



Uso Político das Tecnologias Digitais Como Ferramentas Emancipadoras: proposta de discussão¹

Aline Camargo²
Universidade Federal de Uberlândia

Resumo: No contexto do potencial das atuais tecnologias digitais como ferramentas de mobilização e de participação política, bem como das reconfigurações das linguagens e dos significados que foram causados por elas no debate público e na participação política, a pesquisa que originou este artigo buscou trazer reflexões acerca dos usos e apropriações de tecnologias digitais para a participação político-cidadã. Neste sentido, é inegável que, a partir do desenvolvimento e da popularização da comunicação digital, houve notáveis transformações, especificamente nas formas de produção, circulação e recirculação de mensagens dentro de um fluxo informativo multilateral. São plurais as experiências de demandas de direitos que têm utilizado as tecnologias digitais, como os movimentos 15M, na Espanha, Cinco Estrelas na Itália, Yo soy 132 no México e #Vempruarua, no Brasil; entre muitos outros. Estes novos processos de utilização das tecnologias digitais evidenciam a atuação de grupos conectados em um processo de reconfiguração do ecossistema cultural, político e midiático em torno das redes distribuídas de informação e conhecimento. Observa-se que contra o Capitalismo Cognitivo, a apropriação social das novas tecnologias de informação e comunicação tende a derrubar um sentido centralista e acessar uma lógica na qual a interconectividade atende aos esforços individuais e coletivos de coesão.

Palavras-chave: Internet; Participação; Redes Sociais; Tecnologias.

Introdução

O cenário da pesquisa que originou este artigo³ inclui a crise da democracia representativa no Brasil em um contexto de declínio da confiança popular em instituições e representantes políticos do país. Neste sentido, faz-se necessário considerar os meios de comunicação, analógicos e digitais, bem como as muitas plataformas binárias e redes sociais, como canais importantes para a disponibilização de informações e de visibilidade pública dirigida para diversos nichos e segmentos sociais, não apenas para figuras políticas, mas também, e principalmente, de temáticas que geram engajamento do público.

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

¹ Trabalho apresentado no GT3 – Redes Sociais e Ativismo Midiático da XVI Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2022, de 19 a 21 de outubro de 2022 – realizada pela ABPCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã, Universidade Estadual Paulista (UEL) e Programa e Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM-UEL.

² Jornalista, Mestre em Comunicação e Doutora em Mídia e Tecnologia. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). E-mail: aline.camargo@ufu.br.

³ Este artigo é resultado da pesquisa de doutorado “Usos e Apropriações de Tecnologias Digitais para a Participação Político-Cidadã: perspectivas das juventudes brasileiras”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia.

Barack Obama utilizou redes sociais como Twitter, Facebook e YouTube para comunicar-se e interagir com os eleitores. Pesquisa realizada pelo Instituto Pew Internet & American Life Project⁴ indica que 3 em cada 4 internautas dos Estados Unidos utilizaram a internet para ler notícias e se informar sobre a campanha política de 2008.

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

A mudança veio em setembro de 2009, com a Resolução nº 12.034⁵ feita para regulamentar a propaganda por meio de blogues, redes sociais e sites de mensagens instantâneas, “cujo conteúdo pode ser elaborado por candidatos, partidos, coligações ou por iniciativa de qualquer pessoa natural, o que vai além do que previa a resolução que abrangeu o pleito de 2008”. (GRAEFF, 2009, p. 42).

Mais do que uma estratégia para garantir votos, as redes sociais digitais têm se consolidado como espaço virtual de discussão política. O cidadão comum não só se informa sobre os candidatos, mas também produz e compartilha, pelos seus canais e redes, conteúdos com informações, posições e manifestações com finalidade política. Para Graeff (2009, p. 10), “o truque é transformar ouvinte em orador. Ao conseguir que a audiência escreva, candidatos conseguem um compromisso com essa audiência. Engajamento substitui recepção, que por sua vez leva à ação no mundo real”.

Segundo Marques e Sampaio (2011) a partir das eleições presidenciais brasileiras de 2010 foi apresentado um cenário que permite afirmar que as ferramentas digitais assumiram uma importância inédita no debate eleitoral nacional. Neste contexto há dois aspectos que se destacam: (1) existe uma maior disponibilidade de informações geradas por candidatos, partidos e usuários; e há, conseqüentemente, (2) uma maior concorrência pela atenção dos usuários.

