, com rapidez e economia de recursos financeiros.

As cibercampanhas sindicais, ainda em fase embrionária, partem do entendimento de que, frente a uma economia globalizada, os meios de luta igualmente precisam se internacionalizar e se conectar. Não bastam as greves, as passeatas e a imprensa sindical. Já se pode inundar de e-mails as caixas postais dos patrões e de organismos governamentais; denunciar, em tempo recorde, demissões e abusos, conclamando os consumidores a boicotarem produtos das empresas; e convocar, em tempo real, afiliados para assembleias conjuntas, manifestações de rua e piquetes (MORAES, 2000, p.147-148).

On-line, essas mobilizações sociais possuem a capacidade de se efetivarem com maior rapidez de resultados. No âmbito político, essas mobilizações têm ganhado sentido de divulgação de campanhas e aproximação dos candidatos com seu eleitorado.

Deste modo, as redes sociais podem propiciar um cenário eleitoral mais democrático, participativo e amplo, a partir do momento em que cada candidato entender os perfis *on-line*. Cada perfil se liga a dezenas de outros perfis, e cada ação que repercute em um poderá repercutir-se nesse outro, a partir de compartilhamentos. Nesse sentido, a divulgação via Internet substitui o contato corpo a corpo, que é impossível de ser realizado com todos os eleitores. Recuero (2012) afirma que, *on-line*, os indivíduos vão conhecendo-se pouco a pouco, e não de forma imediata como acontece no contato pessoal; isso vale também para as relações políticas. É preciso marcar presença através da construção da identidade do político em questão, através de elementos que vão representá-lo no ciberespaço.

O contato que, aparentemente, torna-se próximo a partir dessa rede substitui a visita que não pode ser feita a todos os bairros de todos os eleitores, mas é como se o político visitasse o “quintal virtual” de cada um deles. Essa criação de identidade pode ser feita através da criação de perfis em redes sociais, blogs, fotos publicadas e várias outras artimanhas. Ou seja, cada ação executada por esses atores em rede são formas de construir impressões para uma audiência a respeito de quem eles são, com a intenção de criar laços políticos e, no momento eleitoral, conquistar votos e apoio por parte desse público.

O que pode ser observado é que há uma mudança de paradigma, principalmente em questões políticas, tanto de mobilizações que foram impulsionadas, principalmente em 2013, pela Internet, quanto de campanhas políticas que tendem a

crescer através da Rede. Há um redirecionamento do conteúdo de mídia em direção a um conteúdo que flui por diversos canais, em variados meios de acesso com fluxos multidirecionais.

Por isso, precisa haver o devido planejamento e a estratégia de campanha, também a partir da assessoria especializada. Não se escolhe a divulgação em uma rede social específica apenas pelo desejo de ingressar nela. A escolha deverá ser feita a partir do perfil dos usuários dessa rede, sendo que esses devem ser compatíveis com o do candidato, para que essa mera comunicação se torne um relacionamento (COSTA e PINHEIRO, 2011):

A impessoalidade de um perfil o torna distante do usuário que não espera ver um “Diário Oficial” do político que o representa ou que o representará. Mesmo que o objetivo maior seja mostrar as qualidades, ações e projetos são necessários se aproximar, iniciar um diálogo para depois fazer a propaganda (COSTA e PINHEIRO, 2011, p.13).

Em síntese, o que pode ser destacado nesse primeiro capítulo é que as redes sociais estão em constante crescimento e têm ganhado relevância para movimentos sociais e partidos políticos. Cada parte está aprendendo a fazer uso dessa ferramenta que atua como amplificadora da voz do cidadão. Portanto, a partir do próximo capítulo, serão apresentados os resultados desses conceitos aplicados à pesquisa empírica realizada com os discentes de Comunicação do Brasil e da Espanha para que seja possível entender a importância dessa sociedade em rede na construção do panorama político atual.

3. O ESTUDO COMPARATIVO FACE AOS CONCEITOS PROPOSTOS

Neste capítulo, apresentam-se os resultados obtidos a partir da pesquisa empírica realizada com os discentes de Comunicação. No entanto, para que seja possível entender os dados obtidos, é preciso analisar o contexto social em que cada universo que o estudo se desenvolveu. Inicialmente, apresenta-se um panorama histórico do uso da Internet em cada país e, posteriormente, as análises derivadas da efetivação da pesquisa.

3.1. O Cenário Espanhol das Tecnologias Digitais

Com o objetivo de aumentar o desenvolvimento de tecnologias na Europa, criou-se, nos anos 2000, o plano eEurope². Em resposta a esse incentivo, o governo espanhol instituiu, então, o que ficou conhecido como “Plano Info XXI: Sociedade de Informação para Todos”. O projeto tinha como objetivo integrar-se a um conjunto de iniciativas que pretendiam explorar a utilização de ferramentas oferecidas pelo universo tecnológico, em particular, a Internet.

3.1.1. O Info XXI e a Internet: comparação entre Brasil e Espanha

O Info XXI busca operar em três grandes setores: o tecnológico (para ampliação das telecomunicações e das tecnologias de informação), administração eletrônica (potencializando o uso de ferramentas proporcionadas pelo desenvolvimento tecnológico) e, por último, atuando na sociedade, de forma que a população possa ter acesso a essas tecnologias. Essa iniciativa representa a tendência mundial de inclusão digital, uma vez que a fusão das tecnologias nesse âmbito tende a ser eminente.

A iniciativa espanhola trouxe resultados efetivos para o país. Embora ainda exista uma brecha digital muito grande, quando comparada ao Brasil, o desenvolvimento tecnológico espanhol ainda é muito mais avançado.

² O eEurope foi criado na reunião do Conselho Europeu, realizado na cidade de Lisboa, em março de 2000. Ele estabelecia como objetivo fazer da Europa a economia mais competitiva e dinâmica do mundo.

Ya no se trata simplemente de una brecha geográfica en países con niveles de desarrollo desigual. En los países avanzados industrializados como España, existe un nuevo factor de desigualdad en función del acceso a las nuevas tecnologías. Esto implica que hay una parte de la población que está aprovechando las ventajas e potencialidades de estos instrumentos y otra que no. Por lo tanto, las diferencias también van a existir en los usos y consecuencias de carácter político. El problema surge cuando se detecta que estos individuos privilegiados son aquellos que ya disponían de mayores recursos de tipo tradicional. (ANDUIZA, CANTIJOCH, GALLEGO, SALCEDO, 2010, p. 14)³

O retrato dessa comparação pode ser obtido, olhando os dados apresentados pelo ISI⁴ de 2010. Dentre os 53 países analisados pelo ranking, a Espanha encontra-se em 24º em número de computadores, 21º em desenvolvimento de telecomunicações, 23º em acesso à Internet e 14º no quesito que avalia as questões sociais do país comparadas às tecnologias existentes. Na classificação geral, a Espanha é colocada, então, em 21º lugar.

Já o Brasil está colocado em 31º em número de computadores, 45º em desenvolvimento de telecomunicações, 33º em acesso à internet e 38º na questão social; sendo situado em 38º lugar na colocação geral.

Essa comparação permite evidenciar a diversidade do cenário de ampliação digital em cada país; comprovando que o incentivo proposto pelo Info XXI trouxe incremento à Espanha no setor (mesmo que ainda ela esteja atrás, confrontado-se com outros países europeus), quando comparada ao Brasil, que não teve nenhum plano efetivo de incentivo ao desenvolvimento tecnológico.

3.1.2. Uso das tecnologias na Espanha

Alguns gráficos apreciados neste tópico possibilitam uma compreensão da situação espanhola atual, no que se refere ao acesso à Internet. Essa contextualização é

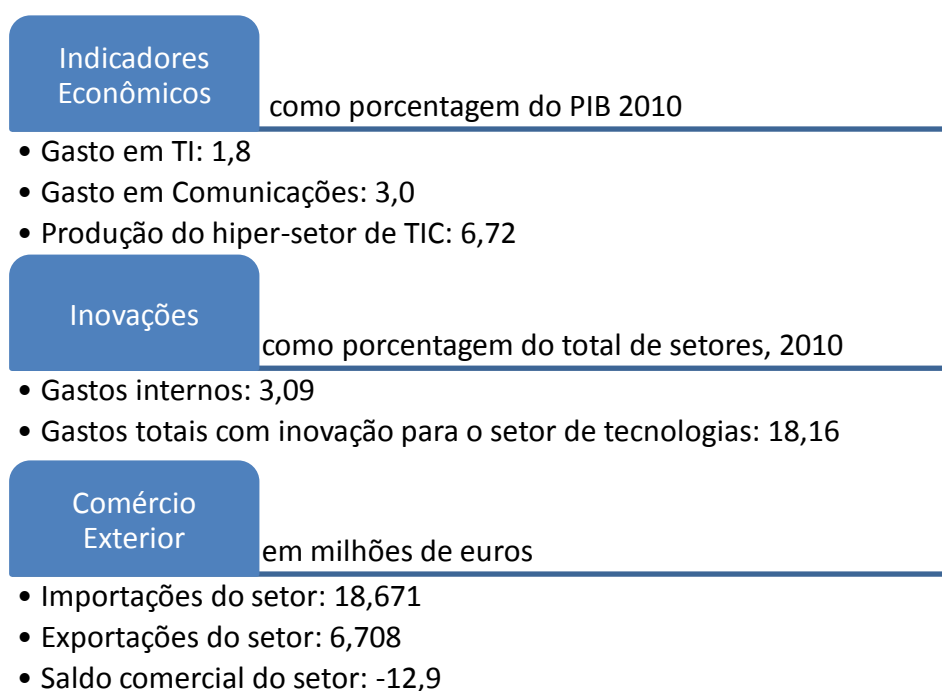
³ Tradução: Já não se trata simplesmente de dividir os países em níveis desiguais de desenvolvimento. Em países industrializados avançados, como a Espanha, isso representa um novo fator de desigualdade em termos de acesso às novas tecnologias. Isso implica que existe uma parte da população que está aproveitando as vantagens e as potencialidades desses instrumentos, e o outro, que não. Portanto, as diferenças também existem nos usos e implicações de política. O problema levanta-se quando é detectado que esses indivíduos privilegiados são aqueles que já disponibilizam de maior acesso aos recursos tradicionais.

⁴ Information Society Index – criado em meados dos anos 90, foi o primeiro indicador disponibilizado para avaliar as 53 nações que participavam da revolução tecnológica. O sistema combina 15 variáveis que avaliam não só potencial tecnológico, mas também índices de desenvolvimento social.

fundamental para entender o ambiente em que o universo estudado (jovens residentes na região de Sevilha, Espanha), ou em que está inserido.

O eEspana⁵ é um relatório anual apresentado pela Fundação Orange, que busca retratar o cenário do desenvolvimento tecnológico da Espanha frente a outros países da União Europeia e também destacar as diferenças entre os estados que dividem o país.

A crise mundial que afetou a Espanha em 2011 desacelerou, mas não freou o processo de desenvolvimento das tecnologias da informação. O acesso à Internet teve aumento de 15% em sua taxa anual, e a adoção do uso de banda larga ou 3G ampliou em até 50%.



Para que tal crescimento fosse possível, foi necessário investir no setor e, ilustrando-se o investimento que o país fez neste campo em 2011, pode-se observar a figura 1, elaborada com base nos dados disponibilizados pelo relatório do eEspana.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do eEspana 2012
Figura 1: Investimentos em Tecnologia da Informação em 2010

A análise da figura 1 permite dizer que o investimento no setor de tecnologias da informação na Espanha é inferior à média da União Europeia, mas tem grande

⁵ Informe anual, realizado pela Fundação Orange, que avalia o desenvolvimento da sociedade da informação na Espanha.

representatividade no que se refere aos recursos destinados pelo governo do país. Já em relação aos gastos em investimentos no setor de tecnologia da informação, o Reino Unido é o primeiro colocado, destinando um valor equiparado a quase 4% do PIB da União Europeia. A Espanha, por sua vez, encontra-se na 15ª posição, designando menos de 2%.

Nesse cenário, é possível, então, perceber que a Espanha possui um bom desenvolvimento tecnológico, com amplo acesso ao universo *on line*, se equiparada ao Brasil, foco do nosso estudo, mas, se confrontada aos outros países da União Europeia, ainda tem um longo caminho a percorrer.

3.1.3. Sevilha e o acesso à Internet

Posterior a essa análise de nível nacional, é importante entender como Sevilha, a cidade em que foi aplicada a pesquisa, está inserida nesse processo, se comparada às outras regiões espanholas. Para isso, utilizou-se dos dados disponibilizados pelo eEspana, que também traz uma análise dos desenvolvimento tecnológico local em quarenta cidades do país.

No que se refere à disponibilidade de serviços públicos de acesso à rede, Valladolid encontra-se em primeiro lugar no ranking, e Sevilla ocupa a 21ª posição, com 68 pontos (a taxa é calculada pela disponibilidade de acesso *on line* gratuito, dividido pela população da cidade). Sua diferença para com a primeira colocada é de 32 pontos, todavia essa taxa ainda pode ser considerada mediana, uma vez que a média das cidades analisadas é 69 pontos.

O eEspana apresenta, ainda, uma análise comparativa entre 2011 e 2012, que permite observar que Sevilla teve um retrocesso no que se refere à acessibilidade à Internet. Como citamos acima, em 2012, a cidade alcançou 68 pontos, quando, em 2011, sua média era de 73: portanto, acima da média nacional. Entre as analisadas, somente duas apresentaram retrocesso: Sevilla, com cinco pontos, e Hospitalet de Llobregar, com quatro pontos. Isso quer dizer que, mesmo que ainda esteja próxima à média nacional, a cidade foi afetada pela crise que atingiu o país em 2011, o que, por consequência, comprometeu o seu aporte tecnológico fortemente.

3.2. O Cenário Brasileiro

A Internet surgiu no Brasil na década de 90, mas, em seus primórdios, era de uso exclusivo dos professores e funcionários das universidades e das instituições de pesquisa. Foi só em 1995 que a Internet passou a ser disponibilizada para uso público.

Uma breve trajetória desse sistema no país mostra que foi em 1987 que ela começou a aparecer em uma reunião realizada na Universidade de São Paulo entre o Governo da época e a Embratel. O objetivo do encontro era criar uma rede que interligasse as universidades do país e as do exterior. Foi em 1988 que o primeiro contato foi feito entre o Laboratório Nacional de Computação Científica com a Universidade de Maryland, a partir da Bitnet, uma rede que permitia a troca de mensagens.

Só em 1990, uma parceria entre o CNPQ e a Rede Nacional de Pesquisa proporcionou acesso à Internet a mais de 600 instituições, somando cerca de 70 mil usuários da rede.

Hoje, sabe-se que esse sistema cresceu e já é utilizado por grande parte da população e que, inclusive, planejam-se projetos de implementação de rede *wi-fi* em pontos públicos, de forma gratuita.

Dados do Ibope Media apontam que, no Brasil, existem mais de 90 milhões de usuários de Internet, colocando-o na quinta posição entre os países com maior acesso. Segundo pesquisas, o percentual aumentou entre 2007 e 2011 de 27% para 48% dos brasileiros com acesso à Internet. Ainda com base nesses resultados, 31% acessam a Internet nas *lanhouses*, 27% em suas próprias casas e 25% acessam da casa de parentes e amigos (Figura 2).

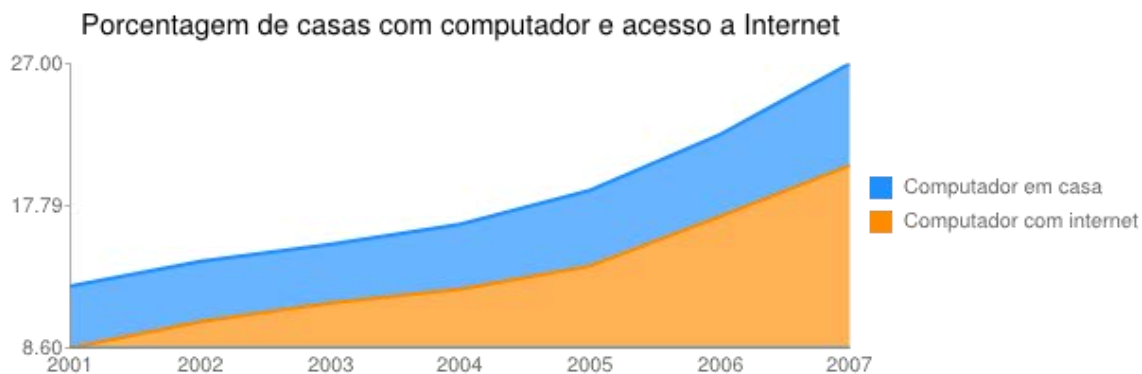


Figura 2: Percentual de residências com computador e acesso à Internet

Fonte: Ibope Media

Conforme o último relatório do Ibope, mais de 50 milhões de brasileiros acessam a Internet regularmente. Desses, 38% o fazem diariamente, 10% quatro vezes por semana, 21% de duas a três vezes por semana e 18% uma vez na semana. O tempo médio de navegação cresce a cada ano e, em 2011, alcançou a marca de 69h por pessoa. No entanto, apenas 13% dos brasileiros têm acesso à banda larga. Entre os 10% mais pobres da população, apenas 0,6% tem acesso à internet e, entre os 10% mais ricos, essa porcentagem é de 56. Traçando uma comparação em nível nacional, na região Sul 25,6% da população têm acesso à Internet, 26,6% na região Sudeste, 12% da região Norte e 11,9% na região Nordeste.

O que é possível perceber é que o Brasil possui alto índice de diferenças sociais entre as regiões que se refletem na proporção de acesso à Internet, e é possível verificar que a falta de investimento em tecnologia e os próprios problemas sociais do país acabam interferindo no desenvolvimento tecnológico frente aos outros países do mundo.

3.3. Análise comparativa dos dados encontrados: a metodologia e resultados

Para dar conta da complexidade e abrangência do tema, utilizou-se da triangulação metodológica, trabalho artesanal que é feito de forma aprofundada e cuidadosa, no qual são usadas várias abordagens de métodos ou técnicas e as informações se complementam, são contrabalanceadas e checadas entre si, propiciando uma visão abrangente do que se quer observar.

Em relação às fontes, foram utilizados dados primários, coletados com pessoas (referentes às amostras consultadas), e os secundários (bibliografia e dados agregados

de outras pesquisas sobre o assunto), a fim de aproveitar a experiência para realmente produzir subsídios relevantes às reflexões propostas neste estudo.

Assim, as discussões de grupo, as entrevistas em profundidade (realizadas na Espanha), o levantamento quantitativo junto aos estudantes da Unesp e da Universidade de Sevilha, os estudos sobre o tema, em literatura pertinente e na Internet, propiciaram as contraposições entre eles e os parâmetros para mostrar, de forma lógica e consistente, os resultados encontrados, sem deixar de levar em conta os princípios básicos que norteiam as pesquisas de opinião e o indispensável rigor metodológico que as embasam.

As pesquisas quantitativas, efetuadas no Brasil, foram realizadas nos meses de junho e novembro de 2011; no total, foram coletados 180 questionários com questões objetivas, que possibilitaram as primeiras análises deste estudo. Em novembro de 2012, foram realizados dois grupos focais com dez alunos cada, também no Brasil, mais especificamente em Bauru, nos quais, a partir da entrevista coletiva em profundidade, mediação de dados e dinâmicas de grupo, instigou-se a discussão dos assuntos propostos. Em dezembro de 2012, foram aplicados os mesmos questionários, utilizados na coleta de dados com os alunos da Unesp de Bauru, aos discentes da Universidade de Sevilha, obtendo-se uma amostragem de duzentas (200) pessoas. Em seguida a essa investigação, realizaram-se as entrevistas individuais, com duração média de 15 minutos cada, que propiciaram a discussão dos temas estudados de forma mais qualitativa e aprofundada.

