



## **As Mídias Sociais e a Esfera Pública: Mudanças de Paradigma na Comunicação Contemporânea<sup>1</sup>**

**Autor:** Leon Rabelo

**Instituição:** Universidade Federal de Goiás. Mestrando em Comunicação

### **Resumo**

As recentes transformações nas tecnologias de comunicação tem dado origem a fenômenos tais como o das mídias sociais, que por sua vez estão alterando relações importantes da esfera pública política. O presente trabalho se propõem a analisar alguns aspectos desse processo: além de abordar um exemplo concreto – o da campanha para presidente dos EUA de Barack Obama – levanta-se, também, alguns novos desafios metodológicos e teóricos que estão diante dos estudos contemporâneos em comunicação.

### **Palavras-chave**

Mídias sociais; esfera pública; transformações teóricas

### **Mídias Sociais e a Esfera Pública**

Entre os inúmeros impactos que as Novas Tecnologias de Comunicação – NTC<sup>2</sup> - estão causando na sociedade contemporânea, pode-se destacar a transformação das práticas e as relações dentro da esfera pública política. O surgimento recente das mídias sociais tem criado novas formas de mobilização e organização, que alteram a dinâmica de interação entre os atores da sociedade. Instituições políticas tradicionais, que até o presente tendiam a ser hierarquizadas, burocráticas e profissionalizadas, têm agora que se confrontar ou interagir com ações espontâneas de movimentos transversais em rede, que por natureza têm seus contornos difusos e uma alta permeabilidade social.

Os atores desses novos movimentos estão crescendo em número e se organizando cada vez mais, premidos e impulsionados pelas novas possibilidades de comunicação. Eles estão por toda parte, dispersos em meio a contraditórias tendências e diferentes correntes sociais, pulverizados em milhões de casos isolados; cristalizando-se em redes e tomando formas de movimentos; às vezes desaparecendo, às vezes ressurgindo. Em seu conjunto, eles estão elaborando uma *práxis* de novo tipo, que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 08 - Estudos Interdisciplinares de Comunicação, no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 27 a 29 de maio 2010.

<sup>2</sup> Conforme nomenclatura de PALÁCIOS, Marcos. A Internet como mídia e ambiente, In Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2006, Pgs. 229-240.



desafiam os paradigmas existentes de análise e abrem novos horizontes de transformação e configurações políticas.

No entanto, mesmo se reconhecendo que vários desses fenômenos recentes obedecem a uma nova lógica quanto às suas configurações e às formas de sua ação social, fica evidente que não se está diante de uma situação totalmente alterada em relação aos padrões políticos anteriores. O que se tem hoje é um panorama ainda híbrido, onde formas tradicionais se confrontam ou interagem com as novas expressões. As campanhas políticas, por exemplo, para atingirem seus objetivos estratégicos, começam a usar as mídias sociais para seus propósitos e metas. Num mesmo projeto político, podem hoje conviver formas tradicionais de estratégia e gestão de campanha – com direção centralizada e níveis hierárquicos de comando – junto a novas práticas, onde a militância tem um papel ativo na produção do conteúdo dos produtos políticos da estratégia eleitoral<sup>3</sup>. Está se falando, portanto, de um diálogo, ou disputa, entre tendências de sentidos opostos: de um lado estruturas hierárquicas; de outro, estruturas transversais em rede.

É hoje consenso a necessidade de se estudar tais processos de hibridismo, haja vista a sua importância para se compreender as transformações às quais eles obrigam a prática política e, por conseguinte, a esfera pública como um todo. Mas para que se consiga isso, é necessário rever muito dos próprios parâmetros teóricos do meio acadêmico. Além da convencional necessidade de se produzir resultados analíticos e um acúmulo científico sobre essa nova área de investigação, é fundamental que a academia se veja inserida num diálogo mais amplo entre o seu próprio campo e esses fenômenos recentes da sociedade civil organizada. Isso porque se vive um momento de particular fomento cognitivo nesses espaços públicos criados ou modificados pelas NTC. As formas de colaboração em rede estão, elas próprias, fomentando debates e abrindo incontáveis foros de discussão e participação democrática. Em suma, estão gerando conhecimento e saberes num ritmo talvez nunca antes visto.