⁴ *The Internet and Politics: No Revolution, Yet*, Washington DC, Pew Internet & American Life Project, 2011. Disponível em: <http://bit.ly/cornfield2006>. Acesso em: 08 ago. 2022.

⁵ Disponível em: www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-lei-no-12-034-09-norma-para-eleicoes. Acesso em: 19 ago. 2022.

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

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

Para os autores (2011, p. 218) é fato que a quantidade de informação política disponível ao eleitorado tem aumentado a cada eleição, -assim como se percebe um maior pluralismo na variedade de usuários e entidades dispostos a criarem conteúdos ou, simplesmente, a repassarem ideias, mas não se sabe se a maior disponibilidade de informação tem representado maior engajamento e participação política por parte dos jovens cidadãos.

Neste sentido, Saisi (2013, p. 1), indica o papel central dos meios de comunicação na informação e na participação política. Para a autora, “os resultados nas urnas indicam um cenário em transformação, em que a participação popular se coloca como um valor em ascensão e o uso de mídias digitais abre novas possibilidades na arena política”.

Para Aldé (2004, p. 41), “o próprio processo de construção de atitudes políticas é comunicacional”. Segundo a autora, o universo e o contexto da política estão inseridos na perspectiva cotidiana dos cidadãos-eleitores, sendo assim “apreender as rotinas e hábitos dos indivíduos, bem como a versão que oferecem para os eventos públicos e o ideário político, é tarefa central na teorização acerca de suas escolhas e ações” (ALDÉ, 2004, p. 43).

Aldé (2004) salienta que a atitude política e a expressão pessoal de opinião são

influenciadas por fatores subjetivos (história familiar, trajetória pessoal, predisposição intelectual) e fatores de contexto social (como renda, gênero, idade, grau de escolarização, etnia e religião). Já o ambiente informacional (quadros de referência principais e secundários, como relações interpessoais, mídia, igreja, família e trabalho) e a atitude política sofrem uma correlação, uma vez que se influenciam e são influenciados.

Assim, é preciso considerar as mídias como espaços comunicativos de mobilização e participação política, bem como as reconfigurações trazidas para a política pela comunicação digital, especificamente nas formas de consumo, produção, circulação e recirculação de mensagens. Os meios de comunicação são quadros de referência que fornecem “enquadramentos e explicações para o mundo em geral e a vida política do país em particular” (ALDÉ, 2004, p. 137).

Para a pesquisa que dá origem a este artigo, considera-se os *media* como um importante quadro de referência, que antecede e orienta a percepção e a apreciação de acontecimentos políticos, assim como são considerados, também, outras instituições de referência, como a escola, a família, a igreja e o trabalho, por exemplo. Sendo assim, consideram-se as influências do consumo midiático dos cidadãos em sua conexão pública e participação política.

Tecnologias Digitais para a Participação

O potencial das ditas novas tecnologias comunicativas sempre esteve presente, em maior ou menor grau, nos diversos processos de interações humanas. Especialmente nos processos culturais e políticos, que sempre acompanharam e se apropriaram do desenvolvimento e da popularização dos diferentes meios de comunicação, sejam analógicos ou digitais.

Mais recentemente, no Brasil e na América Latina, a luta da sociedade civil pelo acesso e utilização massiva da internet e das redes sociais digitais tem sido constante e registrado ciclos de avanços e retrocessos, conforme oscilam as políticas de Estado, em governos com propostas sociais avançadas, ou em mandatos mais autoritários e afinados com os interesses econômicos hegemônicos mundiais. Assim, durante a primeira década do século XXI, as pautas com propostas de apropriação social das novas tecnologias estiveram inseridas nas amplas reivindicações por ampliação das democracias, das soberanias nacionais e dos direitos sociais na região latino-americana. Tais reivindicações pretendiam ser um antídoto aos resquícios das políticas neoliberais privatistas e excludentes que castigaram as populações

trabalhadoras, que também já haviam sofrido a repressão sociopolítica e econômica durante as fracassadas ditaduras militares que predominaram na maioria dos países sul-americanos desde o início da década de 1960.

Com o fracasso econômico das ditaduras militares, as sociedades da região latino-americana lutaram pela redemocratização de seus países. Entretanto, os avanços democráticos foram interrompidos, ao final da década de 1980, pela eleição de governos neoliberais, que na América Latina foram implementados a partir da eleição de presidentes afinados com a orientação política e econômica do Consenso de Washington, em processos eleitorais regidos pelo poder econômico e pelas mídias comerciais hegemônicas.