3.3.1. O uso da Internet pelos discentes de Jornalismo

Apresentados os parâmetros metodológicos e os dados que caracterizam os contextos nos quais nosso estudo está inserido, damos início à análise dos resultados obtidos a partir dos questionários aplicados junto aos alunos de Jornalismo. Neste primeiro tópico, buscamos caracterizar como a Internet se encaixa nos hábitos de consumo de informação dos discentes, não só no âmbito político (foco principal deste estudo), como também para demonstrar como a utilizam em seu cotidiano, de maneira geral.

As figuras 3 e 4 são decorrentes do questionamento sobre o modo como os alunos se informam sobre assuntos de política. Nelas, é possível observar que os

veículos de maior interesse entre os jovens estudantes variam de acordo com o período em que se encontram na vida escolar.

Assim, entre os estudantes espanhóis (figura 3), no primeiro ano, 81,2% deles afirmam informar-se através do conteúdo transmitido pela televisão, enquanto que, apenas 50,7% dos discentes do 5º ano fazem a mesma afirmação. A Internet aparece como primeira colocada para os quinto-anistas, com 87,7% e, em segundo, para os ingressantes da universidade, com 68,7%. Em ambos os segmentos, a Internet tem grande número de adesão, mas percebe-se que ela ganha maior relevância entre aqueles que já estão há mais tempo na universidade.

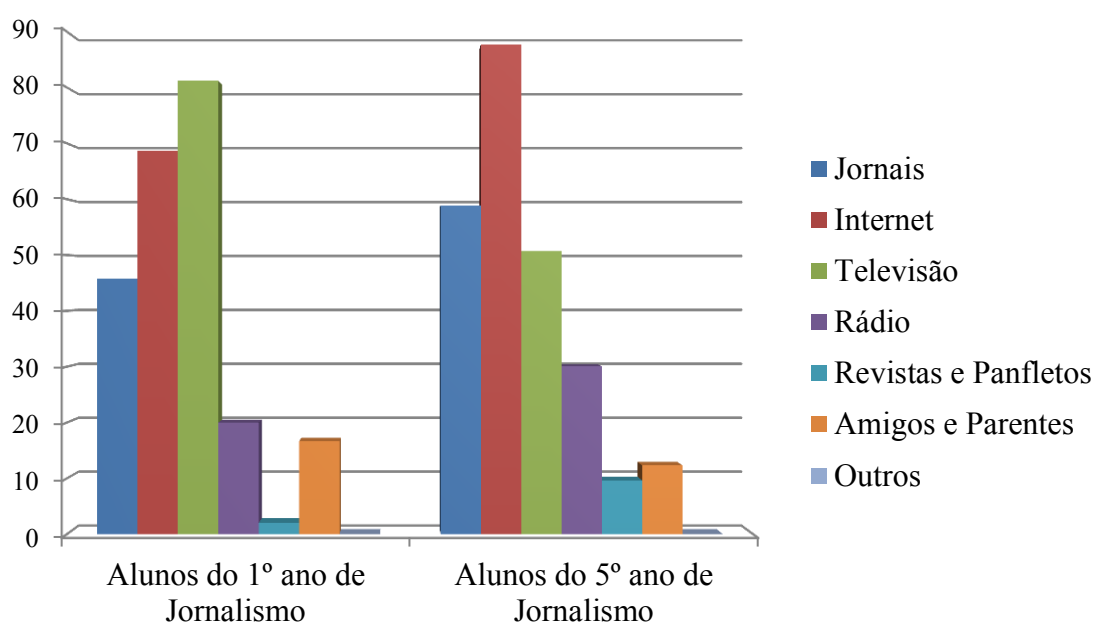


Figura 3: Meios de informação dos discentes Espanhóis

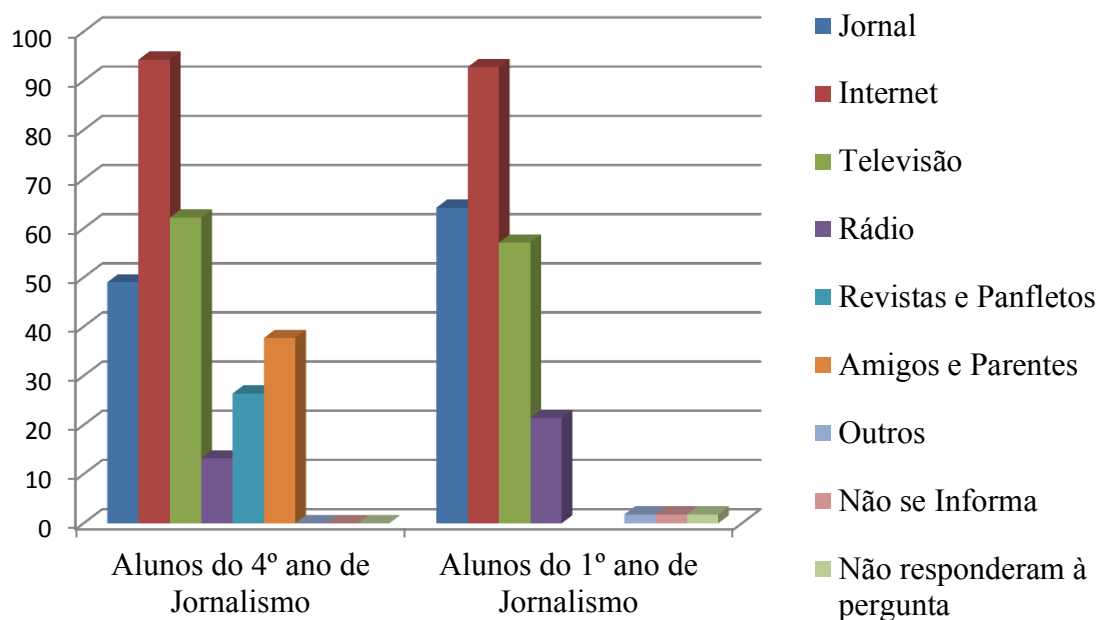


Figura 4: Meios de informações dos discentes Brasileiros

No Brasil (figura 4), o cenário encontrado é bem semelhante: entre os alunos do primeiro ano, 57,1% se informam pela televisão e 92,8% utilizam a Internet. Já entre os alunos do último ano, esse percentual aumenta para 62,% que se utilizam da televisão, e 94,3% que fazem uso da Internet como meio de informação.

Uma explicação para essa variável seria pelo fato de a televisão entregar ao ouvinte notícias mais prontas, de maneira mais fácil de serem absorvidas, sem que o espectador tenha de ir à busca do conteúdo, uma vez que os telejornais, por exemplo, já fazem uma pré-seleção do que vai ser exibido. A Internet, por outro lado, agrega a si o caráter da diversidade de conteúdo, na qual é possível que o usuário monte sua seleção do que vai ou não lhe interessar. Com a ampliação dos estudos na universidade, à medida que se aproximam da obtenção do título de graduação em Jornalismo, os estudantes mostram-se mais interessados não só em absorver o conteúdo, mas também em eleger como vão fazê-lo.

Nota-se que, aqui, outras variáveis intervenientes podem estar interferindo nesse resultado, pois, durante todo o processo de educação desses alunos, vários fatores puderam orientar a mudança desta prática da TV para a Internet:

A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais. (LÉVY, 1998, p.17).

Partindo do pressuposto de que, mesmo com a variação de intensidade ao longo do curso, a Internet tem forte adesão no segmento de público analisado, como demonstra a figura 5, que apresenta a frequência com que os jovens espanhóis estão acessando a Internet.

Verifica-se que 100% dos entrevistados acessam a Internet diariamente, pelo menos uma vez ao dia. No entanto, em ambos os grupos de interesse, o destaque fica para aqueles que têm acesso à Internet no celular e fazem uso dela sempre que podem. No primeiro ano, 64,6% dos alunos fizeram essa afirmação e, no quinto ano, a porcentagem foi de 66%. Isso demonstra que, no universo em que estamos trabalhando, todos têm acesso à Internet, e a maioria absoluta está conectada o tempo todo, já que o celular pode ser considerado um aparato tecnológico que é carregado para todos os lugares. Nessa análise, apenas 10,4% dos discentes do primeiro ano disseram acessar a Internet somente uma vez ao dia e, com o quinto ano, a porcentagem é ainda menor: 4,1%. Esses dados reafirmam a hipótese de que, ao longo dos anos da graduação, o consumo de informação *on line* aumenta.

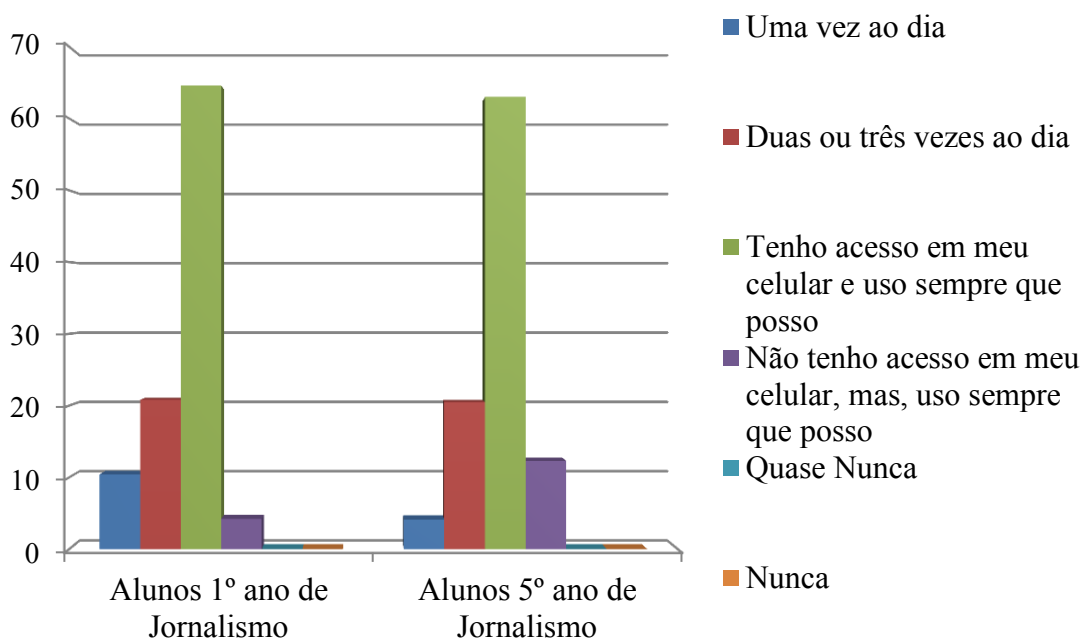


Figura 5: Intensidade de consumo de informação *on line* na Espanha

Além das questões apresentadas, existe o fato de que a convergência midiática tem modificado a maneira como a informação é oferecida às audiências. A televisão, há alguns anos, já substituiu o rádio, que antes contava histórias com as famosas radionovelas e, hoje, é referência para grandes bandas mostrarem seu talento. A tendência é que a Internet faça a mesma coisa com a televisão. O conteúdo de um meio pode mudar, seu público também e seu status social pode subir ou cair, mas, quando um meio se estabelece satisfazendo alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar em um sistema maior de operações de comunicação (Jenkins, 2012):

Sistemas de distribuição são apenas e simplesmente tecnologias; meios de comunicação são também sistemas culturais. Tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado. (...) Desde que o som gravado se tornou uma possibilidade, continuamos a desenvolver novos e aprimorados meios de gravação e reprodução do som. Palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. (JENKINS, 2012, p.41)

Na pesquisa com o segmento de estudantes brasileiros, conforme os resultados obtidos nos grupos de discussão, estes também têm o hábito de consumo diário e constante da Internet, como se observa nas falas transcritas abaixo:

Todo mundo acessa a Internet logo que acorda. Você levanta e já olha o celular para ver o que tem de novo e o que está acontecendo. (N.G.)⁶

A TV eu consumo porque tenho o hábito de deixar a TV ligada, só pra ouvir o barulho. Eu mais me informo mesmo pela Internet. Como eu trabalho no computador, a primeira coisa que a gente faz é acessar a Internet e entrar em algum portal. (J.C.)

Jornal impresso às vezes eu compro, mas é bem esporádico, mais Internet mesmo. Eu abro vários portais de notícias assim, pra ver e comparar, R7, G1 e UOL, por exemplo. (A.R.)

A Internet é muito prática e a gente sempre acaba precisando abri-la pra fazer alguma coisa e aí já faz tudo em um lugar só. (L.B.)

Tem a questão da pluralidade de informações também. Você não tem condições de assinar cinco jornais e revistas pra ler tudo. Na Internet, é mais fácil porque está ali, né, é muito fácil você ler diversas opiniões sobre o mesmo assunto. E, hoje, cada dia mais, os jornalistas têm um blog. Aí se você curte o cara, você tem mais a chance de ver o que ele está falando. (M.R.)

⁶ Os nomes dos participantes dos grupos e entrevistas foram abreviados.

Na figura 6, observa-se como os discentes espanhóis fazem uso do conteúdo disponibilizado em rede. O que é possível observar é que tanto os alunos do primeiro ano quanto os do quinto utilizam a Internet em todos os âmbitos propostos: redes sociais, entretenimentos, busca de informações, no trabalho ou no estudo.

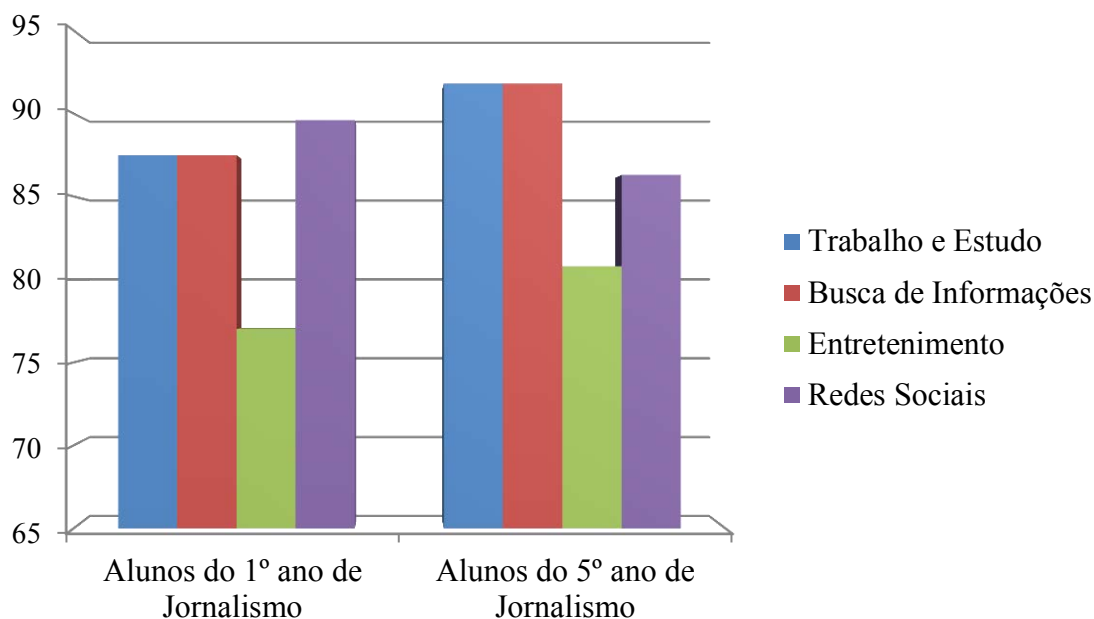


Figura 6: Uso do conteúdo *on line* por estudantes espanhóis

Para fazer um balanço mais detalhado das diferenças encontradas ao longo dos anos na universidade, é possível observar (figura 6) que, entre os alunos do primeiro ano, as redes sociais são o grande alvo quando estão navegando, pois 89,6% deles escolheram essa opção.

Já para os alunos do quinto ano, a Internet ganha mais destaque como veículo de informação, sendo utilizado, majoritariamente, como mecanismo de busca de informações e meio de trabalho e estudo, ambos representados com 91,8%. Essa é mais uma evidência de que ocorrem transformações no consumo de conteúdo em rede ao longo dos anos de graduação. A critério de comparação, 87,5% dos discentes do primeiro ano alegaram usar a Internet para estudo, trabalho e busca de informações.

Ao mesmo tempo, com os discentes brasileiros, essa situação se repete, de forma que eles mostram que usam a Internet para buscar informações, mas também para entretenimento:

Quando eu quero saber o que está acontecendo com a política, eu vejo bastante na Internet. Não necessariamente pesquisando, mas, às vezes, no *Facebook*© porque eu tenho vários amigos que são fortemente ligados à política, então eles sempre postam alguma coisa e às vezes é até bom e ruim, porque às vezes eu acabo pendendo mais pro lado deles. Depois que você fica sabendo do que aconteceu pelas redes sociais é que você vai procurar mais informações na Internet, mas, geralmente, sempre tem umas pessoas certas que lançam umas coisas que eu sei que eu posso levar em consideração. (A.A.)

Eu acho que eu sou a clássica vítima de portal. Eu entro lá e nunca tenho um norte; eu gosto muito de ficar nas redes sociais e o que me vem por lá, eu filtro pelo meu interesse. Eu assino alguns canais que já me mandam isso, como a Folha e o Petiscos.. Eu fico suscetível a um pouco de tudo. Eu rodo até o final da página e aí se alguma coisa me interessa eu clico. (J.C.)

O que se observa, a partir dos dados apresentados, é que a Internet se configura como um canal cada vez mais relevante de informação e entretenimento pelos discentes, tanto no Brasil como na Espanha. As diferenças encontradas e o fato de que o universo analisado faz uso de todas as hipóteses propostas (redes sociais, trabalho, pesquisa) é porque, segundo Jenkins (2012), cada um de nós constrói a sua bagagem pessoal baseada em pedaços e fragmentos de informações que são extraídos do próprio fluxo midiático e transformados em recursos a partir dos quais é possível compreender nossa vida cotidiana. Dessa forma, cada um busca as informações de que necessita de acordo com a sua experiência individual.

3.3.2. Participação política

3.3.2.1. O caso espanhol

A Espanha é considerada uma democracia recente que, atualmente, encontra-se enfrentando uma das maiores crises da História do país. Nesse sentido, a participação política, principalmente por parte dos jovens, tem aumentado vertiginosamente. As ruas estão sempre cheias de manifestantes lutando pelas injustiças, que acreditam estar acontecendo neste período da política espanhola.

Sevilha foi uma das cidades mais afetadas pela crise e é comum a organização de manifestações públicas contra os despejos, que têm sido cada vez mais frequentes, além de lutarem por outros problemas que a cidade vem enfrentando, que refletem o cenário nacional em conflito.