Os projetos de investigação científica sobre essas questões precisam, portanto, acessar – e dialogar - com os conhecimentos e foros de discussão existentes nas redes,

---

<sup>3</sup> GOMES, W. et alii: **Políticas 2.0, A Campanha de Barack Obama em 2008**, In. **Revista Sociologia Política**, Vol. 17, n.34, Curitiba, Outubro 2009, Pgs. 29-43.



reconhecendo que “os movimentos contemporâneos vêm construindo novas narrativas para a compreensão da complexidade na sociedade globalizada e da informação”.<sup>4</sup>

É evidente que não se tentará, neste texto, dar respostas às todas as questões que estão se formando nesse processo, o que ultrapassaria em muito sua ambição, mas apenas indicar alguns dos caminhos pelo qual o seu debate, possivelmente, trilhará nos próximos tempos.

### **Conceituação e Problemática**

A própria conceituação do que sejam esses fenômenos de rede, o debate sobre seus papéis e suas possíveis funções é um processo que está sendo realizado, sobretudo, dentro de seus próprios espaços na Internet<sup>5</sup>. Segundo essas definições, as mídias sociais se constituem de processos de produção de conteúdos, cuja característica mais importante é sua configuração em formato não hierárquico e descentralizado, com finalidades as mais variadas<sup>6</sup>. Quase sempre, elas são estruturadas sobre sistemas informacionais on-line, cujo design e modo de funcionamento permitem a alimentação livre por parte de seus usuários e a colaboração espontânea de quem se relaciona com eles. A circulação, publicação e edição de conteúdos, sejam eles de textos, imagens, sons, ou qualquer outra configuração de informação, geralmente têm custo zero, ou próximo a zero, permitindo assim uma atividade comunicacional em larguíssima escala sem a interferência editorial ou administrativa de uma direção centralizada. A própria função ou as diferentes aplicações de seus diversos sistemas é algo que, muitas vezes, escapa ao controle de quem as cria.

Abrangendo inúmeras áreas de enfoque ou conteúdo, as mídias sociais permitem, além da comunicação e publicação propriamente ditas, uma efetividade nunca antes vista em termos de transmissão de conceitos, iniciativas de mobilização, estruturação de redes colaborativas e diversas formas de ação social coordenada, dando aos seus usuários um inaudito poder de barganha frente aos tradicionais detentores do poder nos campos sociais da comunicação e da política.

---

<sup>4</sup> SCHERER-WARREN, Ilse: Redes Sociais na Sociedade de Informação, In Maia, Rousiley & Spínola, Maria C.P.S. (orgs.): Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2006, Pg. 222.

<sup>5</sup> Ver, por exemplo: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Mídias\\_sociais](http://pt.wikipedia.org/wiki/Mídias_sociais), (acessado em 19.01.10) Para uma definição autoral, ver: KAPLAN, Andreas M. & HAENLEIN, Michael: Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, In Business Horizons, Vol. 53, N.1, New York, 2010, Pgs. 59-68.

<sup>6</sup> São exemplos de mídias sociais: Blogger, Twitter, Facebook, Orkut, Wikipédia, Digg, YouTube, Flickr, Yahoo Answers, Second Life e milhares de outros.



### **Desafios metodológicos**

É preciso analisar, no contexto das Novas Tecnologias de Comunicação, quais as transformações concretas que esses fenômenos em rede provocam nos processos da esfera pública política, mediante a definição conceitual de seus movimentos, a exposição de sua lógica de ação e sua cultura política. Isso, como foi colocado acima, dentro de um cenário complexo, onde ainda imperam formas tradicionais de organização institucional do campo político e, no campo acadêmico, uma teorização que ainda não completou a transição para os novos paradigmas comunicacionais.