Assim, em diferentes países da América Latina recém-democratizada, após o duradouro ciclo das ditaduras militares, passaram a ocorrer vitórias de candidatos neoliberais, o primeiro deles foi Carlos Salinas de Gortari, economista formado em Harvard e eleito presidente do México em 1988. Na prática, o primeiro experimento neoliberal latino-americano e também aplicado a um país capitalista ocidental, com privatização dos serviços públicos e estado mínimo foi iniciado no Chile, durante a ditadura de Pinochet.

Em seguida, em 1989, ocorreu a acirrada disputa eleitoral no Brasil, entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Mello. Collor foi eleito presidente com comprovada influência jornalística e publicitária dos oligopólios midiáticos brasileiros, que até hoje são liderados pelas Organizações Globo, cuja Rede Globo de Televisão é o veículo de maior destaque. A edição dos trechos do decisivo debate eleitoral entre Lula e Collor, com evidente favorecimento da figura pessoal e política de Collor, e a exibição com destaque na véspera da eleição nos telejornais da rede Globo asseguraram a vitória eleitoral do primeiro projeto neoliberal brasileiro. Assim, por mais de década, o neoliberalismo espalhou-se e predominou no Brasil, e em todo o continente americano. Mesmo os Estados Unidos, a maior economia americana, durante os governos republicanos de Ronald Reagan, de George Herbert Walker Bush, e de George Walker Bush, impuseram aos seus cidadãos políticas radicais de estado mínimo, com cortes na infraestrutura estatal, nos serviços públicos e no atendimento social essencial para atender as parcelas excluídas do “American way of life”.

Em países em que predomina a ausência de canais de participação coletiva, sejam de recursos institucionais do Estado, ou de meios públicos, ou comunitários de comunicação, que também são instrumentos de representatividade e expressão cultural e política em uma localidade, predominam o autoritarismo e a exclusão política, econômica, cultural e social. Em

situações recorrentes de meios de comunicação controlados tecnicamente, economicamente e politicamente, prevalecerão os interesses dos monopólios midiáticos e dos grupos sociais economicamente e politicamente dominantes, seja o controle exercido com os tradicionais veículos de radiodifusão, ou com os novos meios digitais.

Desde o início da década de 1990, o território virtual e globalizado do ciberespaço está expandindo seu alcance e popularização. Seu poder econômico e de influência informativa, cultural e político-ideológica reflete-se na atualidade em todas as modalidades de atividades humanas, sejam elas materiais ou intelectuais. A ampliação da abrangência e da capacidade de tráfego de dados das redes de conectividade, assim como a evolução das tecnologias agregadas à internet, multiplicam a disponibilidade de recursos comunicativos e operacionais, que hoje são essenciais tanto para a produção, quanto para difusão e recepção de informações binárias de qualquer natureza. Além disso, foi o desenvolvimento da rede mundial de computadores que permitiu a interligação dos sistemas globais de dados e de operações financeiras, além do controle remoto dos processos industriais, além de facilitar e expandir a automatização dos setores industriais, de serviços e transporte, além de muitas atividades produtivas rurais e extratoras de recursos naturais.

Nas atividades de comunicação são muitas as contribuições da internet. Particularmente, o desenvolvimento do *streaming*, a chegada da internet 2.0 e a popularização dos *smartphones* desde 2005 deram plena mobilidade às conexões e individualizou a audiência dos canais e ambientes virtuais, de um modo semelhante ao que havia ocorrido a partir dos anos 1960, com o rádio de pilhas, e também com os dispositivos de reprodução de áudio e de músicas gravadas em fitas cassete.

Desde a disseminação dos dispositivos digitais móveis, a maioria dos acessos tornou-se individual, assim como o consumo dos conteúdos da rede, especialmente dos produtos audiovisuais por demanda. Na prática, as tecnologias de *streaming* e os *smartphones* propiciaram a portabilidade e a recepção não linear de conteúdos, um modelo de consumo midiático que está gradualmente superando a radiodifusão aberta, seja sonora ou audiovisual.