O que se observa é que um país em crise gera uma população mais ativa politicamente, uma vez que os indivíduos se veem em uma situação em que precisam

lutar por seus direitos, ou então serão deixados de lado. Mesmo assim, o grande problema relatado pelos jovens entrevistados é que, mesmo quando há a participação política, a população não é ouvida ou atendida; então, a gana de participar é ofuscada pelo descaso:

El principal componente de la implicación es el interés por la política. Por una parte, el individuo que desarrolla una curiosidad por los asuntos políticos percibe que sus intereses pueden verse afectados y es más probable que participe para defender su bienestar interviniendo en la toma de decisiones colectivas (Martin y Deth, 2007: 303). La relación con el modelo de recursos es clara, puesto que los recursos de que dispone van a permitir al ciudadano llevar a cabo la identificación de estos intereses en juego. Además, el individuo interesado será aquel que se mantendrá informado sobre cuestiones políticas y de actualidad. (ANDUIZA, CANTIJOCH, GALLEGO, SALCEDO, 2010, p. 46)⁷

A atual conjuntura trouxe consequências graves para o país, e os jovens têm sido um dos públicos mais afetados. No começo de 2013, as pesquisas apontaram que o índice de desemprego na Espanha atingiu a sua maior média desde 1970, quando as medições começaram a ser feitas. No total, 26% da população do país estava desempregada e, entre os jovens com menos de 25 anos, a taxa de desemprego chega a 59,8%.

Entre tantos problemas, o grupo de entrevistados demonstra consciência política e também criticidade, mas, no que se refere à participação política, eles são bem claros, como pode ser verificado nas transcrições a seguir:

Mais do que participar nas votações, deveríamos participar mais ativamente, mas não temos a estrutura dos partidos. A dúvida sempre fica entre ser um ativista ou cumprir a lei, ou então o que dizer ao chefe quando chegar ao trabalho. O que as pessoas deveriam fazer é animar voluntários em seu próprio bairro... Se não pode mudar o mundo, seu país ou sua cidade pode começar pequeno. O pouco que se pode fazer já é colaborar para a mudança. Eu acho que ainda há um sentimento de impotência porque, no final, ninguém se prontifica a colaborar (referindo-se 'aos grandes'), mesmo nas manifestações que as pessoas fazem nas ruas. Isso de votar a cada quatro anos é algo que eu mesmo mudaria, por exemplo. (J.D.)

Os discentes mostram que há o desejo de participar, mas também são incrédulos quanto à efetividade de sua participação.

⁷ Tradução: O componente principal é o envolvimento por interesse em política. Primeiramente, o indivíduo desenvolve umas questões curiosas e os políticos perceberam que os seus interesses podem ser afetados e, que, agora, estão mais propensos a participar de defender seu bem-estar intervindo na tomada de decisão coletiva, (Martin e Deth, 2007: 303). A relação com o modelo de recursos é evidente, uma vez que os recursos disponíveis permitirão que o cidadão leve a cabo a identificação destes interesses. Além disso, o indivíduo em causa será o que será mantido informado sobre política e atualidade.

Eu também acredito que a ideia de que a única maneira de participação política é através do voto é uma coisa que foi implantada como tradição na sociedade e precisa ser mudada. O que acontece é que isso (só votar), neste país, já não é mais suficiente. Eu acho que outra forma de exercer a participação política é encontrar uma maneira de pressionar os partidos políticos a serem impedidos de mudar seu programa de governo; ou então, colher assinaturas, se manifestar e exigir que eles criem um plano de contenção para as pessoas sem casa (referindo-se à crise atual em que as pessoas estão sendo desalojadas). O fato é que, mesmo que isso seja feito, a situação não vai mudar, porque não é de interesse dos políticos. (J.S.)

O sentimento de impotência frente à participação política no país repetiu-se em todos os grupos e entrevistas realizados:

A verdade é que as pessoas sabem que não têm influência (na política) e por isso acabam não participando. Aqui, os cidadãos sabem que não vão ter apoio (político) e por isso acabam não indo às ruas para participar. O problema é que as pessoas acham que só o voto é a expressão política que podem ter. A falta de informação é muito grande. O que acontece é que eu leio uma notícia e conto a outra pessoa, que conta a outra e assim por diante... Não há informação efetiva sobre os assuntos políticos, no geral. (P.D.)

No entanto, mesmo com o sentimento de que, agora, já não há mais vontade de fazer nada, surgem possíveis ideias de como mudar essa situação no futuro:

Eu acho que, para que as coisas mudem, a base é sempre a mesma e está na educação e em conscientizar os cidadãos, de verdade. Nós mesmos estamos desencantados (com o país e a situação política atual) e é até generalizar muito, mas, quando estamos aborrecidos, como nesta situação, nós julgamos os maus políticos como os que estão aí (referindo-se ao governo atual do país) e cobramos, mas não fazemos nada; como se não estivéssemos lutando por nós mesmos. Eu mesma conheço pessoas que estão entrando em partidos políticos com a ideia de mudar o mundo, mas logo desistem porque não encontram ninguém que lhes dê suporte ou não conseguem chegar ao poder. Por isso, se conscientizarmos os cidadãos ou as crianças de que, realmente, se querem ser políticos, ou que a política é de verdade importante e que não há a possibilidade de apenas um poder limitado a uma elite, poderemos, no futuro, mudar alguma coisa, quem sabe. É um pensamento meio utópico, mas sei lá. (M.G.)

É, mas existe uma geração que já está criada, e não há nada que se possa fazer... As coisas seguem avançando desse jeito. E a verdade é que há o pensamento de que ou se faz alguma coisa agora ou nada vai mudar e, no geral, as pessoas pensam 'eu não vou fazer nada'. Nós mesmos (estudantes de Comunicação) poderíamos mudar alguma coisa através dos meios (de comunicação), mas eu não vou fazer nada, porque eu não gosto. Ou então, as pessoas poderiam participar da política propriamente dita, como você disse (referindo-se à fala anterior), mas, no geral, isso não interessa. Ou até, então, criar um terceiro ou quarto partido (referindo-se ao bipartidarismo espanhol) que divida os votos e crie a possibilidade de uma mudança, mas isso é uma coisa que está muito distante. (R.C.)

O que se percebe nos grupos, como já dito, é a insatisfação com a política do país, gerada pela situação atual, o que se reflete na maneira como eles irão ou não participar ativamente da política:

Eu acho que lutar, podemos lutar por tudo aquilo que quisermos, podemos tentar ter um pensamento comum, uma comunidade lutando junta. Mas, sempre aqueles que estão por cima, fazendo a política propriamente dita, vão estar acima dos cidadãos, que têm suas ideias, mas vão estar sempre por baixo. Não interessa aos políticos apoiar os cidadãos... Podemos lutar, na teoria tudo é muito bonito, mas, na prática, se não te dão essa liberdade de ação, você não pode fazer nada. Existe uma barreira política que não conseguimos ultrapassar. (M.G)

Continua havendo a censura e, cada vez mais a repressão aumenta. Tudo acaba ficando limitado a poucas pessoas que estão no poder. Essas pessoas não fazem o que é de interesse de todos, mas fazem o que têm vontade. Quando eu era pequeno, eu tinha vontade de votar, não via a hora... Não sabia que, com o tempo, ia perceber que os partidos fazem o que querem, sem consultar o povo e sem ser em benefício do povo. Hoje, quando eu voto, voto por votar, para participar, mas daria na mesma se eu ficasse em casa. (M.P)

Na Espanha, não existe participação política porque ela não se possibilita. Os meios pelos quais ela poderia ser feita não se utilizam. Você pode colher assinaturas em um abaixo assinado, mas, quando vai registrá-lo e entregá-lo, te dizem que ele não é válido. Isso porque existe uma burocracia muito grande que impede que o povo seja ouvido. Por outro lado, também não é interesse do governo saber o que pede o povo. O que é interessante para eles é que, na época das eleições, eles estejam contentes e aí, nessa época, fazem alguma coisa para que isso aconteça, para que as pessoas pensem 'ah, ele me ajudou, então, vou votar nele', mas, logo, tudo volta ao normal. Se você perguntar para mim, a participação política na Espanha não existe. O povo vota a cada quatro anos, e os políticos, durante esse espaço de tempo, também não dão nenhum tipo de satisfação ao povo. Para que isso mudasse, seria necessário eleger um governo que trabalhasse com política aberta, em que os políticos não devessem satisfação ao seu partido, senão aos seus eleitores. Se isso acontecesse e os políticos cumprissem o que foi dito em sua campanha, talvez a Espanha estivesse em uma situação melhor. (A.C.)

Em um âmbito um pouco mais amplo, também há aqueles que refletem sobre a participação política como um todo, sem que esteja restrita ao ambiente eleitoral.

Eu acho que a política é o nosso dia a dia e influi em nosso dia a dia. Desde onde sentamos quando estamos na faculdade, até se temos acesso à Internet ou se podemos ter acesso a um micro-ondas na cafeteria. Isso é política. Temos de ser conscientes sobre o reitor que temos na universidade, ou o diretor, porque é alguém em quem vamos votar e é alguém que pode tomar decisões que vão nos influenciar, portanto, tudo isso é política. Desde que se levanta até a hora que vai dormir, está sendo influenciado, cem por cento, pela política ou pelos políticos. (M.D.)

3.3.2.2. O caso brasileiro

O Brasil também pode ser considerado uma democracia recente se partirmos do princípio de que ela foi instaurada depois da queda do Golpe Militar, em 1985. Apesar de, no senso comum, a passividade política do jovem brasileiro ser considerada como um traço cultural, essa ideia é corroborada pela estabilidade econômica do país, principalmente depois do controle da inflação, em meados de 1990.

A mudança mais recente nesse cenário aconteceu em junho de 2013, quando milhares de jovens foram às ruas em prol da diminuição do aumento da tarifa do transporte público na cidade de São Paulo. Essas manifestações reacenderam a fagulha de participação política nos jovens brasileiros e levaram a muitas outras que as sucederam ao longo de todo o ano. Mesmo assim, foi possível observar que muitas questões são perdidas depois de terem seus objetivos alcançados, e os jovens voltam à sua passividade costumeira.

Nesse sentido, a partir dos debates realizados pelos grupos de discussão, percebe-se que esse cenário é reproduzido na universidade. Alguns jovens são mais participativos, porém são a minoria e o sentimento de conformismo impera, minimizando a preocupação ou a consciência sobre as problemáticas do cenário político local.

Por outro lado, os estudantes demonstram ter consciência de que o conceito de participação política vai além de fazer parte de manifestações:

Eu acho que eu exerço minha participação política quando eu me informo sobre política e quando eu tento debater com as pessoas sobre política. Não precisa concordar o tempo todo, mas precisa ser debatida para que sejam criadas ideias diferentes e construir conceitos. *(L.S.)*

Acho que participação política não é só isso; é o que você debate no seu dia a dia, o que você publica na sua rede social. *(H.J.)*

A gente tem de ter a consciência de que política é o que está ao nosso redor, o tempo todo. Tudo o que acontece é um ato político. A gente precisa perder essa noção de que política é só o partido e o cara que está lá em cima e entender que tudo o que está ao nosso redor é política. *(M.R.)*

Eu acho muito estranho falar, “ah, eu sou politizada ou ah eu não sou politizada”, porque eu acho que todo mundo é político, sabe? Não tem como escapar. Nas pequenas coisas que você faz, você vai adotar uma opinião sua; dentro de um trabalho da faculdade, você está sendo político. Então, as pessoas que falam, ah eu não sou politizado, eu sou neutro... Não tem essa, gente! *(M.B.)*

Há ainda aqueles que assumem não gostar da política do país, mas que apreciam votar e exercer seu direito:

Eu acho a política muito suja, mas é um dever que a gente tem, a gente tem de votar. Eu, particularmente, nessas eleições, tive de justificar o voto, e eu não gosto; eu gosto de votar. É um dever que a gente tem e deve exercer, gostando ou não. *(R.F.)*

E há aqueles que entendem que o sistema político e a política compreendem razões em um nível maior do que é percebido no cotidiano:

Eu acho que a gente não devia falar de política assim, só na hora de votar. O centro acadêmico é um exemplo aqui da universidade e é política... Você ter interesse nas partes, dentro da universidade, dentro do seu trabalho, é clichê, mas é isso também...É pensar que você faz parte de um organismo social muito maior do que você. É como a questão das cotas: você precisa pensar que, há mil anos, os negros sofreram muito, e é uma dívida que o Brasil tem. É uma coisa muito maior do que você. *(R.S.)*

Observa-se, nesse processo, que os estudantes, no âmbito da universidade, desenvolvem um saber crítico que os possibilita ampliar suas reflexões sobre as funções do debate e da participação na vida acadêmica como uma forma de fazer política:

Eu acho que eu me sinto politicamente ativo quando eu participo das coisas. Eu acho que você tem de estar inserido no grupo, tem de estar dentro do que está acontecendo, Eu acho fácil você falar se você está de fora. *(R.F.)*

Eu acho que é a parte do debate, né... Toda vez que você discute alguma coisa, você dá sua opinião, você discute alguma coisa, eu acho que você fazer isso e saber fazer isso é a parte mais política que eu vejo na minha vida. *(A.T.)*

Eu me sinto politicamente ativo quando eu me informo sobre as coisas e passo a tomar algumas atitudes, baseado nessas informações. Porque, as vezes em que não me informo, eu deixo de me interessar por aquilo, ou, de repente, eu vou pelo voto da minha mãe, ou do meu pai...*(L.B.)*

Eu sempre fico nessa questão da dualidade entre fazer e participar, e eu me sinto assim, participando, quando eu estou fazendo algo, mas, ao longo desse processo, o 'o que é fazer' mudou pra mim... A questão do debate também é um fazer político. Porque, várias vezes, eu tento me aprofundar no conhecimento político na prática e, cada vez mais, eu sinto que eu só vou conseguir isso quando eu debater o assunto. E, pra mim, isso é o mais importante: você conhecer pra não se deixar levar. *(A.R.)*

Enfim, a partir dos fragmentos apresentados na discussão de ambos os países, é possível perceber que os jovens entendem o conceito amplo que envolve participação política. No entanto, nota-se que, na Espanha, por encontrar-se em uma das maiores crises democráticas de sua História, os jovens são mais conscientes politicamente. No Brasil, mesmo com os recentes protestos que tomaram as ruas das grandes cidades, ainda não se efetivou a necessidade de participar ativamente da política nacional ou regional: aqui, há a efemeridade, euforia do momento, polêmicas ocasionadas, alguns resultados conquistados e, logo depois, não se veem mais jovens nas ruas, ao contrário do que acontece na Espanha. Novamente, isso se justifica, principalmente, pelo fato de que um país em crise cria a necessidade de desenvolver a participação política, mais efetivamente.

3.3.3. Voto e eleições

Na Espanha, as eleições realizam-se a cada quatro anos, por meio do sufrágio universal. No entanto, diferentemente do Brasil, o voto não é obrigatório. Os indivíduos entre 18 e 65 anos têm o direito, mas não o dever, de ir até as urnas no dia em que são convocadas as eleições.

Como foi possível perceber no tópico acima, os discentes acreditam que o voto é a principal maneira de participar efetivamente da política, mesmo que eles tenham várias queixas sobre como ele é contabilizado na Espanha (Lei d'Hont, que vamos explicar no próximo item).

Com o intuito de conhecer se essa disposição se convertia em ações reais, nos questionários aplicados, perguntou-se aos entrevistados espanhóis se eles votaram nas últimas eleições (presidenciais, realizadas em 2011 no país), o que se observa na figura 7.

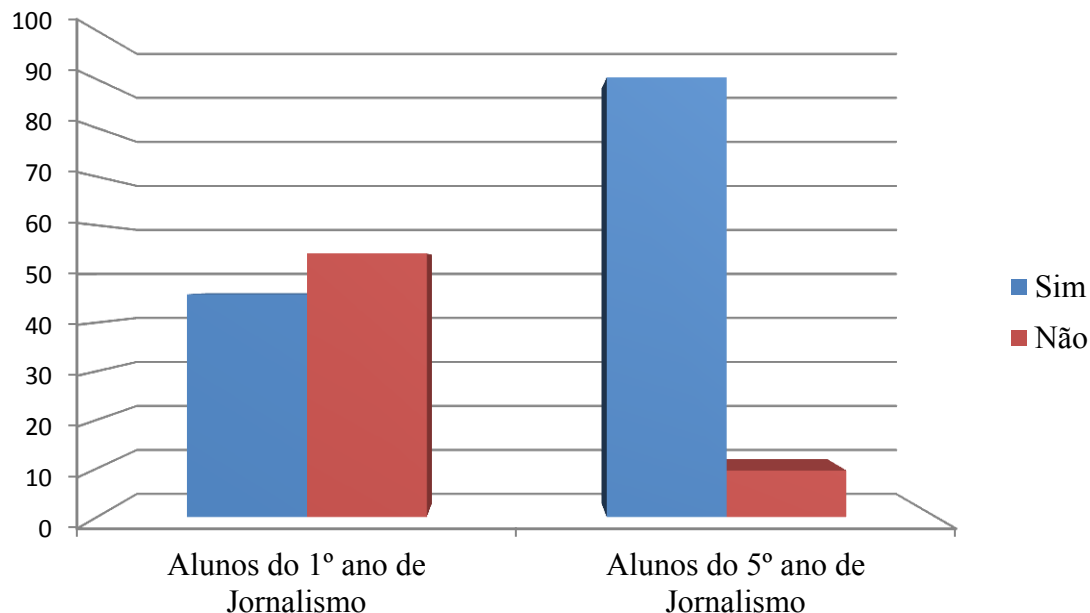


Figura 7: O voto na Espanha

Entre os discentes do quinto ano, 90,4% alegaram ter votado nas eleições presidenciais, o que comprova, de fato, que eles têm a vontade de participar na política, mesmo que indiretamente, por meio do voto. Porém, estão descrentes da maneira com que esta tem sido desenvolvida atualmente no país, como se apontou no tópico anterior. Entre os alunos do 1º ano, apenas 45,8% votaram nas eleições passadas, mas quem não votou, em sua grande maioria, não o fez, porque não tinha a idade exigida, como se observa na figura 8.

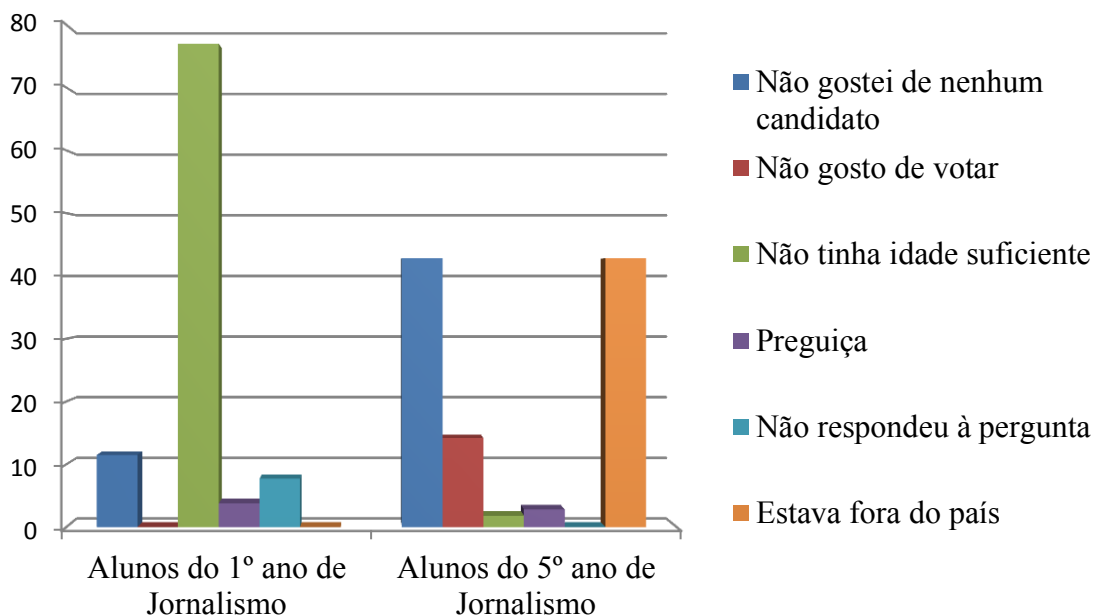


Figura 8: Justificativa para não ter votado

As justificativas para não ter votado são: 77% por não possuírem idade na época do pleito, entre os estudantes do primeiro ano; não votaram porque tiveram preguiça de ir até as urnas (3,8%) e não gostaram de nenhum dos candidatos (11,5%). Já entre os alunos do quinto ano, a situação muda: 42,8% dos não votantes disseram não gostar de nenhum dos candidatos; outros 42,8% declararam que estavam fora do país no período das eleições, e 14,2% afirmaram não gostar de votar. Tais dados podem indicar o desenvolvimento de uma cultura política mais crítica ao longo do curso, pois apenas 9.6% (figura 7) deixaram de votar, apesar de não ser obrigatório o voto.