Por ser o fenômeno das mídias sociais ainda muito recente, pela própria natureza cambiante de seus processos e o acelerado ritmo de suas mudanças, um dos problemas que surgem, ao se debruçar sobre esse universo, é que há ainda uma insatisfatória sedimentação literária a respeito. Segundo Wilson Gomes, (2009), a “literatura científica internacional sobre os efeitos sociais de tecnologias que mudam muito rapidamente” é “pouco extensa” pelo fato dos fenômenos dos quais ela trata “não existirem antes de 2000”. Ela é, além disso, “pouco sustentada empiricamente” porque as mudanças técnicas desses fenômenos é tão rápida que não compensa os investimentos necessários para pesquisas empíricas abrangentes.<sup>7</sup>

Mesmo assim, tem-se a intuição de que a quantidade da literatura científica está crescendo, também ela, de maneira muito intensa,<sup>8</sup> sendo necessário, para acercar-se dela, que ela seja vista num escopo o mais abrangente possível, pois que os processos dos quais ela trata são, eles mesmos, globais, interdisciplinares e complexos.

A segunda observação sobre as dificuldades metodológicas de se estudar esse universo é, como foi aludido anteriormente, que no próprio âmbito das NTCs está se produzindo conhecimento relevante que poderá ser acessado e contribuir para o presente processo de pesquisa. Se esse conhecimento não está, em sua totalidade, dentro dos padrões acadêmicos, há que se observar, ao menos, que em muitas instâncias ele se encontra de forma assaz organizada e referenciada. A *blogosfera*<sup>9</sup> é hoje, talvez, a maior

---

<sup>7</sup> GOMES, W. et alii: Politics 2.0, A Campanha de Barack Obama em 2008, In. Revista Sociologia Política, Vol. 17, n.34, Curitiba, Outubro 2009, Pgs. 29-43.

<sup>8</sup> Ver em Referências Bibliográficas: BENKLER, 2006; FUCHS, 2006; LESSIG, 2006; SHIRKY, 2008

<sup>9</sup> Para uma definição de blogosfera, ver: MARTINS, Allyson Viana: Blogs, Blogueiros, Blogosfera. Uma Caracterização dos Blogs e dos seus Interagentes, comunicado em Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Teresina – 14 a 16 de maio de 2009



fomentadora de um debate sobre si mesma. Ela está se constituindo rapidamente num campo social autônomo, segundo o padrão constitutivo de qualquer outro campo social autônomo.<sup>10</sup> Ou seja, está criando seus próprios mecanismos internos de definição de relevância e padrões de controle. Essa auto-reflexão constituída, portanto, pode e deve ser acessado como recurso teórico para as investigações acadêmicas que escolham este tema para suas pesquisas.

### **Desafios teóricos**

O mais importante aspecto teórico dessa questão, no entanto, é constatar que há hoje um hiato entre as formulações consagradas da teoria da comunicação – ainda muito relevantes e usadas na formação acadêmica – e a demanda teórica que os novos processos comunicacionais em rede estão ensejando. Pegue-se, por exemplo, a definição de Thompson para os meios de comunicação de massa, formulada pelo autor em meados dos anos 90, onde ele afirma que a comunicação de massa “estabelece uma *dissociação estrutural* entre a produção das formas simbólicas e a sua recepção.”<sup>11</sup> (itálicos adicionados) Ora, sabe-se que entre os fenômenos atuais das NTC encontram-se ferramentas que permitem um número virtualmente ilimitado de usuários individuais produzirem, editarem e consumirem alternadamente seus próprios produtos comunicacionais, nas mais variadas linguagens e para os mais variados públicos, em escala global.