As redes interativas contribuíram para transformar a sociabilidade contemporânea e têm atingido as bases institucionais do modelo de centralização da mediação das representações sociais das grandes empresas de mídia, como é o exemplo do sistema Globo, no Brasil, e a Televisa, no México. Neste sentido, as redes sociais digitais alcançam sua maior projeção como canal de informação alternativo. Manuel Castells coloca a centralidade deste tipo de

comunicação política emergente na nova “sociedade em rede”, ainda em 1994 a partir da revolta zapatista do EZLN em Chiapas, por representar, de certo modo, uma dupla ruptura, simbólica e midiática para coincidir, por um lado, com a entrada em vigor do Acordo de Livre Comércio, como uma crítica antagônica ao modelo de integração econômica e comercial com os Estados Unidos; e, em segundo lugar, tornando visível a realidade da população indígena.

Quando falamos dos ciclos de desenvolvimento técnico-científico que ocorreram em diferentes estágios da era moderna, podemos afirmar que nenhuma inovação tecnológica anterior teve um poder tão renovador e transformador quanto ao que a informática agregou para muitas áreas de conhecimento e atividades humanas da atualidade, que só puderam ser realizáveis com ferramentais tecnológicos de alta precisão e desempenho, como são os computadores e os seus inúmeros sistemas de programação, operação e aplicação em quantidades crescentes de atividades sociais contemporâneas.

Na maioria dos países da América Latina, os processos de democratização continuam a se concentrar no conteúdo jornalístico e não naquilo que diz respeito à autonomia do campo da cibercultura e ao fortalecimento dos instrumentos de participação e luta política, além da disponibilidade de canais para realização de debates públicos dos cidadãos pela rede mundial de computadores. Também é possível observar que passado mais um quarto de século do início da Internet comercial no Brasil e na América Latina, a exclusão digital ainda atinge mais da metade dos indivíduos entre a população economicamente ativa.

É uma forma de exclusão cuja origem não reside só na impossibilidade econômica das pessoas de pagar o acesso à Internet fixa ou móvel. Ela também é agravada pela falta de habilidades cognitivas de cidadãos, que não tiveram acesso suficiente ao sistema escolar. Eles são analfabetos plenos ou parciais, e integram os contingentes populacionais cada vez mais desabilitados e pobres, porque vivem em sociedades capitalistas cujos tipos de serviços urbanos, de produção industrial e também agropecuária demandam funções laborais com mais exigências educacionais e habilidades cognitivas dos trabalhadores.

O fenômeno da exclusão, seja econômica ou laboral, é inerente ao capitalismo, tanto nas nações centrais, quanto nas periféricas. Depois da presumida globalização econômica e administrativa propiciada pela Internet, os países estão cada vez mais suscetíveis aos apertos cíclicos inerentes às economias de mercado, tanto por fatores internos, quanto pelos percalços econômicos ocasionados pelas crises internacionais.

Em um cenário nacional e internacional sempre regido pelos humores voláteis da

globalização econômica e dos sistemas, canais e culturas midiáticas, os repertórios dos meios de comunicação de massa e, mais recentemente, dos veículos digitais e multidirecionais, estão muito presentes e influentes nas sociedades contemporâneas e contribuem decisivamente para a da opinião pública predominante sobre qualquer assunto de interesse coletivo. Não há mais como refutar o fato de os veículos massivos serem os principais indutores do consumo de bens materiais e simbólicos e, também, os principais canais disseminadores entre as diversas camadas sociais, de informações jornalísticas, sejam factuais ou especializadas, e das vertentes culturais, que além das atrações jornalísticas, estão muito presentes nas atrações de entretenimento.

Assim, a mídia tradicional, ou as plataformas digitais e seus canais especializados conseguem difundir visões de mundo ou direcionar, ocasionalmente, ou intencionalmente, os debates da vida pública.

Nas últimas duas décadas a Internet tem adquirido um papel de liderança na formação de opinião pública nos processos eleitorais, talvez de maneira muito mais complexa e abrangente que aquele exercido por quase um século pelo rádio, e por mais de meio século, pela televisão. Desde o início da internet comercial, em meados dos anos 1990, a rede mundial de computadores passou a fornecer aos usuários um conjunto de ferramentas e de canais digitais com capacidade de difusão global de mensagens multimidiáticas, que se tornaram cada vez mais importantes para o desenvolvimento dos ativismos, seja político, cultural-educativo, artístico e laboral. Outras tantas formas de comunicação e de mobilização social, que hoje interagem constantemente, em tempo real e com fluxos multilaterais utilizam uma imensidão de veículos e de ferramentas virtuais de interlocução coletiva.