No Brasil, o voto é obrigatório; então, o objetivo era descobrir se os estudantes votariam, mesmo que o voto fosse facultativo.

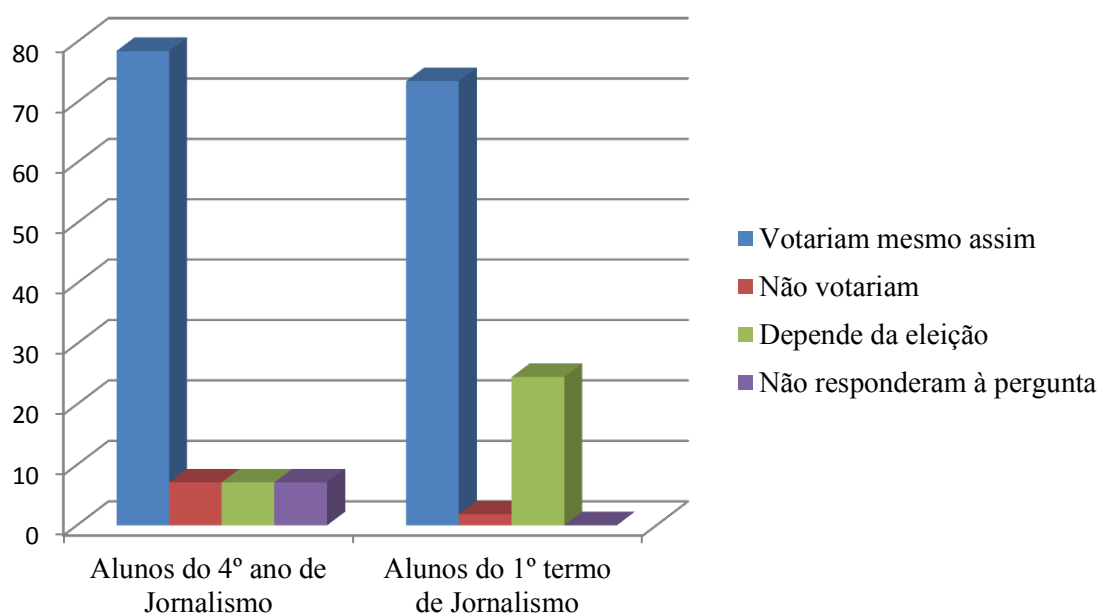


Figura 9: O voto no Brasil

Os dados demonstram que, entre os universitários, 74,6% (figura 9) declaram que votariam mesmo que o voto não fosse obrigatório, o que, além do aspecto de participação na escolha dos representantes do Estado, indicaria um ponto de vinculação ou de certa posição consciente de fazer parte de um todo, ou seja, de uma nação, um corpo social que integra inclusive o sentimento de pertencimento.

Isso comprova que, mesmo que o voto não fosse obrigatório no Brasil, como é na Espanha, a maioria dos jovens exerceria o direito de votar da mesma maneira, mostrando que, nesse sentido, os cenários são semelhantes.

3.3.4. O sistema político

Para dar continuidade à interpretação dos resultados obtidos nesse estudo, é necessário compreender um pouco o sistema político que contextualiza as discussões tanto no Brasil como na Espanha.

3.3.4.1. A Espanha

A Espanha possui um sistema parlamentar complexo, o qual é muito questionado pelos espanhóis. O Poder Legislativo do Estado está a cargo das Cortes Gerais, que representam o povo espanhol e controlam a ação do Governo. As Cortes são formadas por duas câmaras, ou seja, é bicameral, sendo câmara baixa – que é o Congresso - e a câmara alta, que é o Senado. O Poder Executivo é da competência do Governo, e o presidente é eleito pelo Congresso dos Deputados; por isso, no país, o Congresso é considerado muito importante uma vez que, além de eleger aquele que lidera, decide sobre a maioria das leis.

O Congresso é composto por 350 deputados, sendo que cada província elege um determinado número de acordo com a sua população (excluindo-se Ceuta e Melilla, que são representadas, cada uma, por um deputado). Nas últimas eleições, Sevilha elegeu dez deputados, embora os eleitos não tenham responsabilidade direta com a província que os escolheu.

As eleições para os deputados são feitas por meio de listas fechadas, ou seja, os eleitores votam em um partido, e não em um candidato específico. A ordem em que cada candidato é organizado na lista é decidida pelos próprios partidos, e os cidadãos não têm direito algum de opinar nesse processo, regra que foi muito apontada como negativa, pelos discentes durante as discussões:

Outro problema também é que, na hora de votar, você elege uma pessoa, sem pensar que ela representa o partido político, sem perceber a dimensão disso, porque, depois, as coisas vão ser decididas de acordo com as ideias do partido que essa pessoa representa. Ou seja, tudo é muito maior e muita gente se esquece disso na hora de votar, já que essa noção (de que, na verdade, é o partido que comanda) não é mostrada na hora da eleição. O processo em que as coisas são feitas não é aberto e, logo, não é democrático e cidadão. É tudo feito a portas fechadas. (P.F.)

A verdade é que a democracia é constituída por pequenas ditaduras. Porque, dentro dos partidos, com certeza, se estabelece uma grande pressão e categorias hierárquicas e, nesse sentido, a própria liberdade interna dos

partidos não fica muito clara e isso acaba impedindo que os partidos políticos sejam mais abertos e próximos aos cidadãos, e isso acaba comprometendo a própria democracia de cada partido. (J.C)

A política criou uma estrutura em que se coloca muito acima e com a qual nós não temos contato. Supõe-se que quem ganha as eleições é quem nos representa e que eu deva me sentir representada por essa pessoa (líder político), e não é novidade pra ninguém que isso não está acontecendo agora na Espanha. (M.G.)

O problema é que o partido que deveria representar a minha ideia não representa, e o candidato, muito menos. Então, o que acontece é que há um partido em que eu não votaria nunca, por conta da minha opção política, e o outro em que eu poderia votar, mas também não voto, porque não me sinto representado. O fato é que muita coisa tem de mudar. (R.L.)

Como pôde ser observado pelas transcrições, o presidente também não é eleito de forma direta pelos cidadãos. A eleição dá-se de maneira indireta pelo poder Legislativo. Cada partido apresenta seu candidato previamente ao rei da Espanha, e ele indica o candidato de sua escolha que concorrerá à eleição entre os deputados, os quais o elegerão ou não como presidente do país. Na prática, o partido que tem maioria no Congresso tem seu candidato escolhido e, por consequência, eleito pelos representantes de seu partido que compõem a Câmara. Para que a eleição seja considerada válida, o candidato precisa obter a maioria absoluta dos votos, ou seja, 50% mais um.

Esse processo reflete, então, um sistema eleitoral quase que unanimemente partidário. Como as eleições para o Congresso são feitas a partir de listas fechadas, as campanhas são trabalhadas, tendo como parâmetro a imagem do “líder” que representará o partido se ele obtiver maioria, no caso, o candidato à presidência. Nesse cenário, perguntamos aos entrevistados, se, no ato de votar, eles optam pelo candidato que mais lhe agrada ou se o escolhem de acordo com o partido que mais representa sua ideologia política, ou seja, se eles têm uma orientação partidária definida. Os resultados podem ser observados na figura 10:

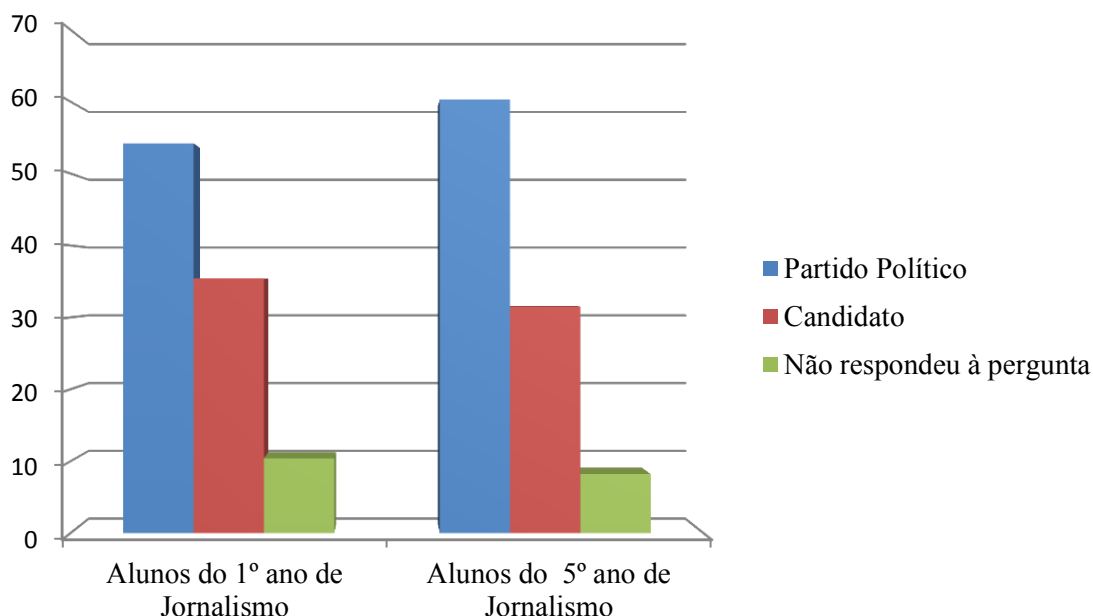


Figura 10: Como estudantes espanhóis escolhem os candidatos

Percebe-se (figura 10) que, em ambos os grupos observados – no primeiro e quinto ano -, a escolha do candidato votado se dá, majoritariamente, pelo partido político. Entre os alunos do primeiro ano, essa porcentagem é de 54,2% e, nos do quinto, é de 60,3%. Isso demonstra que, na Espanha, persiste a tradição partidária que, historicamente, consolida-se no bipartidarismo político: apontado pelos alunos como sendo um dos principais problemas da política espanhola.

O país possui dois partidos majoritários, o PSOE e o PP. O primeiro, *Partido Socialista Obrero Español* é, o mais antigo da Espanha e liderou o país por quase 18 anos (representa uma força hegemônica da Esquerda espanhola). O PP, *Partido Popular*, é o principal partido conservador espanhol (partido do atual presidente do país). Sua base eleitoral comporta apoiadores desde a extrema Direita até os centro-liberais.

Existem ainda outros partidos menores como a *Izquierda Unida* e a UPD, que não tem muita representatividade em âmbito nacional, mas, em algumas regiões, são expressivos. Também há os partidos nacionalistas e regionalistas, já que a Espanha possui, em seu território, regiões que lutam pelo separatismo, como a *Catalunya*, por exemplo. Esses têm grande representatividade em sua região e fazem alianças políticas para ganhar representatividade na esfera nacional.

Deste modo, vale a pena fazer uma breve explicação sobre a Lei D'Hont que rege o sistema eleitoral na Espanha, a qual os estudantes consideram como o principal entrave da política espanhola. Ela determina o processo utilizado para dividir as cadeiras do Parlamento de maneira proporcional e é gerida por algumas regras, tais como são desconsideradas as candidaturas que não obtiverem pelo menos 3% dos votos válidos obtidos em cada província. A partir daí, organiza-se em uma coluna, da maior para a menor, a quantia de votos que cada partido obteve em cada província e divide-se o número de votos por um, dois e três, sucessivamente, até que seja preenchido o número de cadeiras a que a província tem direito no Congresso.

A consequência dessa forma de distribuição é que os partidos maioritários acabam sendo favorecidos e ganhando representatividade suficiente no Congresso para que não precisem das minorias, o que ocasiona a discussão a respeito de sua eficácia e validade, colocando em xeque a democracia atual no país.

Os alunos entrevistados acreditam que esta Lei faz parte de um sistema, criado depois da ditadura, o qual não tem mais sentido, está desatualizado, precisando de reformas:

Eu acho que um dos problemas é que os partidos não têm uma obrigação fixada. Muitos apresentam seus programas de governo, mas, depois, não há uma obrigação de que ele seja cumprido. Não há nenhuma lei e nem uma norma que especifique que eles tenham de cumprir seu programa de governo. Então, nesse sentido, a democracia é muito pobre; porque você vota em uma ideia que, depois, pode mudar e te decepcionar. Isso aconteceu com o PSOE e agora também com o PP (referindo-se às eleições no país), nenhum dos dois cumpriu seu programa eleitoral e supõe-se que as pessoas votam com base nisso. (L.M.)

E logo que o representante é eleito pelo povo, faz os cálculos necessários e, se já tem a maioria absoluta, aí pode esquecer. Depois disso, não se pode fazer mais nada. Não se pode nem fazer uma denúncia, os desafortunados são completamente deixados de lado. Se quiserem fazer uma denúncia, tem de pagar... O povo nunca sai favorecido e só tende a piorar. (M.P)

A democracia na Espanha precisa de uma renovação. Estamos vivendo em um modelo do final dos anos 70 e eu acho que necessita de uma mudança urgente, porque senão vamos ficar cada vez pior e, aqui, a democracia real, não existe. Vota-se, quem tem a maioria impõe suas leis e, mesmo que o povo se manifeste, eles vão dizer que aceitam as manifestações, mas, vão continuar impondo sua maioria e por aí vai. Então, a democracia com a participação do povo não está sendo feita. O que está sendo feito é a democracia feita por aquela minoria que tem o poder, para impor suas leis e fazer aquilo que eles querem, de acordo com seus próprios interesses. (A.M.)

Nota-se, nesta última citação, a dualidade de conceitos utilizados pelo entrevistado, pois, ao mesmo tempo em que ele fala da democracia da Espanha – que precisa ser renovada –, ele evidencia sua decepção e afirma que a democracia “real” não existe no país, face às circunstâncias atuais.

Não há uma democracia real. Está sendo seguido um modelo de projeto definido pela União Europeia, mas a verdade é que esse projeto tem muitas falhas. É um modelo que favorece aos grandes bancos e às grandes multinacionais, e o Banco Central europeu acaba sendo submetido aos interesses da iniciativa privada. Ou seja, não há democracia; o que existe é um governo de mercado. (J.D.)

O sistema eleitoral que temos aqui na Espanha não é aquele que, caso o cidadão queira participar ativamente da política, vai poder fazê-lo. Por exemplo, infelizmente, quem quer ser político ou ser deputado, por exemplo, tem de ser mais amigo de quem faz a lista dos partidos do que de quem vota... E aí já é um obstáculo que impede que aquele cidadão que está na base da sociedade e quer fazer política consiga ser eleito e mudar realmente alguma coisa. (M.D.)

3.3.4.2. O Brasil

O Brasil é uma república federativa presidencialista: república, porque o Chefe de Estado é eletivo e temporário; federativa, porque os Estados são dotados de autonomia política; e presidencialista, visto que ambas as funções de Chefe de Governo e Chefe de Estado são exercidas pelo presidente, que é eleito a partir de eleições diretas a cada quatro anos.

A democracia vigente é a representativa: são realizadas eleições, em que o voto é obrigatório a todos os cidadãos de 18 a 65 anos, e opcional para maiores de 16 e 65 anos. O País é composto por 26 estados, mais o Distrito Federal e cada um deles possui autonomia política garantida pela Constituição Federal - mesmo sendo uma informação pouco veiculada aos cidadãos -, cada estado federativo tem o direito de fazer sua própria Constituição.

O Executivo, cuja função é fazer com que as leis funcionem, é exercido pelo presidente, quando ele vota, sanciona leis criadas pelo Legislativo ou edita medidas provisórias; pelos governadores e, na instância municipal, pelos prefeitos, todos eleitos em pleitos diretos com mandato de quatro anos, sendo renovável por mais quatro.

O Legislativo, cuja responsabilidade é idealizar as leis e julgar as propostas do presidente, é composto pelo Congresso Nacional bicameral, ou seja, composto por duas “casas”: a Câmara dos Deputados e o Senado.

O Judiciário - responsável por interpretar a Constituição e as leis, além de fiscalizar o seu cumprimento - é representado, em instância máxima, pelo Supremo Tribunal Federal, composto por onze juízes, escolhidos pelo presidente, aprovados pelo Senado e renovados a cada novo mandato.

Conforme essa lógica democrática, são necessários dois princípios para que ela funcione: o voto, que é a representação do povo e os partidos políticos, os quais deveriam exprimir e formar a opinião pública, pois, teoricamente, cada um de seus integrantes deveria compartilhar ideias e opiniões.

Além disso, os partidos políticos deveriam levantar, perante o eleitorado, os problemas e anseios sociais mais emergentes na opinião da população e apresentar um plano ou programa que se propõe a realizar, caso seu candidato conquiste o poder.

Portanto, os partidos políticos têm um papel importante na política de um país, tanto nas eleições quanto na preparação dos candidatos. Historicamente, os partidos políticos, no Brasil, existem desde a primeira metade do século XIX, quando havia mais de duzentas legendas. Na época do Estado Novo (1937-1945), os partidos foram proibidos e só foram novamente legalizados em 1945. No período, de 1945 a 1964, embora com a vigência do pluripartidarismo, houve a polarização entre os partidos getulistas (PSD e PTB) e o principal partido antigetulista (UDN).

Com a vitória do Golpe Militar, em 1964, foi criado o bipartidarismo, em 20 de novembro de 1965, no Ato Complementar nº. 4, assinado pelo então presidente Castelo Branco, como forma de encenação da existência de uma “democracia” no País. Durante o Regime Militar, houve uma espécie de congelamento da situação partidária no Brasil que durou quase vinte anos. Em 1980, voltou a existir o pluripartidarismo: inicialmente, com cinco partidos e, hoje, com trinta e dois registrados no Tribunal Superior Eleitoral.

Diante disso, a população deveria ter nos partidos políticos o apoio para decidir em qual candidato votar, o que, na realidade, não acontece no cenário político brasileiro. Há uma tendência da personalização política no Brasil, ao contrário do que acontece na Espanha, que é um país com partidos políticos consolidados, exercendo suas funções públicas, segundo a formação ética, política e administrativa de seus partidários.

A figura 11 demonstra que 71,4% dos discentes do último ano de Jornalismo da Unesp votaram nas últimas eleições, escolhendo o candidato que mais lhes agradava, e não o partido; 83% do primeiro ano repetem esse comportamento.

