

O Movimento 15M. Ações coletivas e voláteis no campo político

Santiago Giraldo Luque; Juan Francisco Martínez Cerdá, María Oralia Paredes Sánchez

santiago.giraldo@uab.cat

Universidade Autónoma de Barcelona

RESUMO

Partindo de dados recolhidos através de um inquérito realizado em Maio de 2011, com o objetivo de identificar algumas características do impacto mediático do Movimento 15M espanhol, este artigo apresenta uma reflexão crítica sobre o papel dos novos média, sobretudo das redes sociais, na produção de ações mediáticas em massa. Decorrente dos atuais processos de informação, as redes sociais surgem posicionadas no imaginário como cenários informativos multiplicadores e como espaços geradores de mobilizações sociais imediatas. Contudo, a rápida disseminação, espontaneidade, instantaneidade e volatilidade que caracterizam estes movimentos contrastam com a falta de movimentos ponderados, decorrentes de processos deliberados, que assentam necessariamente em esferas públicas institucionalizadas. Este artigo revela o contraste existente entre a alteração dos hábitos de consumo dos média e a receção de informação pelos cidadãos, e a sua permanente apatia perante a ação-mobilização. Assim, as alterações nas formas de comunicação, individualização, interligação e presença múltipla permanecem espaços de ação coletiva inalterados, podendo, inclusivamente, reduzir estes espaços se não forem utilizados adequadamente.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; política; rede social; Revolução Espanhola; participação

1. INTRODUÇÃO: AS TIC ENQUANTO FERRAMENTAS DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL PARA FINS POLÍTICOS. DAS ONDAS DE RÁDIO ÀS SMS E, FINALMENTE, AOS “HASH TAGS”

Ao olharmos rapidamente para o histórico das mais recentes mobilizações sociais de todo o mundo que tiveram um impacto político, podemos verificar que existe uma estreita relação entre estas atividades e as tecnologias da informação e da comunicação (TIC), que poderemos definir como:

“um conjunto diversificado de ferramentas e recursos tecnológicos utilizados para transmitir, armazenar, criar, partilhar ou trocar informações. Incluem-se nestas ferramentas e recursos tecnológicos computadores, a Internet (websites, blogs e emails), tecnologias de transmissão síncronas (rádio, televisão e webcasting), tecnologias de transmissão assíncronas (podcasting, leitores de áudio e de vídeo e dispositivos de armazenamento) e telefones (fixos ou telemóveis, de satélite, visio/videokonferência, etc.)” (Instituto de Estatística da UNESCO, 2009).

Assim, desde o início do século XXI, muitos movimentos sociais partilham um denominador comum: a utilização das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), sobretudo websites, blogs, emails, redes sociais e telemóveis pelos cidadãos.

Apresentamos abaixo uma lista cronológica deste tipo de ações: i) a Segunda Revolução do Poder do Povo (Revolução em EDSA de 2001), organizada através da troca de mensagens de texto, que levou à queda do Presidente Joseph Estrada, nas Filipinas; ii) a Noite das Mensagens de Texto, no dia 13 de Março de 2004, em Espanha, que determinou a mudança do governo espanhol nas eleições do dia seguinte; iii) o impacto dos média alternativos na Internet como meio de transmissão de informações durante a Revolução Laranja, que decorreu na Ucrânia em 2004; iv) a Rebelião dos Foragidos, no Equador (2005), que conseguiu aguentar-se através da rádio capital *La Luna*, que veio a revelar-se o único média que transmitiu o descontentamento social; v) o caso do grupo colombiano “Un millón de voces contra las FARC” (Um milhão de vozes contra as FARC), que planeou e organizou a sua mobilização através do Facebook em 2008; vi) a Revolução Verde, no Irão (2009), que ocorreu após as eleições presidenciais e que se desenvolveu em plataformas como o Twitter; vii) a Revolução de Jasmim, na Tunísia (2010), que, em Janeiro de 2011, acabou com a Presidência de 23 anos de Zine El Abidine Ben Ali, e que foi divulgada nas redes sociais; viii) a Revolução Egípcia de 2011, que, após 30 anos de regime de Hosni Mubarak, levou os egípcios a iniciarem os protestos que culminaram com a demissão do Presidente; e, finalmente, ix) o Movimento dos Indignados de Espanha¹ (2011), que representou o descontentamento público relativamente à classe política.

Com base nestes elementos, poderemos afirmar que o envolvimento público nos movimentos sociais encontrou, nas TIC, enquanto redes sociais (como, por exemplo, o Facebook e o Twitter), uma ferramenta de gestão e de disseminação de informações importantes. De facto, durante o seu percurso evolutivo, a tecnologia sempre foi utilizada para disseminar ideais com potencial de transformação em manifestações físicas na rua, constituindo assim uma transição da presença virtual para a presença real nas ruas.

Portanto, a questão que se coloca é: que género de relação poderá existir entre este tipo de TIC e a atual mobilização de cidadãos? Ou, por outras palavras: qual a ligação entre os média bidirecionais, representados pela nova geração de plataformas de comunicação tecnológicas, e a mobilização da massa social?