A eleição de Barack Obama em 2008 foi pioneira e uma das mais emblemáticas ao mostrar ao mundo o crescimento da importância dos meios digitais no debate e no refinamento, e acirramento, da disputa político-eleitoral e também para o debate público em geral. Seja na disputa da presidência dos Estados Unidos, na mais recente campanha presidencial no México, ou nas pioneiras projeções virtuais de figuras latino-americanas, que são consideradas revolucionárias ou inovadoras, como o comandante Marcos ao difundir a resistência zapatista nos confins mexicanos; Hugo Chávez em sua luta pelos interesses populares na Venezuela; Pepe Mujica no Uruguai; Rafael Correa, com a sua luta popular-democrática no Equador, e Lula no Brasil. Os grandes debates que ganharam repercussão mundial desde o final dos anos 1990, bem como o reconhecimento público de seus personagens mais emblemáticos, tomaram

vulto pela Internet.

É preciso encarar seriamente o potencial das atuais tecnologias digitais como ferramentas de mobilização e de participação política, bem como as reconfigurações das linguagens e dos significados que foram causados por elas, no debate público e na participação política. É inegável que a partir do desenvolvimento e da popularização da comunicação digital, houve notáveis transformações, especificamente nas formas de produção, circulação e recirculação de mensagens dentro de um fluxo informativo multilateral, que na época dos meios analógicos se restringia apenas ao sentido linear e propiciava apenas o consumo de informações, sem que houvesse canais para debates e questionamentos, além de recursos técnicos para o redirecionamento dos conteúdos difundidos pelos meios hegemônicos.

Mas nem tudo são flores e benefícios na arena das disputas políticas da participação coletiva e da formação de opinião pública pela Internet. A controversa Primavera Árabe, a eleição de Trump (2016) nos EUA, e de Bolsonaro (2018) também revelam o potencial maléfico da Internet, tanto quanto os antigos meios hegemônicos de radiodifusão. Os recursos digitais também podem servir como canais propícios para a difusão dos projetos reacionários pelos manipuladores da opinião pública, em eleições -livres, de países considerados democracias consolidadas.

Revoltas civis das chamadas “multidões conectadas” abriram a possibilidade e a atualidade da revolução no contexto de crise dos sistemas capitalistas contemporâneos e permitiu o desenvolvimento de uma sociedade em rede, considerada por muitos como protagonista e autônoma. Por outro lado, esse conjunto de práticas sociais gerou poder coletivo para além das redes sociais e digitais, tornando-se locais de visibilidade, conversação e disseminação de uma crítica social transversal e massiva aos sistemas investidos de poder, com ênfase especial em instituições como, por exemplo, a mídia comercial e hegemônica, os mandatários do legislativo e do executivo e os partidos políticos.

Algumas considerações (e reflexões)

Com a gradual redução do custo dos serviços nacionais e internacionais de comunicação a partir da expansão da Internet comercial, muitos pesquisadores dos meios e tecnologias de comunicação, muitos ativistas políticos, sindicais e de movimentos sociais avaliavam que o uso das novas tecnologias de informação resultaria na democratização do acesso às redes, de dispositivos e aplicativos, mesmo entre as camadas pobres das sociedades. Assim, as novas

tecnologias e meios digitais facilitariam, e até estimulariam, a crescente participação dos segmentos sociais mais conscientes e mobilizados, uma situação que poderia produzir movimentos engajados nas lutas em defesa de incontáveis pautas da cidadania contemporânea. Afinal, em países e sociedades democráticas, os direitos coletivos devem ser respeitados e defendidos por todos. Entusiastas da e-democracia apontavam que “as novas tecnologias podem promover discurso aberto e racional, a igualdade de participação e a inclusão de diversos pontos de vista” (NOVECK, 2010, p. 60).

Há mais de uma década Scolari (2008, p. 97) afirmava que estaríamos diante de um novo paradigma da comunicação, em que a nova realidade das comunicações digitais apresentaria usuários ativos, novos formatos e linguagens e formas coletivas de geração de saber. Naquele contexto prenunciado por Scolari, “o usuário pode escolher entre diferentes conteúdos, manipulá-los, reproduzi-los, retransmiti-los e regular seu tempo de consumo”.

Para o autor (2008, p. 96), naquele contexto de contraposição entre a web 1.0 e a web 2.0, “a informação sempre é selecionada ou buscada, nunca simplesmente recebida”, fator que desencadearia uma ação ativa e autônoma dos usuários das novas mídias. Mas, Scolari também já previa que “os novos meios exigem diferentes níveis de atividade a diferentes usuários (não todos dispostos a interagir da mesma maneira)” (SCOLARI, 2008, p. 96).