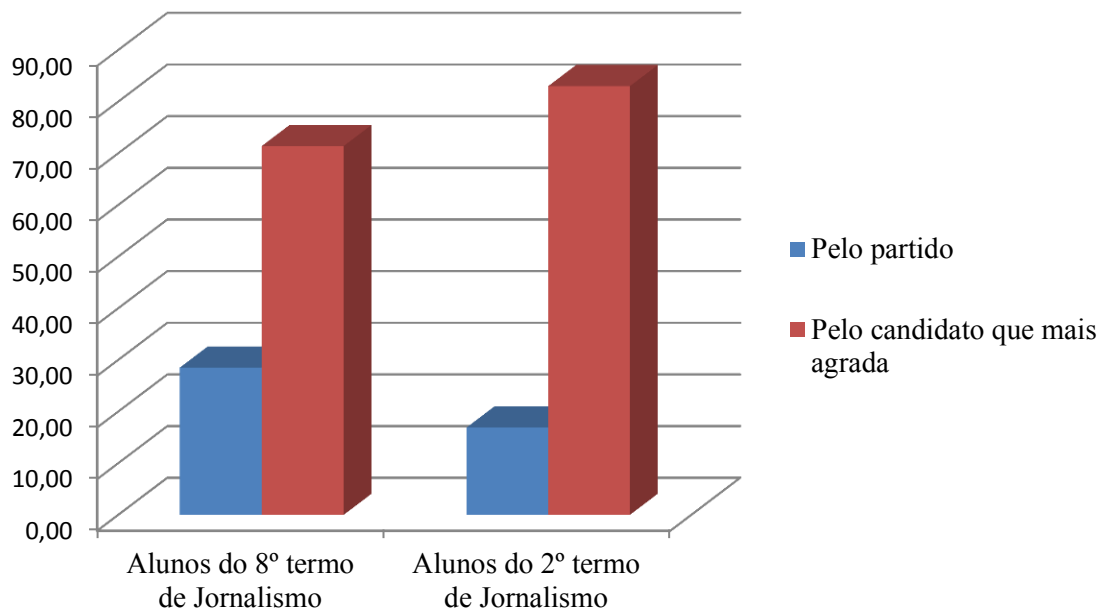


Figura 11: Como os discentes brasileiros escolhem os candidatos

Tal resultado confirma a teoria da Personalização Política defendida por Leal:

O contexto da nova ambiência eleitoral também influi para uma nova organização da Comunicação Política, que passa a ter como objetivo a criação desses laços entre o político e a sociedade por meio dos veículos de comunicação. Para criar e manter imagens públicas eficazes, os agentes políticos buscam profissionais da comunicação e consultores, que se utilizam do domínio das técnicas de produção midiática para "vender" a figura do candidato e conquistar a preferência de eleitores majoritariamente pouco interessados no processo eleitoral. (LEAL; ROSSINI, 2010, p.1).

Como vimos na pesquisa com os discentes brasileiros, a figura do candidato passa a ser supervalorizada e torna-se mais importante para a definição das escolhas eleitorais do que os partidos políticos. Nessa análise, é possível perceber a grande diferença em cenários políticos do Brasil e da Espanha, tanto na constituição da política em sua organização e execução, como no processo eleitoral, no que se refere à forma como o público escolhe seus representantes.

3.3.5. Democracia

Democracia é um conceito histórico que, dependendo do grau de participação do povo e do objetivo do Estado, terá uma denominação, ou seja, será exercida em maior ou menor grau. Não é possível instalar-se uma democracia num determinado povo sem a conscientização dele, ou sem que haja um processo contínuo de conquistas de garantias e direitos fundamentais. Ela é um instrumento de realização de valores

essenciais de convivência humana, dentre eles a liberdade, a igualdade e a vontade da maioria.

Por exemplo, na Democracia Direta, que era o tipo de democracia adotado na Grécia antiga, os cidadãos se reuniam no “Agora” para decidir os rumos do governo, e as deliberações eram tomadas por uma parcela restrita da população que detinha a condição de cidadão, excluindo-se os demais, dentre eles os escravos, os estrangeiros, as mulheres e os que não tinham posses. Assim, apesar da denominação de democracia, a situação era de extrema exclusão social.

3.3.5.1. A democracia espanhola

A democracia na Espanha foi o tópico que ganhou mais destaque nas discussões. Em todos os grupos, os estudantes mostraram-se insatisfeitos com a democratização no país. O descontentamento pode ser percebido quando os entrevistados dizem que, atualmente, vivem em uma “falsa democracia”, indicando certo amadurecimento coletivo entre os universitários em termos dos valores sociais e garantias, necessários para a existência de uma democracia.

Assim, após refletir sobre como funciona a política espanhola e como os representantes são eleitos, coube discutir sobre o nível de satisfação dos discentes com o cenário em que estão inseridos e os motivos que os levam a essa percepção.

Com esse objetivo, perguntou-se aos entrevistados sobre o nível de satisfação com a democracia espanhola; os resultados expostos na figura 12 indicam uma expressiva rejeição ao sistema atual, demonstrando que esse público tem uma opinião política forte e é consciente a respeito do que está acontecendo em seu país. Aqueles que se dizem plenamente satisfeitos com a democracia espanhola somam 6,2% entre os alunos do primeiro ano; dentre os estudantes do quinto ano, nenhum declarou plena satisfação com o sistema. Já os que disseram ter uma satisfação mediana somam 54,2% entre os primeiro-anistas e 38,3% entre os do último ano. Os insatisfeitos somam 39,6% no segmento do primeiro ano e 60,3% entre os que cursam o último, como pode ser observado.

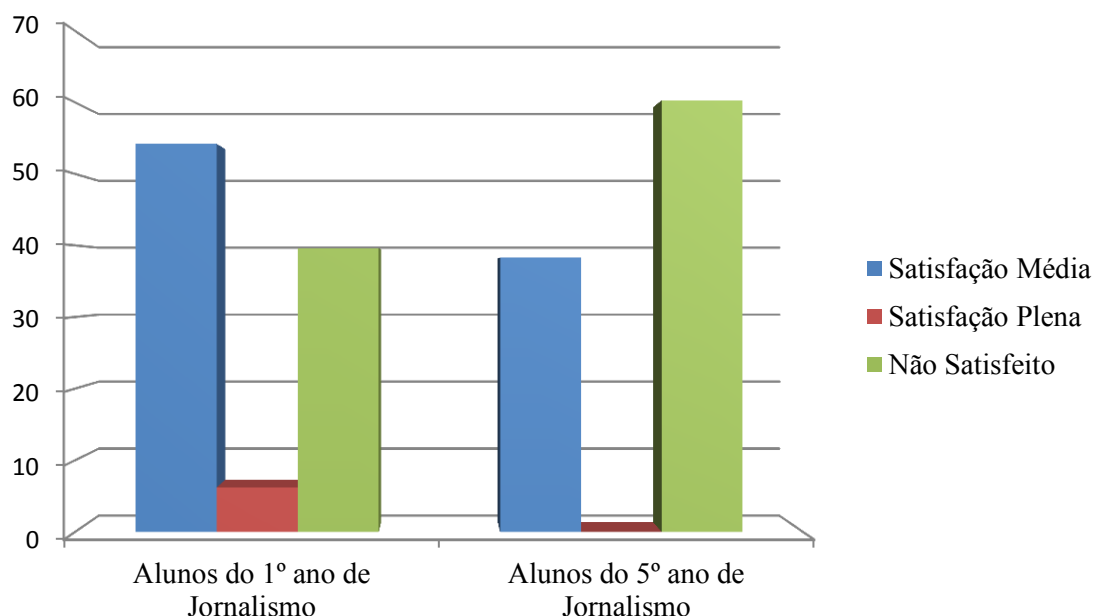


Figura 12: Satisfação com a democracia espanhola

Mais uma vez, a diferença pode ser notada empiricamente - de opiniões e dimensões percentuais - entre os grupos, o que vem demonstrar que a mudança na criticidade do jovem acadêmico de Jornalismo não é apenas um evento que tem começo, meio e fim, mas, sim, um processo latente que vai, ao longo do tempo, construindo distinções nos padrões vigentes. Como explica Van de Ven (1988, 331):

Enquanto mudança é uma observação ou manifestação empírica, o processo de mudança é uma inferência de um padrão latente de diferenças notadas no tempo. Assim, os processos de mudança não são diretamente observados; em vez disso, eles são inferências conceituais sobre a ordenação temporal de relações entre as mudanças observadas.

Os alunos do primeiro ano justificam a não satisfação com a democracia como sendo descontentamento com o bipartidarismo (5,3%), desemprego (5,3%), mau governo (15,8%), falsa democracia (36,8) e outros 36,8% que não justificaram o motivo da insatisfação.

Já entre os do quinto ano, as alegações foram: corrupção e abusos de poder (22,7%), desigualdade social e falta de preocupação com o cidadão (6,8%), atual funcionamento do governo (9,0%) e falsa democracia (50,0%), além dos 11,4% que não justificaram.

Tendo esses dados em mente e na busca por compreender se a insatisfação com a democracia espanhola tinha alguma relação com a crise que o país vinha enfrentando nos últimos anos, questionaram-se os entrevistados se seu nível de satisfação com a

democracia havia mudado nos últimos anos. Os resultados mostram que, entre os alunos do primeiro ano, 56,2% declararam não terem mudado de opinião, e 43,7% acreditam que houve mudança. Já entre os alunos do quinto ano, 30,1% afirmaram não terem mudado de opinião nos últimos anos, enquanto 68,5% disseram que sim.

Entre as justificativas apresentadas pelos estudantes, encontram-se a crise, a alegação da existência de uma falsa democracia no governo atual e o fato de passarem a conhecer melhor o sistema político de seu país, corroborando a hipótese de que, ao adquirirem mais conhecimento junto à universidade, ampliam-se também a conscientização e a criticidade política.

Talvez, a conexão mais evidente entre política e mídia em nossa pesquisa foi perceber o modo como os estudantes demonstraram intensamente sua insatisfação com o sistema democrático do país. O termo “falsa democracia”, frequentemente utilizado, prevalece nas falas, as quais apontam o sistema político da Espanha como obsoleto, de interesses de uma pequena parcela da população e sem a possibilidade de conquistar uma representação mais universal:

A democracia representativa é como um teatro, porque você vota em uma pessoa e logo se coloca um peso de responsabilidade sobre ela e, por outro lado, também se atribui a responsabilidade de que essa pessoa te informe do que está acontecendo e que ela te informe do que é importante ou se existe algum problema e, na maioria das vezes, essas pessoas se expressam com palavras que não tem conteúdo, como se fosse só para prestar satisfação, sem que façam questão que entendam o que dizem. (J.D.)

Eu penso que o problema da democracia é um problema ético. O problema é que não se mantém os objetivos pelos quais as pessoas são eleitas. Essa pessoa deveria pensar como todos os demais (o povo) para poder escolher o que deve ser feito, de forma que seja do interesse de todos. Quando isso se perde, começa a acontecer um direcionamento em que se pensa nos interesses de apenas uma pequena parcela da população e se perde o caráter de ‘representação universal’ que os políticos devem ter. Na Espanha, isso acontece muito e, por muitas vezes, acaba-se atendendo só a interesses partidários e, a partir daí, surgem brigas entre partidos que acabam gerando uma crise no próprio sistema político. Isso é um problema frequente na democracia espanhola. Por parte dos cidadãos, o que acaba acontecendo é uma desconfiança generalizada. (J.C.)

Eu acho que estamos enfrentando a maior crise da democracia da história e eu acho que todos os espanhóis estão de acordo em uma coisa: antes, cada um defendia o partido que acreditava que ia mais ao encontro aos seus ideais, mas, agora, ninguém mais tem força para defender nada. (R.L.)

No dia a dia a política seria uma maneira de o país melhorar, mas, isso não está acontecendo. A democracia é uma utopia, pelo menos aqui na Espanha. (D.S.)

Aqui na Espanha, podemos dizer que temos uma democracia, mesmo que ela não seja das melhores. Nós acreditamos que estamos elegendo alguém que vai nos representar, aquele que vai mandar em nós, mas, na verdade, não é assim. A verdade é que o voto que deixamos no papel nas eleições elege alguém que não é quem vai tomar as decisões por nós, mas, no final, quem toma as decisões é alguém que nós nem conhecemos. Então, é uma democracia que está em decadência, cada dia pior. É fato que, em algum momento da história da Espanha, esse modelo foi muito favorável, porque estávamos saindo de um período de 40 anos de ditadura, mas, hoje, a democracia espanhola está muito obsoleta. (M.D.)

A democracia aqui não é suficiente, não está como deveria estar. (A.D.)

É nesse âmbito de construção do conhecimento e debates acadêmicos que se compreende o papel fundamental da mídia e dos processos de ensino e aprendizagem que ocorrem no decorrer da vida acadêmica. Percebe-se, então, que a insatisfação generalizada não é só fruto da crise atual, mas de um longo processo que a Espanha enfrenta desde que saiu da ditadura: fatos vivenciados e discutidos pelos universitários.

Ademais, os alunos reconhecem que um dos fatores que impedem a valoração do sistema democrático no país é a falta da participação cidadã, seja porque a população não participa mais ou porque ela está sendo impedida de participar:

Neste país participa-se muito pouco e a participação cidadã está muito limitada aos grandes meios de comunicação e às grandes instituições, em geral. São muitas tentativas por parte da população, mas, poucas são efetivas aqui. (J.F.)

Eu penso que na Espanha a participação cidadã não existe porque a pessoa vota a cada quatro anos, mas, depois disso não se faz nenhum tipo de consulta e nem se quer saber o que o povo precisa ou pede. Na Espanha existe um referendo que poderia ser, mas, não se faz, simplesmente não acontece e não há nenhum tipo de satisfação ao povo. E logo, se o povo pede alguma coisa, faz manifestações, eles nem ligam. Por exemplo, em Madrid, o governo proibiu que os cidadãos entrassem no parlamento da cidade, porque se entravam para se manifestarem com cartazes ou coisas do tipo, eram rechaçados. Ou seja, foi proibido o acesso do povo ao parlamento, se supõe que o parlamento é a casa do povo. A participação do povo, na Espanha, para mim, não existe. Vota-se a cada quatro anos, se contabilizam os votos, o poder político é dado a um partido e para por aí. (A.C)

Mas a participação cidadã é fundamental na democracia. O problema é que nós temos um sistema e uma sociedade que acabam não permitindo que ela aconteça da forma que deveria. Sobretudo, não se participa o suficiente. Não é suficiente votar a cada quatro anos. Na Espanha, por exemplo, há o referendo da constituição, que é uma coisa muito importante... Deveriam pelo menos convocar mais referendos. (J.D)

Em suma, considerando que o sistema político espanhol enfrenta uma grave crise, que vai além dos problemas econômicos e sociais, o sentimento de insatisfação

com o sistema político, aliado à desmotivação frente à participação política, são os fatores apontados pelos estudantes para a falta de interesse em política na Espanha.

3.3.5.2. O cenário brasileiro e a democracia

Considerando que a conscientização sobre o processo de democracia depende da informação e da experiência social do povo que a adota, vemos que, no Brasil, a democracia semidireta ou participativa expressa na Constituição que consagra a soberania do poder ao povo e pode ser exercida por seus representantes diretamente ou através de vários mecanismos, como o plebiscito, o referendo e a iniciativa popular. Constitucionalmente, a democracia é também associada à república e ao pensamento de liberdade, quando, de fato, república e democracia são dois conceitos diversos e independentes entre si.

Democracia é uma das formas pela qual o poder político pode ser exercido dentro de um Estado, independente da forma de governo – daí é possível observar alguns sistemas de democracias que são monarquias parlamentaristas, o que comprova que é indevida a relação de democracia com república.

No entanto, quando perscrutada a opinião entre os universitários da Unesp sobre o tema, notaram-se essa vinculação e um fraco conhecimento sobre o modelo da democracia representativa, pois, após a ditadura Militar e a abertura para um processo democrático, podemos dizer que, no Brasil, esta se encontra em construção, com pouco mais de vinte anos.

A discussão junto aos alunos brasileiros foi em torno do que eles acreditam ser a democracia:

A democracia pra mim é a participação de todos... Todos tem voz, a participação de todos. Onde todo mundo possa falar, dar a sua opinião...(M.B.)

É o respeito pelo outro também (R.F.)

É uma coisa que todo mundo deseja, que todo mundo quer e todo mundo busca, mas que eu acho que nunca vai ser plena. É utópico. (A.T.)

Tem que ser utópico, porque se não fosse utópico, não teria um objetivo para se chegar, um ideal...(R.S.)

Porque a luta política e a política em si nunca tem um fim. Elas sempre vão ter algo a mais pra continuar. Então, a gente sempre tem que estar buscando a democracia. (A.R.)

É aquela coisa de mirar mais alto, pra conseguir uma coisa mais alta... Se de repente você coloca uma coisa na metade, você só vai conseguir aquilo. (L.B.)

A gente não vive em um Estado pleno democrático. (A.R.)

É que eu acho que a gente pensa muito na democracia como algo que todo mundo vai participar no mesmo nível, mas não é assim. Nem no Brasil que é obrigatório votar; nem todo mundo vota pensando como votar. (J.M.)

Aqui no Brasil os partidos também não são fortes ideologicamente como nos outros países. Aqui existem milhões de partidos, cada um com uma ideologia mais ou menos... Não existem duas forças. (H.J.)

Tais afirmações demonstram que as reflexões sobre a democracia no Brasil se estabelecem num sentido muito mais idealístico do que pragmático, como na Espanha. Talvez, pelo fato de o voto ser obrigatório, a reflexão se dá não na forma de participar, mas no que significa essa participação no processo democrático, mesmo porque a geração dos jovens, que foram consultados na pesquisa no âmbito do Brasil, ao contrário dos espanhóis, não experimentou outro sistema político. Eles já nasceram neste atual regime e não têm uma “cultura política” de analisar o conceito de democracia, nem de compará-lo aos variados países do mundo que os adota.

Podemos dizer que estamos num momento de transição política, econômica e social de grandes proporções devido ao curto período em que se deixou de ser uma ditadura militar e passou a Estado Democrático de Direito. Nesse sentido, é possível perceber, novamente, que o contexto em que os jovens estão inseridos influi diretamente na percepção que eles têm da política do país e, por consequência, faz com que apareçam diferenças na avaliação das pesquisas realizadas no Brasil e na Espanha.

3.3.6. A participação política na Internet

3.3.6.1. As campanhas políticas *on-line*: caso espanhol

Compreendido o cenário em que a Espanha está inserida no que se refere ao setor tecnológico e político, adentramos a questão de como as campanhas políticas espanholas têm ganhado espaço na Internet e, ainda, como elas têm possibilitado um novo universo para a participação política por parte da população.

No que se refere às campanhas eleitorais, é necessário pontuar que, oficialmente, na Espanha, elas começam quinze dias antes da data das eleições e, diferentemente do que acontece no Brasil, não há uma legislação que regulamente as defina, por exemplo,

que todos os partidos têm de ter o mesmo tempo de exposição na mídia, nem um horário eleitoral obrigatório, nem mesmo os debates entre candidatos: embora a Espanha não tenha tradição em debates políticos.

Nesse sentido, a propaganda política acaba sendo maior para os partidos que possuem mais financiamento para suas campanhas, reforçando a questão de que acontece uma política para privilegiar o poder constituído. No entanto, a Internet, se inserida nesse contexto, amplia o universo de campanha, uma vez que as atividades em rede, normalmente, são bem menos onerosas.