Em abril de 2008, o YouTube já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos, um número que representa um aumento *dez vezes maior em comparação ao ano anterior* e que continua a crescer exponencialmente. (grifos adicionados) (BURGESS & GREEN, 2009, pg. 18)

Mas admita-se que a tradicional assimetria entre produção e recepção vá ainda perdurar por um tempo significativo, em partes ainda majoritárias da comunicação de massa e que esta não irá se transformar inteiramente do dia para a noite. Mesmo assim, ao se fazer um sobrevôo sobre a recente produção acadêmica nessa área, constata-se que já há uma nascente, mas intensiva, atividade de estudo desses novos fenômenos<sup>12</sup>, onde os parâmetros clássicos da teoria da comunicação estão sendo expostos e revistos. É de fundamental importância, nas instâncias de formação acadêmica da comunicação, que se

<sup>10</sup> Para uma definição de campo social (exemplificado pelo jornalismo) ver: GOMES, Wilson: Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa, São Paulo, Paulus, 2004, Pgs 52-56.

<sup>11</sup> THOMPSON, John B.: A Mídia e a Modernidade, Petrópolis, Editora Vozes, 1998, Pg. 31.

<sup>12</sup> Ver, por exemplo: [http://scholar.google.com.br/scholar?q="mídias+sociais"&btnG=Pesquisar&hl=pt-BR&as\\_sdt=2000](http://scholar.google.com.br/scholar?q=) (consultado em 10.01.10)



intensifique esse processo de reavaliação conceitual, para uma abordagem mais precisa do campo teórico atual, suas perspectivas num futuro próximo e sua relação com um panorama social em rápida transformação.

### **As transformações práticas: um exemplo recente**

A ação das mídias sociais na esfera pública política pode ser ilustrada com um exemplo recente, que explicita algumas das transformações que estão ocorrendo na relação da política com o campo da comunicação.

Segundo discursos críticos tradicionais, a participação da cidadania no jogo político, nos estágios avançados da sociedade de massa, seria desprovida de autonomia efetiva e se limitaria a

uma passividade, porque a audiência não seria convocada para a fase da produção e da emissão do produto político. O público de massa não seria previsto como agente, mas como um conjunto determinável de interesses e necessidades que os produtos políticos se destinam a satisfazer. (GOMES, 2004, pg. 26)

Já num estudo mais recente, acerca do formato que as campanhas políticas têm adotado diante desse novo cenário, Gomes (*et alli*) observa que a campanha presidencial de Barack Obama à presidência dos EUA, em 2008, teve um

modus operandi de campanha cooperativo, ao par com o espírito da internet 2.0 no que se refere a convocar e pressupor a participação dos internautas na produção dos conteúdos e nos procedimentos de difusão viral de informações e de mobilização. (GOMES, 2009, pg. 29)

O conceito de “internet 2.0”, ou “web 2.0” significa, justamente, a internet não apenas como um sistema de publicações e banco de dados on-line, mas como um suporte para a estruturação das redes de mídia social. Ou seja, a Internet como um ambiente de cooperação e produção colaborativa de conteúdos e ações.<sup>13</sup> Foi, portanto, quando a campanha de Obama conseguiu que a militância, organizada em redes sociais, passasse a ser uma protagonista não apenas quanto à mobilização e conscientização de uma estratégia política – que coadunaria com seu papel tradicional – mas tivesse um papel ativo na produção de conteúdos políticos dessa estratégia, que se pôde constatar

---

<sup>13</sup> Conforme definição de O'REILLY, Tim, em seu blog, postagem de 10.12.2006: <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>, (acessado em 20.01.10)



uma nova prática no campo político e novos paradigmas quanto à elaboração e condução de seus processos.<sup>14</sup>

Ora, eis aí um exemplo dessa situação híbrida, aludida no início deste texto. Pois por mais que a estratégia política da campanha de Obama tenha usado as redes e as mídias sociais para atingir seus objetivos, ela não deixou de ser um projeto estruturado segundo uma orientação bastante convencional quanto aos seus propósitos e funcionamento: tratou-se de um projeto político, em forma de campanha, de contornos e finalidade prática bem definidos, com um design dentro dos padrões tradicionais de uma campanha política, ou campanha em sentido geral.

Sabe-se muito bem, dentro das tradições da comunicação social, como se estrutura uma campanha, seja ela “eleitoral, informativa, propagandística ou publicitária”.<sup>15</sup> Dessa maneira, uma campanha política reproduz um formato de ação social parecido a outras estruturas hierárquicas, tais como a empresa capitalista, as estruturas de poder estatais, o partido político tradicional, as hierarquias religiosas e outras instituições em forma de pirâmide, onde um núcleo dominante, situado no topo, impõe suas metas, normas e orientações estratégicas aos níveis mais baixos da estrutura.