Jenkins, Ford & Green (2015), ao analisarem o contexto de convergência dos meios, e as presumidas culturas participativas e a inteligência coletiva, também diziam que é preciso considerar o fluxo de conteúdos, a partir do desenvolvimento de múltiplas plataformas de mídia, que instigaram um comportamento migratório dos públicos dos tradicionais veículos de comunicação, para os novos meios e ambientes comunicativos digitais. Levinson ao revisar obras de McLuhan (1994), buscando compreender as sociedades atuais diante das transformações culturais e comunicativas provocadas pelos novos meios e recursos digitais, ainda no início da internet, também avaliou que circulação de conteúdos midiáticos dependia da participação ativa dos usuários ao utilizarem as novas redes e os recursos informáticos (LEVINSON, 2009).

São análises sobre mudanças havidas entre a figura do antigo consumidor de fluxos de conteúdos verticalizados difundidas pelos veículos analógicos, e a figura do ‘internauta’, o novo usuário de meios interativos de comunicação, um público ávido pelo acesso aos instrumentos digitais não somente para consumir informações, mas também para interagir, questionar e republicar as mensagens recebidas pela infinidade de produtores de uma enorme

diversidade informações, cuja origem não se restringe mais aos territórios, às culturas, ou aos mercados nacionais.

Embora Levinson (2003) fizesse naquele período pioneiro e até romântico da Internet, uma análise otimista e plenamente ‘integrada’ (no sentido definido por Humberto Eco), de que o ‘internauta’, além de consumidor dos conteúdos disponibilizados pelos incontáveis produtores e publicadores da rede mundial de computadores, também poderia ser produtor de conteúdo, Levinson mostrou-se tão convicto de sua predição sobre internautas produtores de conteúdos, que resgatou o neologismo *prossumidor* (derivado da palavra inglesa *prosumer*), termo cunhado por Alvin Toffler, no livro *The Third Wave* (1980).

As mudanças provocadas a partir do desenvolvimento de tecnologias digitais e a convergência dos meios têm influenciado a maneira como os cidadãos fazem uso dos meios de comunicação e evidenciado que a partir da digitalização das tecnologias e dos meios de comunicação o fenômeno da convergência representa mais do que uma mudança nas tecnologias de consumo:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento [...] A convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. (JENKINS, 2008, p. 43).

A emergência das chamadas sociedades de informação (CASTELLS, 1999) foi acompanhada durante os anos 1990 por um discurso revigorante de democratização dos meios hegemônicos de comunicação, e também da ampliação da participação política das diversas camadas sociais pelos novos canais virtuais. Alguns autores e analistas otimistas chegaram a prever um suposto controle de uma ágora eletrônica, manejada por organizações coletivas de cidadãos conectados que podiam exercer o controle de grandes quantidades de informações de interesse social, disponíveis no ciberespaço a partir de um ‘clique’.

Os setores políticos e econômicos tradicionais assumiram rápido o controle dos recursos participativos digitais, exatamente por ter mais dinheiro e dispor dos mecanismos de controle de acesso e apropriação dos meios mais eficientes e organizados globalmente pela inteligência econômica e militar. Assim, repetem-se, com mais eficiência graças aos algoritmos e os sistemas de rastreamento e espionagem digital, as formas de controle dos antigos meios, da

radiodifusão, da publicidade e da imprensa, que foi a pioneira da comunicação comercial de massa.

Além disso, a crise de legitimidade do sistema democrático representativo tradicional vigente na maioria dos países do mundo ocidental valoriza a experimentação de práticas democráticas participativas que buscam maior interferência popular nos processos políticos-democráticos. Historicamente, a difusão massiva das novas tecnologias e a produção e o consumo de conteúdos digitais têm ampliado a separação entre o material, o econômico e o ideológico. Com a emergência da cultura digital a visão tecnocrista reaparece na promessa de usuários ativos, o fim dos monopólios midiáticos e a diversidade de conteúdos disponíveis.

Assim a tecnologia assumiria uma dimensão neutra e se transformaria na solução das problemáticas sociais, enquanto se diluiriam as relações assimétricas de poder. No entanto, o que se vê é a presença das relações de poder no contexto das tecnologias, uma vez que as novas tecnologias de informação e comunicação constituem a plataforma por onde transitam os agentes da globalização.