Tendo isso em mente, é necessário que os políticos saibam fazer uso do universo *on line*, já que, segundo dados de pesquisas realizadas e as discussões obtidas mediante os grupos focais, os eleitores ainda estão adaptando-se a essa nova modalidade e não é tudo que é visto com bons olhos:

Los políticos españoles han decidido que no podían obviar las redes sociales en sus campañas electorales, pero, a diferencia de lo que ocurre en EE.UU., se han lanzado a su uso de forma tardía y artificial y, de momento, su influencia en los resultados electorales está siendo nula. (ABEJON, SASTRE, LINARES, 2012, p.131)⁸

Os partidos políticos, no geral, inspiram-se na campanha política realizada por Barack Obama, nos Estados Unidos, em 2008. Jornalistas americanos garantem que, se não fosse pela sua campanha na Internet, ele provavelmente não teria sido eleito pela primeira vez. O processo para angariar votos constituiu-se pelo pedido de pequenas doações por parte dos eleitores (foram arrecadados US\$650 milhões, através de doações singulares inferiores a US\$200); a sua equipe produziu vídeos com o intuito de serem veiculados no YouTube©; foram criados sites de discussão *on-line* para rebater as críticas, desmentir rumores e divulgar dados pertinentes à campanha; além disso, a equipe de Obama passou a ouvir solicitações e sugestões feitas pelos eleitores pelas redes sociais, o que culminou na criação de aplicativos para dispositivos eletrônicos como iPhone© e iTouch©, que facilitavam o encontro dos eleitores em qualquer lugar do país.

⁸ Tradução: Os políticos espanhóis decidiram que não podiam ignorar as mídias sociais em suas campanhas, mas, ao contrário do que acontece nos EUA, isso tem levado ao seu uso de uma forma tardia e artificial e, até agora, a sua influência sobre resultados eleitorais tem sido nula.

Na Espanha, como em vários outros países do mundo, a campanha política via Internet ainda está em processo de descobrimento e adaptação. Para que possamos entender como ela tem sido realizada, citamos alguns exemplos do que aconteceu nas últimas eleições realizadas no país, em 2011.

Uma ferramenta adotada foi a publicidade junto aos usuários da rede. Rubalcaba⁹, por exemplo, criou um sistema em que, os internautas que compartilhassem as informações de sua campanha, ganhariam pontos, que poderiam trocar por presentes na página *on-line* do candidato; os objetos incluíam canecas, camisetas e até brilhos labiais. Já Rajoy¹⁰ adotou uma metodologia mais tradicional: criou um aplicativo gratuito com seu nome, que foi disponibilizado nas lojas da *Apple* e do *Android*®, através do qual seus seguidores poderiam ser atualizados em todos os momentos sobre sua campanha (semanas depois, o adversário, Rubalcaba, criou um aplicativo semelhante).

No entanto, a interação mais inovadora ficou por conta do partido Equo, que, por meio de sua página *on-line*, permitia que os eleitores fizessem uma prévia das eleições, escolhendo os candidatos que seriam colocados nas listas. A UPD também criou um procedimento semelhante, mas, nesse caso, para votar, o usuário deveria ser militante do partido.

Os casos citados representam as diversas formas de campanha tradicional em que a Internet é usada como mais um veículo no qual os candidatos podem fazer sua propaganda política. No entanto, as tendências apontam as redes sociais como sendo as mais oportunas para aproximar candidatos de seu eleitorado: se souberem fazê-lo de maneira correta.

Assim, antes de realizar uma análise mais aprofundada da questão, cabe expor como os estudantes que participaram dos grupos de discussão se manifestaram sobre o assunto:

Tudo é publicidade. É mais uma forma de propaganda, mais uma ferramenta que eles podem usar em seu benefício. (M.S.)

⁹ Candidato à presidência pelo PSOE.

¹⁰ Atual presidente do país. Na época, candidato à presidência pelo PP.

Eu acho que, na verdade, muitos, em suas páginas no *Facebook*®, não se dirigem diretamente a ninguém (sobre a aproximação que essa ferramenta pode gerar). Com certeza, cada político vai ter um assessor que vai determinar tudo o que sai ali, o que é publicado, como responder ou não. (D.R.)

O pior é que, nós mesmos, como jornalistas, vamos ser contratados como esses assessores... E é um meio de comunicação para fazer propaganda política. (M.V.)

Mas aí acaba até acontecendo, talvez, uma falta de credibilidade que pode ser gerada se os políticos não tiverem cuidado... Eu sigo a todos, mas não sigo a nenhum, por exemplo. Eu acho que todos sabem que, de verdade, não são os políticos em contato com os cidadãos, se não, seu gabinete de comunicação publicando o que acha que vai construir uma melhor imagem do candidato. (R.L.)

Será que a internet, nesse sentido, nos ajuda ou ajuda aos políticos? (M.G)

Acaba sendo mais uma ferramenta para os políticos. Eu acho que isso caracteriza todo o processo eleitoral no que se refere à inserção dos políticos nos meios de comunicação. Todo político tem um gabinete de comunicação à sua disposição. Os jornalistas tem que se assegurar que o político esteja feliz com a imagem que está passando. Nas eleições, quando um político aparece na mídia é porque o seu gabinete de comunicação acha que é interessante que ele apareça. Então, vão trabalhar para que a imagem seja passada como eles querem, Se querem que a imagem seja de proximidade com o público, vão fazê-lo através das redes sociais, Internet, ou seja lá o que for. (Y.M.)

Deveria ser (se referindo à Internet como ferramenta de discussão)... Mas eu, por exemplo, trabalho na prefeitura de Sevilha... Eu respondo a muita gente sobre qualquer coisa, mas, se alguém faz alguma crítica, pode ser sobre o que for, ninguém vai te responder. Os políticos estão sempre cercados por pessoas que vão os estar protegendo. Você pode até expressar sua opinião, mas, se não for do agrado, muito dificilmente alguém vai te responder. (J.G.)

Provavelmente isso não aproxima muito mais os políticos... Eu não vejo muita diferença entre seguir um político no *Twitter*(®) e comentar um vídeo no *YouTube*®, por exemplo. O eleitorado e os comentários vão ser os mesmos. O espaço é muito amplo e tudo vai depender do que eu quero; se quero só comentar, seguir ou me informar. No final das contas, da tudo na mesma. (R.C.)

A partir das transcrições, notamos que elas exemplificam a discussão gerada em torno do assunto. É possível inferir que os jovens, mesmo estando inseridos no universo *on line* e sempre conectados (como já foi evidenciado), não percebem a Internet como um meio eficiente para as campanhas políticas. Eles a associam à efemeridade, àquilo que é colocado em redes sociais ou mesmo em páginas da *web*. E, ao contrário do que seria o intuito dos políticos, eles agregam um caráter totalmente impessoal aos perfis de

políticos no *Facebook*© e no *Twitter*©, por exemplo. Isso porque, como estudantes de Comunicação, têm consciência da existência do gabinete de comunicação que controla tudo o que é veiculado. Talvez, essa percepção não exista em outro segmento de público, mas, em se tratando de futuros profissionais de Comunicação, essa proximidade não se cria:

Pero muchos políticos no saben manejar la bidireccionalidad de la comunicación. Y peor aún, la temen. Temen que abrir sus webs a los ciudadanos suponga que les cuelguen mensajes indebidos y temen que las respuestas de los electores puedan ponerles en aprietos durante las campañas, un tiempo en el que los políticos españoles lejos de acercarse a la gente prefieren alejarse de los periodistas con ruedas de prensa sin preguntas o exigiendo únicamente preguntas relacionadas con el acto o visita de campaña. (ABEJON, SASTRE, LINARES, 2012, p.135)¹¹

3.3.6.2. As campanhas políticas *on-line*: caso brasileiro

No Brasil, as campanhas políticas *on-line* tiveram início nas eleições presidenciais de 2010. A candidata Marina Silva criou, a partir das redes sociais, perfis que permitiam a divulgação de suas ideias e sua aproximação com o público, gerando o que ficou conhecido como o movimento da “onda verde”. A candidata, que iniciou a corrida eleitoral com porcentagens mínimas de intenções de voto, encerrou as eleições em terceiro lugar, com 19,33% dos votos válidos no país.

No entanto, a partir dos grupos de discussão, foi possível perceber que, no Brasil, como na Espanha, a Internet ainda está conquistando espaço em um cenário dominado pela televisão. Aqui, o horário político obrigatório da televisão garante espaço a todos os candidatos, cada qual investe mais ou menos dinheiro e tem mais ou menos tempo, dependendo das coligações partidárias, mas tem o direito de campanha assegurado.

No cenário *on-line*, *Facebook*© e *Twitter*© são considerados pelos jovens plataformas de discussão, e o *YouTube*© é visto como um canal de divulgação de conteúdo semelhante ao veiculado na televisão. Isso pode ser observado nas discussões realizadas:

¹¹ Tradução: Mas muitos políticos não podem lidar com a bidirecionalidade da comunicação. Pior ainda, o medo... Eles estão com medo de abrir os seus sites para cidadãos e assumirem mensagens indevidas e pendurá-los. Temem que os eleitores deem respostas para colocá-los em apuros durante as campanhas. Isso em um tempo em que os políticos espanhóis, além de ficar longe das pessoas, preferem ficar longe de jornalistas, conferências de imprensa; sem perguntas ou exigindo apenas perguntas relacionadas com o ato ou visita de campanha.

Eu acho que o horário eleitoral serve para construir a imagem do político. O que eu acho que tinha que ter mais na época de eleições é mais debate e menos cobertura sobre a agenda política do candidato e horário eleitoral. (N.G.)

Eu acho que apesar das distorções, que o horário eleitoral é quem tem mais dinheiro, tem mais tempo pra falar, é uma boa para você poder conhecer o plano de governo de um candidato específico, melhor do que outras mídias até... Porque é o próprio cara falando e apresentando o que ele pretende fazer. Então, eu acho que ele é válido, não é de todo negativo. Ele é mal usado. (H.J.)

Acho que depende sim de como a política te atinge, mas também vai depender muito da sua reação ao que está te atingindo. E aí isso vai não vem só da formação escolar, mas também da familiar. Por exemplo, se meus pais desligam a TV no horário eleitoral, se eles nunca assistem o que eu vou pensar? Que o horário eleitoral não serve pra nada... A internet dá espaço para várias opiniões e também você tem o lado oficial. Você tem a posição de todo mundo, inclusive a lei da propaganda eleitoral. (M.C.)

Eu vejo a Internet ajudando mais as pessoas que estão indecisas. Talvez o que aconteça é um debate bem ferrenho, com as pessoas que já têm preferências, expondo suas opiniões, mas não saia disso. (J.C.)

Nesse contexto, tem-se também a consciência de que, no Brasil, o acesso à Internet ainda não é um privilégio da maioria:

Eu acho que apesar de a gente passar muito tempo na Internet, ainda não é o meio ao qual a população brasileira tem mais acesso. Eu acho que ela afeta a opinião pública quando nós, que somos a elite intelectual do Brasil, percebemos alguma coisa e fazemos um rebuliço na Internet. E aí as pessoas, de um modo geral, se informam sobre esse assunto. Se ficar só na Internet acho não tem um peso tão grande. (L.S.)

Eu acho que a próxima geração que está nascendo agora vai formar opinião diretamente na Internet, A minha formação não foi só na Internet. Faz só uns cinco anos que a gente entra na Internet todo dia, efetivamente. Hoje eu acho que, ainda, o que forma opinião é a televisão. (N.G.)

E também comparam-se atributos que a TV possui e que a internet ainda não tem:

Eu ainda acho que a televisão é muito mais forte do que as mídias interativas. O poder de você ver o candidato na TV persuadindo ou tentando persuadir, reparando na oratória, A Internet tem mais conteúdo mais ainda não é tão poderosa quanto a imagem. (J.C.)

É você ver o cabelo dela, como ela se veste, ver que o candidato é gente como você e rolar uma identificação. (A.F.)

A internet está tendo essa potencialização de vídeo, essa coisa da convergência midiática. Agora, o efeito disso, como vai se dar isso a gente ainda vai ver, se a Internet vai ganhar ou perder força ao longo do tempo. Hoje, ainda não tem como competir com o caráter visual da TV. É muito mais fácil você se identificar com a pessoa quando você está vendo ali, os trejeitos dela. (N.G.)

O que é possível perceber é que, no Brasil, assim como na Espanha, a Internet ainda está engatinhando como meio de comunicação para campanhas políticas. Ainda não se sabe ao certo qual o potencial que pode advir das novas tecnologias e ainda falta mão de obra especializada, que saiba explorar todas as potencialidades que a rede possui.

3.3.7. As mobilizações a partir da Internet

3.3.7.1. A Espanha

A Internet vem sendo encarada como facilitadora da organização de grupos e de mobilização de pessoas com interesses em comum. Essa agregação tem caráter tanto de reunir semelhantes como de organizar-se em luta por objetivos comuns: ponto crucial de nossa análise.

A facilidade proporcionada pela Internet não necessariamente gera uma quantidade significativa de ações reais. Isso porque é simples confirmar presença em um evento, curtir determinada página ou compartilhar certas informações, mas o fato de levar adiante e efetivamente converter a participação em rede a uma mobilização real exige que o indivíduo tenha interesse pelo assunto e esteja disposto a efetivamente se engajar:

Los sitios de Internet son generalmente facilitadores de la participación, pero no suponen necesariamente una acción; las actividades de participación cívica que resultan de las interacciones en línea ocurren a menudo en el espacio offline”(2008:264). Es decir que las herramientas digitales, hasta este punto, solo cumplen un rol de organización y de plataformas de interacción; unirse a un grupo en una red social o comentar en un blog no generan un compromiso mayoral de hacer clic en la aplicación correcta (e ignorarla si no resulta suficientemente atractiva en términos de cercanía, empatía o interés). Muchas de estas presencias son, siguiendo a Sandro Venturo, movidas que no llegan a ser movimientos, [...] porque no están centralizadas institucional ni políticamente. No forman parte de circuito político alguno (2001:100). (ABEJON, SASTRE, LINARES, 2012, p.153)¹²

¹² Tradução: Sites de internet geralmente são facilitadores da participação, mas não são necessariamente uma ação; atividades cívicas resultantes das interações on-line, muitas vezes ocorrem no espaço *offline* "(2008: 264). Isto significa que as ferramentas digitais, até agora, tem apenas um papel de plataformas de organização e interação, juntar um grupo em uma rede social ou comentar em um blog não gera um

Essa máxima também é compartilhada por alguns dos estudantes entrevistados, no entanto, observando as transcrições abaixo, é possível perceber que eles acreditam que a Internet pode tornar-se um veículo importante para a mobilização de pessoas:

Dependendo do caso, a cidadania em rede pode ser efetiva ou não e pode resultar ou não em participação cidadã, como no 15M¹³, por exemplo. Mas, de verdade mesmo, a participação raramente se efetiva aqui na Espanha. (M.G.)

A lei dos despejos, por exemplo, (se referindo à atual crise espanhola) teve muita repercussão e milhões de pessoas se manifestaram, de verdade. Eles chamaram a atenção para o que estava acontecendo e, inclusive, teve gente que se suicidou e coisas do tipo. E daí, com medo ou qualquer outra coisa do tipo, os partidos começaram a fazer alguma coisa pra tentar mudar a lei hipotecária e tudo isso. Pelo menos, desta vez, os protestos geraram alguma tentativa de mudança efetiva por parte dos líderes políticos. (R.L.)

A participação cidadã é a influência que os cidadãos têm na política e na sociedade...Eu acho que, hoje em dia, isso acaba sendo feito muito pelas redes sociais e também quando há alguma atividade local, da cidade em que você vive aí você pode participar também. Com a crise, as redes sociais e a Internet, por ser grátis, acabam sendo muito necessárias. É uma maneira que todo mundo tem de se expressar e fazer sua opinião ser conhecida. (D.S.)

As redes sociais são importantes nesses momentos de crise. Posso entrar e ver o que está acontecendo, as manifestações, se alguém se machucou. É uma troca de informações e opiniões que permite que as pessoas possam participar mais. Eu mesma, sempre que posso, vou às manifestações. Temos que lutar por nossos direitos (A.D.)

A verdade é que muitas vezes, na política (e na participação geral), acontece uma espécie de conversa de surdos. Todos opinam, mas, no final, não se tem nenhuma proposta efetiva do que pode ser feito. Parece haver muita participação na democracia desta forma, mas, nada se converte em alternativas possíveis para as questões políticas no geral. (J.C.)

compromisso maior do que clicar sobre a aplicação correta (e ignorar se não é suficientemente atraente em termos de empatia proximidade, ou de interesse). Muitas dessas ocorrências são, de acordo com Sandro Venturo, movimentos que não se tornam movimentos, "[...] porque eles são institucionais, centralizado ou políticos. Nenhuma parte de qualquer circuito político

¹³ O Movimento 15M surgiu depois de uma passeata que aconteceu em 11 de maio de 2011, na Espanha. O objetivo era reagir às políticas implementadas nesse momento de crise e todas as manifestações foram organizadas pela Internet.

Os jovens encaram a Internet como um lugar favorável à organização e mobilização de pessoas com um objetivo em comum e, parte deles, inclusive, afirma participar ou já ter participado de manifestações organizadas via redes sociais:

Algunos ejemplos destacados han sido las protestas contra la gestión del gobierno del PP de la información relativa a la investigación de los atentados del 11 de marzo en Madrid justo antes de las elecciones generales de 2004, la convocatoria de manifestaciones en distintas ciudades del mundo contra la violencia Colombia en febrero de 2008, más recientemente, las protestas en torno a la limpieza de los resultados electorales de 2009 en Irán. YouTube© se ha convertido en una fuente habitual de vídeos de contenido político de muy distinta naturaleza y existen multitud de blogs de políticos que emiten opinión, denuncian comportamientos, lanzan iniciativas y apoyan (o critican) a candidatos y políticos.(ANDUIZA, CANTIJOCH, GALLEGO, SALCEDO, 2012, P.24)¹⁴

A questão em torno da participação política em rede é que não se sabe até que ponto ela difere da participação política *offline*. Trata-se, apenas, de um facilitador do agrupamento de pessoas, mas não garante participação efetiva. É necessária a vontade de compartilhar para que a ideia ou o apoio a uma causa se transforme em ação.

Na Espanha, o fato é que muitas manifestações têm-se organizado *on-line*. O próprio 15M mantém sua página da *web* atuante, além de existirem outras do mesmo gênero. Pela razão de o país estar numa de suas piores crises, as pessoas passam a unir-se por um objetivo em comum, mas ainda não se pode alegar que a Internet revolucionou a forma de manifestar-se ou aumentou vertiginosamente o número de manifestações. É possível afirmar que ela possibilitou uma melhor organização daquilo que já era realizado, além de expandir o nível de alcance, não só das pessoas que se agregam aos movimentos, como da disseminação do conteúdo.

3.3.7.2. O Brasil e as mobilizações via Internet

Como já exemplificado, as mobilizações a partir da Internet no Brasil adquirem um caráter muito mais de pequenas causas políticas do que de exigências ou protestos

¹⁴Tradução: Alguns exemplos notáveis foram os protestos contra a informação PP do governo relativa à investigação dos ataques de 11 de março em Madrid, pouco antes das eleições gerais de 2004. A convocação de manifestações em cidades de todo o mundo, violência na Colômbia em fevereiro de 2008 e, mais recentemente, os protestos em torno de limpar os 2.009 resultados eleitorais no Irã. *YouTube* © tornou-se uma fonte regular de vídeos de conteúdo político de natureza muito diferente e há uma abundância de blogs políticos que emitem opinião, relatos ou comportamentos, iniciativas de lançamento e de apoio (ou crítica) e candidatos políticos.

com relação ao governo. Isso se relaciona, novamente, com a relativa estabilidade da política e economia local.