No entanto, as novas tendências ligadas às NTC produzem configurações sociais de formato diferentes. Em vez de uma linha de comando, que se estrutura no sentido vertical, têm-se geralmente aí estruturas transversais, formadas nativamente em rede, que não obedecem tão facilmente a ordens ou diretivas de um grupo de comando, pois que elas não surgiram dentro de um modo administrativo hierárquico. Se as ferramentas das NTC, tais como as mídias sociais, forem usadas com sucesso em casos como o de Barack Obama, onde foram empregadas em funções ligadas a um projeto estruturado de forma hierárquica, como elas funcionam em processos não hierárquicos? Como funcionam quando elas se configuram integralmente em forma de movimentos, e não de campanhas? E qual a relação entre esses movimentos e os formatos hierárquicos tradicionais no campo da mobilização social?

---

<sup>14</sup> GOMES, W. et alii: Politics 2.0, A Campanha de Barack Obama em 2008, In. Revista Sociologia Política, Vol. 17, n.34, Curitiba, Outubro 2009, Pgs. 29-43.

<sup>15</sup> McQuail: *The Influences and Effects of Mass Media*, Londres, Arnold, 1977, pp. 70-94 APUD WOLF, Mauro: Teoria das Comunicações de Massa, São Paulo, Ed. Martins Fontes, 2005, Pg.20.



### **A revisão do conceito de esfera pública**

É evidente que as respostas a esse tipo de pergunta estão além, em muito, do escopo do presente texto, constituindo-se, na verdade um campo de estudos ainda recente, cujas formulações ainda irão se sedimentar nos próximos anos.

Mas o que desde já é possível intuir é que o estudo de tais fenômenos irá recolocar a discussão, em nova chave, da noção de de esfera pública. Sabe-se o tanto que este conceito, desde sua formulação clássica<sup>16</sup>, sempre esteve em debate, sendo objeto de negociações e diversos deslocamentos semânticos. Desde suas definições tradicionais, como “domínio daquilo que é público”, “arena política”, “espaço público”, “domínio discursivo aberto”, “interação social”<sup>17</sup>, até o presente momento, há que se avaliar, portanto, quais de suas dimensões necessitam hoje novos aportes teóricos. Pois mesmo sendo a esfera pública o ambiente de possibilidade para uma ação social baseada numa real intenção comunicativa, sabe-se que é ali, também, que se articulam estratégias antagônicas e excludentes dos diversos atores sociais.

A esfera pública forma uma estrutura intermediária entre o sistema político, os setores privados do mundo da vida e os sistemas de ação funcionalmente especializados (economia e Estado). A esfera pública, assim, se estrutura-se como uma rede supercomplexa que se ramifica em um sem número de arenas. (SIGNATES, 2009, pg. 184)

Se as táticas, nessas arenas, estão mudando dramaticamente em forma e conteúdo, há de se investigar, portanto, se não se fazem necessárias mudanças conceituais quanto à noção originária de espaço público político. Pois as diversas tentativas colonizadoras, que sempre exerceram seu poder sobre a esfera pública, não cessam de tentar impor sobre ela suas regras e estruturas, de acordo com interesses estratégicos particulares.

E cabe investigar, dentro dessa problemática, o viés particularmente *comunicacional* das transformações da esfera pública, pois há indícios de um aumento, maior que nunca, da importância que a comunicação sempre ocupou dentro do campo político, devido a sua função na elaboração da visibilidade pública e na edição e controle de seus processos. Apenas que ocorrem, hoje, radicais mudanças na configuração do campo da comunicação. Se antes, os atores políticos sempre precisaram “transacionar com os agentes da mídia para que seus interesses e suas causas possam

---

<sup>16</sup> HABERMAS, Jurgen: *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2003.