Pode-se perceber que a difusão das TICs nas últimas décadas abre um leque de oportunidades para reconfigurar o sistema político. A velocidade de troca de informações, a interatividade promovida pelas redes sociais, o potencial das plataformas de participação popular, a disseminação do acesso à internet em computadores e celulares, entre outros, são fenômenos que alimentam a utopia de se avançar em novas técnicas e métodos visando à consolidação de uma efetiva democracia.

Neste contexto, faz-se necessária a análise sobre o processo de apropriação das tecnologias, entendido como um ato de força que se dá em um sistema assimétrico de distribuição de fluxos econômicos e culturais. O ato de apropriar-se subentende que seja algo de fora, alheio. No ato de apropriar-se as pessoas reivindicam uma necessidade, uma demanda, a falta de algo.

Neste sentido é preciso considerar as demandas sociais buscadas a partir das práticas de apropriação, ou seja, pensar a demanda social como alternativa às formas verticais de comunicação e possibilidade de construção de subjetividades políticas a partir do exercício da cidadania.

Assim, a apropriação pode ser entendida como um processo de autoaprendizagem pelo qual os indivíduos desenvolvem um sentido deles mesmos e dos outros, de sua história, de seu lugar no mundo e dos grupos sociais aos quais pertencem. Entender os usos e apropriações das

tecnologias vai além da questão prática e instrumental de acesso e uso das ferramentas disponíveis (o que também é importante e estudado em diversas pesquisas). No entanto, é preciso centrar-se no reconhecimento da capacidade de construção de autonomia e liberdade dos indivíduos e suas comunidades. É preciso compreender o uso político das tecnologias na criação de novas formas de ação e interação social e no estabelecimento de novas relações sociais e de ações coletivas.

Mecanismos pelos quais os indivíduos são sujeitos autônomos no conjunto de suas práticas, as inovações tecnológicas possibilitam um ambiente novo e uma mudança cultural em diversos aspectos da vida cotidiana, entre eles o processo de participação político- cidadã. A cada novo meio e/ou tecnologia disponibilizado, que não nascem neutros no sentido de que são produtos de uma evolução social e representam o anseio de seus criadores, a sociedade passa a lidar com novos padrões decorrentes de sua utilização e absorção cultural.

As inovações tecnológicas possibilitam gradualmente um ambiente novo, novos padrões de comportamento e consumo e profundas modificações culturais. As mudanças possibilitadas pelo uso de novas tecnologias reconfiguram a vida das pessoas e a forma como se relacionam.

Neil Postman procurou chamar a atenção dos cientistas quanto ao culto desmedido à tecnologia, em sua obra *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia* (POSTMAN, 1994). Seu texto representou um alerta para o fato de que, na evolução de uma sociedade centrada na técnica para o modelo de -tecnopólio||, ou seja, um modelo que é centrado na tecnologia, seria imperioso resguardar o sentido do ser humano e seu local central na cultura. O autor procura classificar as sociedades em três momentos de evolução: ferramentas, tecnocracia e tecnopólio, e se vale dessa divisão para uma análise, sobretudo ideológica, que passa pelas vantagens de cada nível de desenvolvimento, mas alerta, sobretudo, quanto aos possíveis problemas por ele vislumbrados em relação ao entusiasmo cético com os avanços tecnológicos.

Ao nos apresentar as nuances das tecnologias do passado e do presente, McLuhan apontou, com o conjunto de sua obra, que os meios de comunicação, notadamente os de massa, e a tecnologia influenciam mudanças físicas e mentais no homem e, por conseguinte, alteram comportamentos, padrões e a cultura. Se na Primeira Revolução Industrial a sociedade contava com um mundo linear, contínuo e mecânico, o novo mundo mostra-se -audiotácti|| e eletrônico (McLUHAN, 1974).

Uma vez que a sociedade contemporânea apresenta-se cada vez mais conectada e a mobilidade digital permite a interação em tempo real com pessoas em (quase) todo o mundo,

segundo o mesmo autor, o homem depara-se com uma característica individualizada, em contraponto à antiga sensação de pertencimento a uma civilização ou cultura apenas.