Não se pode dizer que esse tipo de manifestação inexistente completamente. Em 2012, por exemplo, na época das eleições municipais de São Paulo, um grupo de coletivos organizou o “Não Existe Amor em SP”, que criticava políticas aplicadas pelo então prefeito da cidade. No entanto, é mais comum observarmos mobilizações que culminam em passeatas que defendem direitos de grupos, como a Marcha das Vadias, a Marcha da Maconha e tantos outros movimentos que tiveram início on-line e depois vão às ruas. Em 2013, houve o ápice desse tipo de mobilização, como já citado em outro momento neste trabalho, quando, em junho, em várias capitais importantes do país, brasileiros foram às ruas, incentivados pelo Movimento pelo Passe Livre, para lutar contra o aumento das tarifas do transporte público. Todas as manifestações foram organizadas pelas redes sociais e culminaram em ruas lotadas em muitas cidades. No entanto, o que se observa é que, depois de conquistar seu objetivo, os manifestantes cessam as mobilizações. Surgiram ainda algumas manifestações menores depois disso, mas nada que ganhasse grande relevância e alcance nacional.

A grande questão nesse caso é a comprovação de que a Internet se torna um grande facilitador para organização de pessoas, e esse quesito foi comentado pelos discentes:

Eu não sei se a Internet move, eu acho que ela ajuda a agilizar. Hoje é muito mais fácil organizar um movimento pela Internet do que era antes. Todo mundo é mais ativo pela Internet...(J.M.)

Entende-se também que a Internet ainda está sendo descoberta por esses grupos e por pessoas que se organizam via rede digital, mas ainda não se sabe até que ponto essas mobilizações são efetivas:

O problema é que, muitas vezes, as coisas param lá, sabe? Eu concordo que é um meio sensacional pra você conseguir informação, mais fácil de você chegar às informações. (M.R.)

Eu não acho que há uma participação efetiva.. (A.T.)

É aquela questão de “beleza: você compartilhou alguma coisa, e aí? O que mais você fez?” (M.B.)

Em contrapartida, há quem acredite no poder das manifestações organizadas pela Internet, desde que haja propostas concretas que suportem o movimento:

Não adianta só você compartilhar, é o que as pessoas que estão mobilizando isso na Internet querem, se elas tem uma proposta fora da Internet e que elas levam a frente... Eu acho bacana, eu acho que funciona sim... O problema é que muitas pessoas acabam entrando só na onda de compartilhar, mas eu acho que ajuda só no simples fato de a gente saber que essas coisas estão rolando. É informação que está girando ali, acho que nada é perdido, no sentido de mobilizar pela Internet. (L.S.)

Eu também penso muito nisso, porque eu acho que querendo ou não, penso como Comunicação e sempre dou muito valor à informação e ao fato de as pessoas saberem e tenho esse pensamento de quanto mais pessoas atingirmos, melhor. Só que a Internet é uma coisa muito complicada de se analisar como é a participação política porque existem diversos pontos, por exemplo, existe a questão de você realmente organizar manifestações que vão sair da Internet que vão sair dali e ir pras ruas... (A.R.)

Nesse sentido, podemos inferir que a velocidade com que as coisas acontecem e são divulgadas pela Internet propicia um cenário favorável para a organização dessas manifestações:

Até porque o debate político anda muito pontual, por isso que as coisas são muito imediatas, porque não existe uma construção ampla como um todo. É sempre um surgiu tal assunto agora, vamos fazer um protesto em cima disso. Não é uma coisa planejada. As coisas são muito instantâneas e a Internet ajuda nisso, pra gente não ficar tão parado e de alguma forma se mobilizar. (A.R.)

É, mas é uma dinâmica de dois lados também porque a gente está sempre ativo e a Internet é um meio que possibilita que a gente continue assim, se a Internet não existisse, a gente ia ter que desenvolver um meio... É um passo que não tem mais volta (M.R.)

Na visão dos entrevistados, o maior problema que permeia essas manifestações é o fato de que muitas acabam rapidamente sem que, depois de efetivadas, nada mais seja comentado sobre o assunto, como aconteceu com as manifestações de junho de 2013:

Eu concordo com o que vocês falaram, mas eu acho que é um pouco coca cola sabe? Agita, agita e depois sai o gás... Por mais que eu ache que seja legal, as pessoas estarem por dentro e se reunirem para fazer as coisas, no final da contas, fica muito assim, vamos lá fazer o churrascão da diversidade e depois? Acabou o evento, e aí? (M.B.)

É como a marcha da liberdade. O que teve depois de efetivo? (A.R.)

O que me incomoda é que, pra mim, participação política só é realmente válida se for uma coisa ampla e nesse sentido eu não sei se a Internet realmente está trazendo isso, sabe...Se está abrangendo diversas classes do país, se está preocupada em causar alguma mudança na democracia real, inclusão social real.Então, nesse sentido, eu fico pensando um pouco nas limitações na verdade. (M.R.)

Tem a questão de que na Internet o debate nem sempre é produtivo. Tem muita gente que está ali só pra seu auto afirmar, elas não querem saber das coisas, só estão ali pra brigar. (H.J.)

Tem gente que na Internet ganha uma força que na vida real elas não têm. Isso porque quando você não precisa olhar no olho da pessoa, as pessoas se tornam ativas demais até e aí é fácil. (J.C.)

Apesar das críticas, reconhece-se o potencial da Internet e que ela pode ser considerada efetiva:

Mas, aí, mesmo sem a Internet, se você pensar na última manifestação que aconteceu a nível Brasil foram as diretas já...o resto, tem esse caráter mais local, ou que desrespeito a uma classe...ou seja, a Internet só repete o que já acontecia antes e reflete a situação social do país. (L.S.)

A Internet te obriga a conhecer de tudo, pelo menos saber o que está acontecendo... Aí, se a pessoa é preguiçosa, aí é uma coisa além da ferramenta, mas, a facilidade que a Internet te dá pra você saber o que está acontecendo, as opiniões, mobilizações, notícias e tudo... É uma coisa que te obriga a saber... Não tem como. Se você usar a Internet, você vai saber das notícias de hoje, das polêmicas Isso é uma coisa muito boa, mas, se vai ser uma mobilização falsa ou não, aí, depende da pessoa...(R.S.)

Na Internet você sabe que vai ser ouvido e que vai poder ter uma opinião. O que as pessoas vão fazer com a sua opinião, aí já é outra coisa. A Internet tem um caráter inspirador que gera os surtos das opiniões. Coisas novas surgem ao tempo todo e não dá pra fazer o acompanhamento disso, é tudo muito rápido. (N.G.)

A partir da análise dos resultados obtidos com a pesquisa apresentados neste capítulo, é possível compreender que a Internet tem-se colocado como uma nova tecnologia facilitadora das mobilizações e campanhas políticas em rede. No entanto, também é possível inferir que ainda há um longo caminho a ser percorrido porque não há o completo domínio dessa ferramenta.

Outro ponto importante dessa análise é que contextos sociais diferentes geram públicos distintos que interagem *on-line* de acordo com a sua bagagem, convergindo em alguns pontos e distanciando-se em outros. No próximo capítulo, apresenta-se uma discussão com especialistas que comprovam as potencialidades da Internet e reiteram alguns pontos já abordados nesse estudo.

4 – UMA EXPERIÊNCIA VOLTADA À REFLEXÃO

Este capítulo traz a reflexão realizada com estudiosos da área a partir da coordenação de uma mesa temática intitulada “O processo de legitimação política e as mídias interativas: uma pesquisa com estudantes de Jornalismo”.

A mesa foi organizada pela autora na XV Jornada Multidisciplinar da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp de Bauru, no dia 16 de maio de 2013. O objetivo foi desencadear uma discussão, fundamentada nos resultados obtidos na pesquisa e que tivesse docentes com expertise nesse campo para poder contar com suas análises sobre os dados. Foram convidados a compor a mesa o Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente e o Prof. Dr. Ricardo Nicola, ambos docentes da FAAC, especializados nas principais temáticas abordadas na pesquisa, além de Leila Grizzo Canettieri, pesquisadora da ONG Bauru Transparente (BATRA). A intenção foi, mais uma vez, trazer posições sobre essa reflexão que aborda como a sociedade em rede influi nas práticas políticas. Assim, apresentam-se, neste capítulo, fragmentos dessa discussão, relacionando-os com alguns dos pontos já abordados neste relato.

4.1. Da Liberdade à Igualdade

As tecnologias podem ser consideradas um grande avanço para a Comunicação. No entanto, é preciso entender que elas, apenas, dão continuidade a um processo de transformação que já ocorre há muito tempo. Além disso, afirmamos que as diferenças encontradas entre Brasil e Espanha são fruto do contexto social em que cada grupo de estudo estava inserido, e isso pode ser verificado na análise realizada por Vicente (2013), quando ele relata que vivemos em um mundo muito mais capitalista do que jamais foi visto; isso interfere na percepção que se tem da realidade:

E esse processo todo (de evolução histórica e política) vem acompanhado de uma revolução tecnológica muito forte. Coisa que sempre existiu, mas não nas dimensões da atualidade. O que acontece, pra mim está bem claro, é que são empresas capitalistas. Tudo bem, você tem Internet, pode usar, pode postar no *Facebook*®, pode usar tudo o que você quiser, mas nunca se esqueça de que o sistema é capitalista, são empresas capitalistas, portanto, se você parte do princípio da sociabilidade, o que está em jogo e que até hoje eu

não consegui que ninguém me provasse é que as novas tecnologias promovem mais cidadania. Todo mundo fala, “ah, agora mudou”. Mudou o que? Nós sabemos que, evidentemente, o mundo vai evoluir e que, do ponto de vista das tecnologias isso é positivo, mas, o que ocorre é que nós perdemos algo fundamental nos dias atuais que é o conceito de religar os princípios. Então, teoricamente, tudo é possível, tudo é permitido, teoricamente. Mas, na prática, o que ocorre é que não sabemos o que fazer com tanta informação, com tantas possibilidades, De tal forma, que isso é o que querem as novas tecnologias que colocam a informação como sendo prioridade, você é que tem que correr atrás. Todos ficam correndo atrás do que aconteceu de novo, o tempo todo, mas, não importa, porque nem o tempo é alterado e nem o espaço é alterado, ou seja, o fato ocorre em determinado lugar e em um determinado tempo.

Nesse sentido, os palestrantes da mesa também apontaram, nas discussões realizadas nos grupos focais, que consideram a Internet como mais uma nova tecnologia e que, na verdade, nada mudou, é apenas mais um processo comunicacional no qual, hoje, é oferecido um volume muito maior de informações no mesmo lugar e ao mesmo tempo. Concomitantemente, o acesso à informação ainda é deficitário porque apenas uma parcela da população brasileira tem acesso à Internet. Por consequência, a rede acaba segregando ao invés de democratizar o acesso à informação, o que, do ponto de vista da comunicação, é um problema uma vez que ela tem um laço forte com a sociabilidade. A formação da sociedade vincula-se a um processo de cidadania que tem a ver com o ganho social no conjunto ou no coletivo, reafirmando o papel da comunicação nesse processo.

Foco principal desse estudo, as mídias alternativas e as redes sociais representam um grande papel nesse contexto. Com o passar do tempo, essa nova rede de troca de informações se consolidou pelo fato de seus usuários serem, ao mesmo tempo, emissores e receptores da informação, gerando uma falsa sensação de igualdade no que se refere ao direito de participar e opinar. Assim, Lévy (1999) defende que esse fenômeno resulta da herança de princípios iluministas. Para entender essa relação, tanto desse legado quanto dessa falsa sensação de igualdade, já que nem todos têm o direito a participar, apresenta-se a explicação de Vicente, proveniente da alteração durante o evento:

Do ponto de vista crítico, do mundo em que nós temos, nós estamos em um processo capitalista muito marcado pela ciência do capital material muito pautado pela presença do capital fictício, especulativo. Eu vejo isso como uma continuação lógica daquilo que seria o início da chamada sociedade moderna que ocorre no século XVIII quando nós temos a consolidação de algumas ideias muito fortes, dentre elas a ideia da liberdade que é a que vai pautar todo o processo nesse primeiro momento com uma atenção lógica àquilo que circula a liberdade, que é o Absolutismo, mas que vinha acompanhada de outros termos muito interessantes que eram a fraternidade e a igualdade. O que ocorre é que uma questão política, que era o que interessava naquele momento, o que se procurou foi aprofundar o conceito de liberdade no sentido político, econômico e social. Isso pressupunha que liberdade era a condição *sinequa non* para você ter a igualdade. Só que isso, na verdade, foi uma armadilha. O fato de você ter a liberdade não significa que você tenha igualdade.

Considerando, então, essa perspectiva, pode-se reafirmar o que alguns discentes disseram nos grupos focais: naquele âmbito de discussão, estava-se lidando com a elite intelectual do país, ou seja, aqueles que têm acesso a todo e qualquer tipo de tecnologia da informação. Para eles, a Internet é de fácil acesso, mas, para boa parte da população, a televisão ainda é tida como principal meio de comunicação. Assim, reafirma-se a ideia de que liberdade de ter acesso a todas as informações em rede nem sempre representa a realidade de que todos vão ter acesso a ela, como diz Nicola (2013):

A gente sabe que liberdade não é igualdade, mas é aquela coisa de cair a ficha, o que é outro ponto. Você tem ciência de que liberdade não é igualdade, mas nós não temos consciência disso. A área da Comunicação e da tecnologia é uma área que deslumbra. Só que depois que você tira o deslumbre você cai nisso aqui, você vê que a liberdade que você tem no espaço digital não é a igualdade. É uma liberdade que você tem, mas essa igualdade só vai ser construída de forma capital, sem o dinheiro eu não vou conseguir comprar, ou seja, já começa a cercar a sua igualdade. Quer dizer, você tem liberdade, de ter ou não ter.

Deste modo, pensando nessa falta de igualdade, é possível analisar os comentários realizados pelos discentes espanhóis, que, por muitas vezes, disseram que o sistema político espanhol não era igualitário, porque havia muita burocracia para que o povo pudesse participar ativamente da política. O que se percebe é que há a criação de um ciclo vicioso, já que a burocracia é originada para e pela política, e o povo elege os representantes, como se observa no ponto defendido por Vicente:

No primeiro momento nós temos a ideia de liberdade mais ligada à iniciativa privada, que é a revolução industrial, mas, à medida que o tempo passa e os grupos sociais começam a se manifestar contra o que estava acontecendo, se defende a liberdade, ou seja, a burguesia, os capitalistas de uma maneira concreta, o que eles fazem é

institucionalizar o princípio da liberdade. Quando você institucionaliza você cria normas. Então, pela democracia você fala: “o partido comunista não pode funcionar, as associações tem que ter mais regulamentação”, enfim. O que de uma maneira muito clara, prova Max Weber, que o sistema burocrático se consolidou de tal forma que ele depende da instância política. Ou seja, a burocracia não é nem boa, nem má, ela é acéfala, ela cumpre normas, ela segue os princípios, mas são os políticos que determinam os princípios, não o contrário.

Em suma o fato aventado pelo senso comum de que se cria a demanda, ou que é imprescindível entender os softwares produzidos pelo mercado, encaixar-se no universo cibernético para sobreviver em sociedade, é falacioso. Muitas vezes, subtende-se que a maioria da população sabe lidar com as novas tecnologias e, na realidade, é bem diferente, como comenta Nicola (2013):

O grande entrave que a gente encontra é que nem todo mundo tem uma vocação para cibernética. Isso não é uma exigência. Não ter essa vocação não torna você ignorante dentro do sistema. O mundo capitalista, as empresas globalizadas pregam que se você não dominar as máquinas, os softwares, você não é capaz, você é ignorante. É mentira, isso não é verdade. Porque hoje o meio é a mensagem mais ainda. Quer dizer que se você não domina o meio, você constrói o conteúdo, então o meio depende da mensagem. O cinema, por exemplo, está numa crise de conteúdo, há muitos efeitos especiais, muita tecnologia, mas e o roteiro? Onde está? Cadê a arte e a criatividade?

Ou seja, não é necessário dominar as tecnologias para encaixar-se na sociedade. Todavia, justamente essas diferenças sociais que a tornam não igualitária justificam o fato de as campanhas políticas *on-line* não estarem tão avançadas no Brasil.

4.2. O “Novo Jornalismo” e as Mídias Interativas

Em um segundo momento da discussão, abordou-se a questão das mídias interativas ou da nova maneira de fazer Jornalismo, também alvo da pesquisa realizada com os discentes. Os estudantes disseram que as novas mídias facilitam a comunicação, mas que, na verdade, são apenas mais uma maneira de fazer-se o que antes já era feito. Vicente também defende essa idéia, o que corrobora para a validade dos dados obtidos:

Tanto o Jornalismo alternativo como o Jornalismo comercial são jornais, é Jornalismo. Fico espantado quando as pessoas falam que mudou o conceito de Jornalismo, não mudou. Mudou a forma, mas, a deontologia, a ética, isso serve independente, é algo que foi construído com um saber muito pesado. Então, apurar a notícia, procurar atingir a verdade. Isso não muda. O problema é que estamos assim, como não tem objetividade e não tem verdade, tudo vale, nós estamos assim. Tudo isso foi construído pensando no melhor para a sociedade, demorou muito para ser construído, não podemos jogar pela janela. Então, não é que agora é assim, todo mundo escreve, não é todo mundo que escreve.

Mesmo quando se diz que agora todo mundo pode produzir conhecimento e informações, não se refere a nenhuma novidade. Essa prática apenas estaria sendo impulsionada pela tecnologia, como explica Vicente:

Todo mundo produz conhecimento, se você voltar lá atrás, Platão já falava isso. Não sei onde está essa novidade. O que fica bem claro, nessa imprensa alternativa é que ela tem um caráter muito forte de atualidade, ou seja, o que preocupa é o momento atual, é o presente. Utilizam-se temas e situações problemáticas, a pauta é outra, assim como a voz e os agentes de comunicação são outros. O que é a comunicação alternativa? De alguma forma é aquela que se opõe àquilo que está em vigor. Não que se opõe, mas que parte de outro princípio, que tem outra concepção. Que implicam sim outro ponto de vista social, econômico, político e cultural, mas desde o ponto de vista da igualdade: “Porque esse sujeito não está nos grandes meios de comunicação? Porque essa manifestação cultural não é reconhecida?” Então, se cria esse espaço que seria a tentativa de tomar um posicionamento muito forte em favor dos princípios encontrados em nossa sociedade. Igualdade implica mais do que ser igual, implica alteridade, embate, divergências, mas as condições tem que ser iguais para todos. É isso que se nós pegarmos na raiz é o que se defendia quando se cria a sociedade democrática, é isso. Que todo mundo pudesse participar, falar. Desse ponto de vista da comunicação alternativa se defende que há muitas visões, muitas interpretações. Então, se uma mídia é massiva, tudo bem, mas, não é essa que vai pautar o meu foco de análise com o que seriam as questões sociais, culturais que é o próprio processo da Comunicação. Por isso que a questão da tecnologia é positiva, porque ela facilita e abre novas possibilidades para você se organizar, trocar experiências, mas, não vemos nela nada que não tenha sido praticado antes, no sentido mais epistemológico da coisa. Ou seja, não é uma ruptura, é uma continuidade de processo, com avanço muito forte.