<sup>17</sup> Cf. GOMES, Wilson: *Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política*. In Maia, Rousiley & Spínola, Maria C.P.S. (orgs.): *Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas*, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2006, Pg. 222.



ganhar existência pública”<sup>18</sup>, hoje ocorre a sucessiva perda de monopólio desses agentes tradicionais quanto ao controle dos meios disponíveis, a fabricação e a veiculação de produtos comunicacionais. É, portanto, nessas novas formas relação entre sociedade civil, campo comunicacional e esfera política, que se constituem muitas das questões atuais acerca da deliberação política e os destinos da coletividade das modernas sociedades de massa. É dentro dessa configuração que se deve colocar a noção de esfera pública e sua relação com os fenômenos das NTCs.

### **As transformações teóricas recentes: uma comparação**

Como exemplo das transformações teóricas ocorridas nos últimos anos, podemos, primeiramente, lembrar um artigo de Rousiley Maia, escrito ainda em 2000, que pergunta: “É a Internet um instrumento de democratização?”<sup>19</sup>. Já nessa época, a autora aponta os riscos de se exagerar no otimismo da resposta e se relacionar “deterministicamente o potencial das novas tecnologias com a revitalização de instituições e práticas democráticas”. Ela lembra, também, que a infra-estrutura comunicacional e sua possibilidade técnica sozinhas, não garantem uma prática democrática, se não vierem acompanhadas das “motivações e interesses”<sup>20</sup> correspondentes, por parte dos cidadãos que as usam.

Mesmo assim, Maia constata que a internet tem o potencial para ser “um importante 'lugar', uma 'arena conversacional', em cujo o espaço se desdobra novas conversações e discussões políticas”.<sup>21</sup> Os diferentes movimentos da sociedade civil, mais ou menos formalizados, podem então servir de “arenas discursivas temáticas”, cujos resultados de debate seriam canalizados para os foros de debate político institucionais. Dentro desse processo, a internet pode propiciar canais de expressão e circulação de discursos fora do controle do Estado, graças a seu acentuado caráter dialógico e participativo.

Contudo, e de forma acertada, Maia levanta a discussão crítica sobre as condições adequadas para que o debate de fato se estabeleça e, sobretudo, quais os

---

<sup>18</sup> MAIA, Rousiley: Mídia e Vida Pública, Modos de Abordagem, In MAIA, Rousiley & SPÍNOLA, Maria C.P.S. (orgs.): Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2006, Pg.27.

<sup>19</sup>MAIA, Rousiley: Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. Comunicação apresentada no Congresso Internacional "Internet, Democracia e Bens públicos" - FAFICH/UFMG - 6 a 9 de novembro de 2000. Disponível em:

<http://vsites.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Rousiley2001.pdf> consultado em 21.04.2010

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Ibid.



termos que poderiam garantir sua qualidade, pois um debate “depende da livre motivação e da ação dos próprios concernidos, que é contingencial e imprevisível.” Além disso, ele “requer que os parceiros construam, de maneira coordenada e cooperativa, um entendimento partilhado sobre uma matéria comum”.<sup>22</sup>

Em concordância com vários estudos recentes sobre o universo virtual, Maia lembra que uma mixórdia de vozes não constitui uma discussão pública digna do nome:

a grande maioria dos participantes em listas de discussão política e *chats* expressam a própria opinião, “buscam” e “disponibilizam” informação, sem que se vinculem a um debate propriamente dito. A prática argumentativa, o dizer e contra-dizer com vistas a resolver discursivamente (“por razões”) impasses ou diferenças de pontos de vista, é relativamente reduzida se comparada com outras modalidades de comunicação nesses grupos.<sup>23</sup> (MAIA, 2000, pg. 7)

As NTC impulsionam a velocidade e abrangência dos canais de informação, “contudo, *não determinam* o procedimento da interação comunicativa e nem *garantem* a reflexão crítico-racional.” Resta o desafio de transformar “fluxos comunicativos” em “poder comunicativo”<sup>24</sup>, que orientariam as deliberações sociais.