As conceituações teóricas sobre a interface entre cidadania e novas tecnologias da informação apontam a emergência de um novo modelo de mediação social marcado pela singularidade de seus agentes e um novo marco de contradições que atravessam a nova divisão internacional do trabalho, assim como os processos de acesso e apropriação da tecnocultura, que evidenciam a centralidade da informação nas políticas de representação contemporânea.

São plurais as experiências de demandas de direitos que têm utilizado as tecnologias digitais, como os movimentos 15M, na Espanha, Cinco Estrelas na Itália, Yo soy 132 no México e #Vempruarua, no Brasil; apenas para citar alguns exemplos. Estes novos processos de utilização das tecnologias digitais evidenciam a atuação de grupos conectados em um processo de reconfiguração do ecossistema cultural, político e midiático em torno das redes distribuídas de informação e conhecimento.

Neste sentido, a teoria crítica da mediação é impelida a definir novas abordagens conceituais e uma ecologia do saber comunicacional pensada a partir de maneiras marginais (não dominantes), considerando a centralidade do trabalho imaterial e das novas tecnologias digitais nos processos de participação e convivência cidadã.

A possibilidade aberta e ampliada pelos usos e apropriações das novas tecnologias digitais apontam a ruptura da produção midiática massiva. Assim, a centralidade da comunicação e das novas tecnologias apresentam-se como vetores das novas formas de sociabilidade, novos processos de desenvolvimento e construção coletiva que transcendem as formas assimétricas de globalização e mercantilismo, características primordiais do capitalismo.

Contra o Capitalismo Cognitivo, a apropriação social das novas tecnologias de informação e comunicação tende a derrubar um sentido centralista e acessar uma lógica na qual a interconectividade atende aos esforços individuais e coletivos de coesão.

Os modos de vida e as relações sociais são, historicamente, modificados pela inserção e apropriação de novas tecnologias e de diversos recursos interferentes nos ordenamentos coetâneos das sociedades. Não foi diferente com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Majoritariamente, os discursos relativos às tecnologias recaem sobre dois aspectos: um tecnocentrista focado em seu potencial democratizante e outro

apocalíptico, que indica a reprodução e até a ampliação das exclusões e desigualdades sociais preexistentes.

A internet é um espaço virtual expansivo e imersivo onde circulam conteúdos de diferentes naturezas e qualidades. Notícias, análises, comentários, narrativas, conceitos, dados verídicos, abstratos ou falsos aparecem em suas páginas multimidiáticas, ao lado de fatos verdadeiros e de interesse coletivo, todos são postados como insumos da democratização do conhecimento e como essências legítimas da esfera pública. É fato, no entanto, que a imagem da democratização depende do acesso igualitário aos meios de participação, além de recursos de reconhecimento e de validação do que é produzido e difundido no mundo virtual. E, neste sentido, faz-se necessário ter em conta que o acesso às tecnologias digitais, especificamente a internet, corresponde a 82% da população brasileira, de acordo com o Comitê Gestor da Internet (2022).

Por outro lado, há indícios de que as atividades desempenhadas na rede têm efeitos não apenas naqueles que a acessam cotidianamente, mas de alguma maneira atingem os brasileiros a partir do momento em que representam novas relações de trabalho, além de novas maneiras de produção e fruição de bens culturais e simbólicos, por exemplo.

A crença de que a internet é positiva, igualitária e democrática, devido ao acesso supostamente gratuito à informação, ignora alguns dos elementos essenciais para o debate crítico sobre seus usos e apropriações.

Referências bibliográficas

ALDÉ, A. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. FGV Editora, 2004.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

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

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Aleph, 2015.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2008.

LEVINSON, P. **Digital McLuhan**: A guide to the information millennium. Routledge, 2003.

LEVINSON, P. **New new media**. Boston: Allyn & Bacon, 2009.

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

MCLUHAN, M. **Understanding media: The extensions of man**. MIT press, 1994.

NOVECK, B. S. The single point of failure. In LATHROP, D.; RUMA, L. **Open Government: collaboration, transparency, and participation in practice**. Cambridge: O'Reilly Media, 2010.

POSTMAN, N. **Tecnopólio**. A rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

SAISI, K. Mídia e construção de mitos políticos na campanha presidencial brasileira. Grupo de Trabalho de Comunicação e Democracia no **V Congresso da Compolítica**, 2013. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT-01-Comunicacao-e-Democracia-KatiaSaisi.pdf>. Acesso em: 05 set. 2022.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva**. Editorial Gedisa, 2008.

TOFFLER, A. **The third wave**. New York: Bantam books, 1980.