Nesse mesmo cenário, no qual há uma infinidade de informação, há um ponto muito importante apontado pelos discentes entrevistados e reafirmado por Nicola, que é a qualidade da informação. As redes sociais, as mídias alternativas e a livre produção de conteúdo podem comprometer a qualidade da informação oferecida ao público:

A democracia é utópica do ponto de vista da tecnologia. Se você está achando que o mundo tecnológico e a Internet abriram possibilidades, é verdade, mas, uma coisa é acesso à informação, outra é qualidade da informação. É na qualidade da informação que o Jornalismo não mudou nada enquanto prática, enquanto investigação. A tecnologia não mudou o Jornalismo, só mudou o formato. Forma e conteúdo estão em crise, mas não quer dizer que essa crise mudou a atividade. As pessoas estão confundindo a profissão Jornalismo com conteúdo e forma. McLuhan já dizia o meio é a mensagem. O que ele estava falando aí é o conteúdo é a forma e a forma é o conteúdo

O que acontece é que qualquer tipo de publicação *on-line* passa a ser considerada como sendo Jornalismo e, muitas vezes, são publicados fatos inverídicos, sem a checagem de fonte e comprovação dos acontecimentos. E isso, ao invés de favorecer as práticas comunicativas, acaba prejudicando-as e colocando em xeque boa parte das informações oferecidas em rede.

4.3. A Internet como Facilitadora da Participação Política

Nesse último assunto da discussão, foi abordada a importância da Internet para facilitar a participação política, tanto do ponto de vista teórico como com exemplos práticos apresentados pela pesquisadora da BATRA, Leila Grizzo. Partindo da teoria, Nicola afirma que a Internet se tem expandido e faz parte do nosso cotidiano, mesmo sem que percebamos:

A Internet é constituída por três redes importantes. A primeira, que a gente já conhece, são as técnicas, os computadores, as máquinas; uma segunda rede que seriam os símbolos, palavras, contextos, frases, imagens e a terceira que é a mente. O indivíduo é a mente e a mente é a vida. Se o Lévy fala que são as tecnologias da inteligência que são o ciberespaço, então, o ciberespaço é um território mental, porque é através da mente que eu consigo construir imaginários, fazer avatares. O avatar saiu do universo dos games e veio pra nós. Hoje, os avatares são criados nos bancos, nos caixas eletrônicos, em qualquer lugar que você vá. Esse avatar pode estar disfarçado em um *login*, não precisa ser aquele personagem. Você precisa vivenciar e criar todo dia. As senhas são avatares. Meio é a mensagem.

Sabendo disso, usamos o exemplo trazido à discussão por Leila Grizzo de como a Internet pode facilitar o processo de controle social. Segundo a pesquisadora, o

controle social é a interação, assumindo compromisso entre a administração pública e a sociedade, para solucionar os problemas sociais e econômicos de um país. O fator avaliativo desse controle social é a vontade social, ou seja, se ela sendo cumprida. Nesse sentido, a população já está em desvantagem. De um lado, temos a administração pública, que é organizada, tem servidores, estrutura, cargos, valores e conhecimento e, do outro lado, a sociedade não organizada e, em sua maioria, sem informação necessária para a compreensão do processo político como um todo. É nesse ponto que a Internet pode tornar-se um grande facilitador da ação comunicacional. Uma das questões, fortemente discutida pelos discentes espanhóis, é o fato de que a população não tem força para chegar à administração pública. O controle social, mediado pelas ONGs como a BATRA e facilitado pela Internet, torna-se um poderoso instrumento para ajudar o povo a participar da política, como destaca Grizzo (2013):

Para balancear um pouco essa relação, começaram a surgir essas organizações de controle social aqui no Brasil. São organizações apartidárias, que, no geral, mobilizam e organizam os cidadãos. Mobilizando porque incentivam os cidadãos a participar e começam a organizar porque cada voluntário começa a ter uma função. A sociedade, assim, começa a articular com a administração já estabelecida, com o prefeito, com o vereador, com o secretário. Aí entram a realização de ações com cunho estratégico, é usar a democracia, dos meios legais, das leis que são muito bonitas e que não saem do papel pra buscar que essas autoridades comecem a responder à sociedade. Já que essas ONGs vêm para balancear, precisam oferecer duas coisas: organização e informação. Na parte da informação há os projetos educativos que buscam levar essa informação que falta sobre a administração pública, os direitos e deveres civis e dos representantes políticos, com palestras e no acompanhamento e fiscalização.

O que se comprova é que a presença de ONGs que organizam a população e a informação efetiva podem, realmente, ajudar àqueles que gostariam de participar mais ativamente da política de seu país. Se os discentes espanhóis reclamam justamente da falta de organização, comprova-se, neste exemplo, que ações coordenadas são eficazes para o alcance dos dirigentes:

O acompanhamento do legislativo, por exemplo, um projeto do qual eu participei, foi um projeto em que, toda semana, a gente foi às reuniões dos vereadores e começamos a coletar informação de forma quantitativa: quantas vezes o vereador subiu no pleito, quantos projetos de lei ele fez, quantas faltas ele teve e por aí vai. Agregamos essas informações, juntamos, fizemos a tabulação e um relatório para

que as pessoas pudessem acompanhar e comparar o que estava acontecendo. Preparamos um caderno de demandas de Bauru, conversamos com pessoas de áreas diferentes e começamos a coletar o que elas achavam de cada área e como cada uma poderia ser melhorada. Com isso pronto, entregamos, antes da eleição municipal de 2011, uma cópia a cada partido de Bauru. Aí, pedimos que, cada partido que tivesse um candidato, considerasse as demandas e as colocasse em seu plano de governo. Todos os candidatos acataram pelo menos uma das demandas e ainda os trouxemos à Unesp para eles poderem debater. Foi o primeiro debate que organizamos.

Em um segundo exemplo, Grizzo descreve uma prática adotada pela BATRA, ainda mais efetiva, em nível local, para solucionar problemas na saúde municipal de Bauru:

Outra coisa que nós fizemos foi a auditoria pública da saúde em que fomos treinados por auditores do SUS a como a gente iria chegar no posto de saúde para fazer uma auditoria. Nós fomos a seis postos de saúde, nesses seis postos a gente encontrou 26 irregularidades, sendo que nove delas foram resolvidas imediatamente e oito depois. Então, conseguimos resolver 17. Ou seja, teve um retorno. Em cada um desses projetos, a gente tem um retorno, do Governo, da administração pública. Mas será que é só deles que a gente quer o retorno? A gente também quer o retorno da população, a gente também quer o retorno da mídia. A gente quer que a população olhe para os nossos projetos e fale: que legal, eu também posso fazer, eu também posso ajudar.

Um ponto interessante apontado pela pesquisadora é que, muitas vezes, não há retorno por parte da própria população. Ou seja, a administração pública responde às demandas da sociedade, mas a própria sociedade não se interessa em saber o que está sendo feito por ela. Tal fato reflete os resultados obtidos com os grupos realizados com os discentes brasileiros, que não se mostram interessados sobre a política que os cerca tampouco se mostram proativos politicamente. Daí a importância das ONGs, que podem fazer uso também das mídias digitais. Grizzo explica que elas ajudam na organização de informações:

Também temos as mídias interativas e a informação, porque a gente também tem essa necessidade muito grande de informação. As mídias interativas são meios que organizam as informações. A questão de que o meio é a mensagem define as mídias interativas. Essas mídias criam indicações, por ser meio e mensagem, criam indicadores, criam maneiras de se enxergar as informações. Dessa mesma forma, elas influenciam e são influenciadas por pessoas, indivíduos. Indivíduos que, tanto colocam a informação, como a acessam e recebem. Criam um espaço de debate, possibilitam a cooperação e a colaboração para solução de problemas e também possibilitam a formação de novos grupos. Nesse sentido, as mídias digitais estimulam a participação e o controle social. As mídias digitais estão agindo sobre o controle social, o modificando. Mas, estão fazendo isso de uma forma nova, de

uma forma mais técnica e pressionado a administração pública pela nova maneira de fazer.

A partir desta citação, é possível entender que as mídias digitais, tanto na visão teórica dos palestrantes, quanto na discussão realizada pelos discentes, e, agora, com a prática realizada pela ONG, mostram-se como excelentes facilitadoras na organização de informação. De certa forma, também facilitadoras da participação política, se usadas da maneira correta. Quando Grizzo foi questionada sobre o caráter local de uma ONG e como isso se refletiria nacionalmente, a pesquisadora foi clara:

Município limpo, país limpo. Porque, o que é feito a nível nacional? Sempre que alguma coisa tenha que ser feita, vai ser em algum município. Quando o Estado dá dinheiro para fazer alguma coisa é sempre em algum município, que vai haver alguma reforma, que alguém vai ser contratado. Ou seja, agindo a nível municipal vai ser refletido a nível nacional.

Essa última transcrição nos faz refletir ao observar que, em muitos dos argumentos usados pelos discentes, eles disseram que não tinham força para agir em nível macro, ou seja, nacional, e que agir em nível municipal era “começar pequeno”. No entanto, pensando por esse ponto de vista, o controle, as manifestações e tudo que pode ser realizado localmente refletem-se no panorama nacional, o que pode ser uma motivação para a participação política.

O desenvolvimento da mesa temática possibilitou-nos perceber que as novas tecnologias da sociedade em rede não são tão democráticas quanto se pressupõe, especialmente no Brasil, pois o contexto social e o nível socioeconômico de um país refletem-se como a população vai fazer uso das tecnologias tanto para entretenimento como em práticas políticas, foco deste estudo.

Assim, a discussão reiterou, de um ponto de vista de profissionais e estudiosos de comunicação, os resultados obtidos na pesquisa empírica realizada com os discentes de Jornalismo e proporcionou uma reflexão mais aprofundada sobre questões sociais relacionadas às hipóteses do estudo.

5. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

O estudo possibilitou inferir que, apesar de serem países com situações sociais e condições históricas e políticas diferenciadas, existem traços de semelhança entre Brasil e Espanha, especialmente nas variáveis observadas no estudo.

No Brasil, o *gap* entre a população que tem acesso à Internet e aquela que não o tem é muito maior que na Espanha, mas, analisando os aspectos estudados em ambos os países, as condições de acesso são semelhantes, no universo analisado.

Em ambos os países, reconhece-se o papel da Internet, todavia acredita-se que suas potencialidades ainda precisam ser exploradas e desenvolvidas, tanto para um melhor uso por parte dos políticos quanto para a organização de manifestações mais efetivas por parte de quem faz uso das redes sociais.

No entanto, é preciso entender que a Internet é só uma maneira nova de fazer a mesma coisa. O conteúdo e a forma de fazerem-se campanhas políticas continuam os mesmos, só se transforma a plataforma que está sendo utilizada para isso. Nesse sentido, ainda é preciso analisar melhor quais os benefícios efetivos que essa plataforma pode trazer para que, no futuro, seu uso possa fazer diferença na forma de produzir-se conteúdo.

Observou-se que as pessoas que fazem uso dessa ferramenta são muito mais ativas *on-line* do que *off-line*. Isso porque a Internet propicia uma liberdade que permite com que estas criem avatares que, não necessariamente, as prejudique na vida real. Ou seja, as pessoas têm mais força e são mais ativas *on-line*, porém, muitas vezes, isso acaba quando se desliga o computador. Em período eleitoral, foi possível notar que a Internet é considerada apenas mais um meio de fazer-se campanha política e que, ainda, não altera a maneira de fazer-se política, na perspectiva dos estudantes.

Por outro lado, notou-se que um país em crise gera uma juventude mais consciente sobre as problemáticas políticas e sociais, instigando-os a discutir e pensar em soluções para suas dificuldades. Já nas pesquisas efetivadas com os alunos da Unesp, no Brasil, não se percebeu uma discussão acalorada sobre questões políticas, pois as alterações deram-se, na maioria, sobre demandas em um nível micro, local e cotidiano, excluindo praticamente as políticas públicas e governamentais dessa reflexão.

No entanto, percebeu-se um desenvolvimento dos estudantes ao longo do período de graduação, tanto em relação ao conhecimento político, quanto na percepção

do universo midiático em que estão inseridos e de que irão fazer parte como profissionais atuantes no futuro.

Com relação às mídias interativas, é possível concluir que os estudantes têm acesso massivo e constante a essas tecnologias e as veem como fonte de entretenimento e informação. No que se refere ao desenvolvimento de campanhas políticas, em ambos os países, essa ferramenta foi considerada pelos entrevistados como pouco organizada ou efetivas, apesar de alguns deles enxergarem as potencialidades que essa tecnologia pode oferecer e reconhecerem suas vantagens em relação às mobilizações e manifestações organizadas em rede.

Em resumo, é possível perceber que os discentes de Comunicação, tanto no Brasil como na Espanha, têm conhecimento e percebem que a mídia interfere em seu cotidiano, inclusive que tem um importante papel no que se refere à divulgação de informação e questões políticas. No entanto, reconhecem a presença de uma assessoria especializada que define e molda aquilo que vai ser veiculado e, nesse sentido, consideram que nem sempre tudo o que é de real interesse do público será veiculado.

Percebem ainda a domínio da Internet como um local no qual podem buscar uma variedade de informações que não só é transmitida pelos veículos tradicionais em suas plataformas digitais, mas também mediante o que denominamos de líderes de opinião, que acabam tornando-se responsáveis pela formação de opinião *on-line* através de suas redes sociais, por exemplo. Assim, a Internet tem-se consolidado como um canal de comunicação diverso dos tradicionais, cuja importância é reconhecida por esse segmento de público, evidenciando-se seu caráter informacional e, ao mesmo tempo, entendendo-o como um campo em desenvolvimento e experimentação, no que diz respeito a seus impactos na recepção e mediação da Comunicação.

Nesse sentido, a valoração das mídias interativas é presente junto a esse segmento de discentes, o qual assume passar quase todo o tempo conectado à rede. É fundamental destacarmos que, apesar das características marcantes dessa mídia - sobrecarga informacional, fragmentação e volatilidade da informação, interesses econômicos nos mecanismos de busca, ambiente altamente mutável nos sistemas, fragilidade na confiabilidade e qualidade das informações, entre outras – os discentes reconhecem seu “papel preponderante”, embora não cientificamente comprovado, na efetivação de mobilizações políticas, isso porque se acredita que ainda não se desenvolveram todas as potencialidades desse sistema.

6. REFERÊNCIAS

- ABEJ[ÓN, P; Sastre, A; LINARES, V. (2012). Facebook y Twitter en campañas electorales en España. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*”, 5 (1), Artigo 7. Disponível em: <<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>>
- ALDÉ, Alessandra. *A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ALVES, Nara Tsujimoto Teixeira. 2011. *A conversação cívica sobre a questão do aborto em redes sociais na internet*. São Paulo. Tese. Disponível em: <http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2011/04/06/1302108566.pdf>
- ANDUIZA, Eva; CANTIJOCH, Marta; GALLEGO, Aina; SALCEDO, Jorge. *Opiniones y Actitudes: In ternet y participación política en España*. Madrid. 2010
- ARAÚJO, Gislene Freitas; RIOS Riverson. 2010. *Estratégias do marketing político digital aplicadas à campanha presidencial de Barack Obama*. Ceará. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0139-1.pdf>>
- AZUMA, Eduardo Akira. 2005. *Considerações Iniciais sobre a internet e o seu uso como instrumento de defesa dos direitos humanos, mobilização política e social*. São Paulo. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs-2.2.4/index.php/direito/article/view/6995/4973>>
- BENKLER, Yochai. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production*
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. *Além dos meios e mensagens*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- CÁCERES, Jesús Galindo. *Las nuevas tecnologías de información y comunicación y las políticas culturales em México: Ingeniería emn comunicación social del servicio de redes sociales Facebook* .In: Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vol., 34, no. 2, 2011, p. 175 a 196.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. Ática, 2002.
- COSTA, Ricardo; PINHEIRO, Wesley Moreira. 2011. *Eleições 2012: redes sociais enquanto colégio eleitoral na internet*. São Paulo. Disponível em: <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/biblioteca/X_Politicom_gt3.pdf>
- DALLARI, Dalmo de Abreu. *O que é participação política?*, Brasiliense, 1984.

- FIGUEIREDO, Marcus. *A Decisão do Voto*. São Paulo, Sumaré/Anpocs. 1991.
- GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
- GUNTHER, Richard; MONTEIRO, José Ramon. *Legitimidade política em novas democracias*. Campinas. 2003.
- HENRIQUES, Márcio Simeone. 2005. *Comunicação, comunidades e os desafios da mobilização social*. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18042/1/R0941-1.pdf>>
- JENKINS, Henry; *A cultura da convergência*. São Paulo. 2009
- LEAL, Paulo Roberto Figueira; ROSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição. *As campanhas eleitorais no contexto da política personalizada*. UFJF, 2010. Tese. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/48165296/As-campanhas-eleitorais-no-contexto-da-politica-personalizada>>
- LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Ed. Loyola, 1998.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed.34, 1999
- LIMA, Venício de *A. Mídia: Teoria e Política*. 2. Ed. 1 São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo: 2007.
- MAFFESOLI, Michel. *A transfiguração do Político*. Porto Alegre: Sulina, 2005
- MAIA, Rousiley C. M. *Atores da Sociedade Civil e ação coletiva: relações com a comunicação de massa*, Lua Nova, Ed.76, São Paulo, 2009
- MORAES, Denis de. 2000. *Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na internet*. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação: Vol.XXIII nº2. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/16072-16073-1-PB.pdf>>
- MUNDIM, Pedro Santos. *As consequências políticas do jornalismo de entretenimento: a eleição municipal de São Paulo em 2008 e a cobertura do CQC*, Líbero, VI.13, Ed.25, 2010
- MUNDIM, Pedro Santos. *Cientistas Políticos, Comunicólogos e o Papel da Mídia nas Teorias de Definição de Voto*, Política Hoje, VI.19, Ed. 2, 2010
- MUNDIM, Pedro Santos. *Para uma problematização do voto nos estudos sobre mídia e eleições no Brasil: um esboço de um modelo analítico*. 2007 Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0419-1.pdf>>
- RECUERO, Raquel. *A Conversação em rede*. 2012. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos., *A pesquisa de opinião na construção da imagem política*. In: Marketing político, do comício à Internet (org) QUEIROZ, Adolpho, MANHANELLI, Carlos e BAREL, Moisés Stefano. São Paulo: UNESCO/ABCOP, 2007, p. 65 a 76.

SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos., *Os desafios da pesquisa: entre a razão e a persuasão*. In: Opinião Pública e as Relações (IM) possíveis. São Paulo: Faac-Unesp, 2005, p.113 a 162

SANTOS, Milton. *Por uma outra Globalização: do pensamento único a consciência universal*. Rio de Janeiro: Recorde, 2001.

SAPERAS, Enric. *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas*. ASA, 1993.

SARTORI, Giovanni. *A Teoria da Democracia Revisitada: o debate contemporâneo*. São Paulo: Ática, 1994.

SILVA, Juremir Machado. *Por uma ética da Estética (prefácio)* In: MAFFESOLI, Michel. *A transfiguração do Político*. Porto Alegre: Sulina, 2005

SILVEIRA, Sergio Amadeu. 2009. *Esfera pública interconectada, blogosfera e redes sociais*. In *Esfera pública, redes e jornalismo*. Rio de Janeiro: E-papers. PP. 70 88

SIMÕES, Isabella de Araújo García. *A sociedade em rede e a cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação*. 2009. Revista Eletrônica Temática: ano V, nº05.

THIOLLENT, Michel. *Opinião pública e Debates políticos*. São Paulo: Polis, 1986.

WELP, Yanina, *Nuevas tecnologías, viejos problemas: el modelo español de difusión de internet*. Espanha. 2004

ZAGO, Flávio; BUENO, Noemi Correa; SALGADO, Natalia; ULSEN, Pedro. *Opinião Pública: a discussão pelos discentes*. In: Opinião Pública e as Relações (IM) possíveis. (org) SANTOS, C.M.R.G. São Paulo: Faac-Unesp, 2005, p. 63 a 92.