Ou seja, como se transporta as demandas que surgem de maneira desordenada e dispersa, nos ambientes em rede, para canais formalizados que definem os programas políticos de uma sociedade e estabelecem suas metas? Esse é o verdadeiro desafio político que se coloca hoje, diante do potencial das NTC, é assim que se poderá realizar, ou não, a verdadeira vocação comunitária que se reconhece existir nos processos em rede. Como encaminhamento final, em seu texto de 2000, Rousiley Maya, aponta, corretamente, que os cidadãos devem

ser *competentes* para elaborar uma meta-linguagem civil... (e) articular, de modo conseqüente, demandas específicas, a fim de que possam ser mais facilmente encampadas pelas instituições políticas<sup>25</sup>

Nos últimos dez anos, não surgiu uma resposta definitiva de como realizar essa tarefa. Um esclarecimento quanto às formas e caminhos que a sociedade irá trilhar para dar conta dela ainda está num horizonte longínquo. Mesmo assim, surgem alguns indícios de soluções *intrínsecas* aos processos em rede, que podem oferecer respostas interessantes.

---

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.



Comparando, pois, o texto de Rousiley Maia com uma formulação um pouco mais recente, que inclui conceitos oriundos das práticas em rede dos últimos anos, temos um quadro esclarecedor, mesmo que de forma ainda provisória e apenas indicativa.

Clay Shirky, um dos que desenvolvem o conceito de *software social* como uma ferramenta de análise dos novos processos de mobilização e organização social<sup>26</sup>, sustenta que ao longo da história da comunicação nunca se conseguiu criar ferramentas que suportassem a discussão *simultânea e instantânea* entre vários atores. As ferramentas anteriores, tanto as “difusoras” (um ponto irradiando para muitos outros), quanto às “pessoais” (um diálogo entre dois pontos) tinham limitações que as obrigavam a organizar de forma pouco complexa as intervenções de seus membros. Ou seja, quanto maior o grupo, maior a dificuldade de sustentar uma relação dialógica dentro dele. As relações ‘ponto a ponto’, que permitiam fluxos de informação nos dois sentidos, logo que cresciam em número de participantes, se transformavam em relações ‘difusoras’, que permite apenas um sentido de fluxo.

Ora, tem-se observado, nos últimos anos, que as ferramentas sociais da internet suportam, de forma nativa, um diálogo complexo, e muitas delas não têm se perdido numa desorganização completa – risco para o qual Rousiley Maya alertava em seu texto de 2000 – nem dependem apenas da vontade e espírito público de seus integrantes para manterem um debate sustentável. Ao contrário, pode-se constatar que as estruturas colaborativas de rede comportam, desde a sua gênese, exigências de participação e regras de conduta para seu pleno funcionamento. Elas estabelecem, assim, o que Shirky chama de “constituições”, que regula sua lógica interna. Dentro dessa lógica, qualquer grupo, para não se desestruturar, tem que ter regras quanto ao que é permitido ou não, dentro de sua estrutura de funcionamento.

Nos exemplos concretos dos espaços de debate na internet, tem-se, por exemplo, as funções de ‘moderação’, ‘meta-moderação’, hierarquização e diferentes formas de controle que zelam pela manutenção de padrões de funcionamento desejáveis. É importante notar que essas ferramentas de controle são executadas *socialmente*, mesmo quando se trata de estruturas cuja origem foi construída por indivíduos ou grupos particulares. Uma vez lançado um determinado conjunto de regras para a participação coletiva, uma vez definidos os graus e as ferramentas de controle que um indivíduo ou

---

<sup>26</sup> SHIRKY, Clay: Social Software and the Politics of Groups, publicado em 09.03.2003, no *mailing list* “Networks, Economics, and Culture”, disponível em [http://shirky.com/writings/group\\_politics.html](http://shirky.com/writings/group_politics.html) consultado em 15.04.2010



grupo poderá exercer dentro delas, o processo corre de forma autônoma, com aceitação e participação de todos seus membros. Isso, obviamente, não impede sua corrupção e descaminho, mas serve como barreiras de contenção e normas de funcionamento concretas.

Essas ferramentas de ordenação, portanto, que se constituem ininterruptamente dentro dos processos de rede, e que vão espontaneamente sendo desenvolvidos, é a *expressão de que as redes se organizam socialmente*. Os resultados são palpáveis e reconhecidos em várias áreas: sistemas de conhecimento, tais como a Wikipédia, estão sendo construídos dessa forma. Da mesma maneira, têm se estruturado diversos sistemas operacionais tecnológicos, tais como o Linux e – como se viu no exemplo da campanha de Barack Obama – até mobilizações sociais.

A internet não é, portanto, apenas um possível *lugar* neutro para a esfera pública. Ela pode, também, ser vista como um aporte e conjunto de *novos processos* que contribuirão para a renovação desta mesma esfera pública. Isso, por ser a internet, em grande parte, constituída por metodologias intrinsecamente públicas quanto à sua lógica de funcionamento. Ou seja, tais processos não existiriam, não poderiam existir, se não fossem públicos e cooperativos.

É evidente, no entanto, que esses processos de organização estão ainda num estágio muito inicial de desenvolvimento e que eles não são imunes a processos colonizadores e movimentos de usurpação. E mesmo não se podendo, neste momento, concluir o que ocorrerá nos próximos anos, pode-se ao menos esperar que os movimentos de rede aportam instrumentos próprios e intrínsecos de construção democrática.

### **Referências bibliográficas**

BENKLER, Yochai: **The Wealth of Networks**, Yale, Yale University Press, 2006.

BURGESS, Jean & GREEN, Joshua: **YouTube e a Revolução Digital**, São Paulo, Aleph, 2009.

FUCHS, Christian: **Internet and Society: Social Theory in the Information Age**, New York, Routledge, 2006.

GOMES, W: **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**, São Paulo, Editora Paulus, 2004.



GOMES, W. (et alii): **Politics 2.0”A Campanha On-line de Barack Obama em 2008**, In. **Revista Sociologia Política**, Vol. 17, n.34, pp. 29-43, Curitiba, Outubro 2009.

HABERMAS, Jurgen: **Mudança Estrutural da Esfera Pública**, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2003.

KAPLAN, Andreas M. & HAENLEIN, Michael: **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media**, in **Business Horizons**, Vol. 53, N.1, pp. 59-68, New York, 2010.

LESSIG, Lawrence: **Code 2.0**, New York, Basic Books, 2006.

MAIA, Rousiley: **Democracia e a Internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação**. Comunicação apresentada no Congresso Internacional “Internet, Democracia e Bens Públicos” – FAFICH/UFMG – 6 a 9 de novembro de 2000. (Disponível em [HTTP://vsites.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Rousiley2001.pdf](http://vsites.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Rousiley2001.pdf))

MAIA, Rousiley & CASTRO, Maria C. P. S (org.): **Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas**, Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.

MARTINS, Allyson Viana: **Blogs, Blogueiros, Blogosfera. Uma Caracterização dos Blogs e dos seus Interagentes**, comunicado em **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Teresina – 14 a 16 de maio de 2009

PALACIOS, Marcos: **A Internet como Midia e Ambiente – Reflexões a partir de um experimento de rede local de participação**, In. MAIA, Rousiley & CASTRO, Maria C. P. S (orgs.): **Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas**, Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.

SHIRKY, Clay: **Social Software and the Politics of Groups**, publicado em 09.03.2003, no *mailing list* “Networks, Economics, and Culture”, disponível em [http://shirky.com/writings/group\\_politics.html](http://shirky.com/writings/group_politics.html) consultado em 15.04.2010

SHIRKY, Clay: **Here Comes Everybody**, New York, Penguin Press, 2008

SIGNATES, Luiz.: **A Sombra e o Averso da Luz, Habermas e a Comunicação Social**, Goiânia, Editora Kelps, 2009.

WOLF, Mauro: **Teorias das Comunicações de Massa**, São Paulo, Editora Martins Fontes, 2005.