Neste contexto, a Figura 1, que mostra o grau de penetração dos diferentes média em Espanha, mostra claramente que a televisão ainda é o meio mais utilizado. Contudo, a utilização da Internet aumentou de modo consistente ao longo dos últimos 5 anos. Talvez este facto nos permita compreender por que motivo, em 2004, a Plaza del Sol, em Madrid, se encheu de pessoas graças à tecnologia das mensagens de texto (SMS) dos telemóveis, enquanto em 2011 a convocação foi efetuada sobretudo através das redes sociais. Neste contexto, o *Facebook* e o *Twitter* tornaram-se plataformas de organização cívica que permitiram a comunicação entre milhões de pessoas.

¹ Segundo Antonio Negri (2011), o 15M, o Movimento dos Indignados, foi articulado com diferentes tipos de descontentamento: uma associação de ativistas informáticos, uma rede de ativistas de direito ao alojamento, a comunidade de com hipoteca à procura de reconhecimento através dos média, várias associações e grupos urbanos e uma rede de sindicatos de “esquerda independente”, e um movimento social (constituído por pessoas de classe média, no seu sentido lato) de luta contra a crise e contra a pobreza, através da classe média.

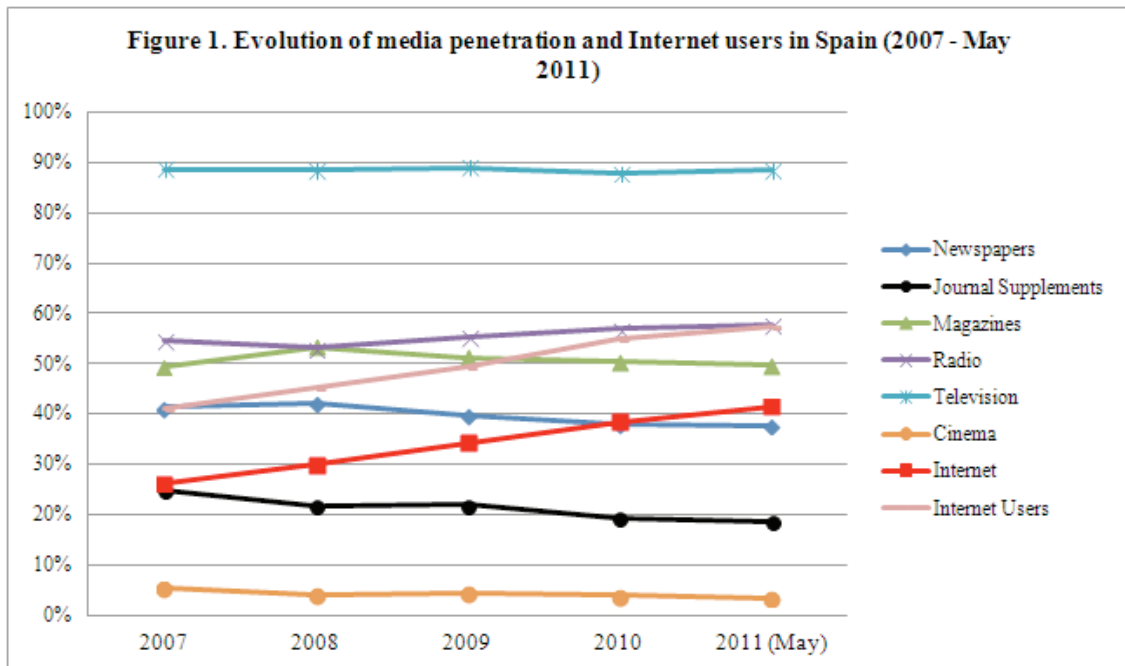


Figura 1. Evolução da penetração dos média e dos utilizadores da Internet em Espanha (2007 – maio de 2011)

Fonte: Encuesta General de Medios (EGM) (maio de 2011, Espanha). Valores percentuais.

2. METODOLOGIA UTILIZADA PARA TESTAR A LIGAÇÃO ENTRE AS TIC E AS AÇÕES SOCIAIS POPULARES PROMOVIDAS PELAS TIC

2.1. CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

Todos os eventos referidos acima definem um cenário em que um novo ator político é chamado à ação e à mobilização social através de atores invisíveis (mas acessíveis) por meio das TIC, em particular das redes sociais. Surge um novo tema político, que ganha mais força rapidamente enquanto movimento de massa, devido ao efeito de rede, com potencial para influenciar os processos de decisão pública apenas se as ações referidas possuírem efeitos políticos. Os exemplos acima estão a multiplicar-se nas plataformas da Web 2.0, onde são propostas ações que foram bem recebidas por um vasto número de utilizadores.

Além disso, neste cenário otimista de influência social das TIC na política, a discussão das possibilidades que a Internet oferece para aproximar e restabelecer a ligação entre as pessoas e os processos de tomada de decisão pública representa a tecnologia como uma ferramenta ideal para alcançar estes objetivos, bem como ferramentas que permitem reforçar a relação entre os cidadãos e as instituições públicas. Assim, é possível que haja cenários nos quais a responsabilização e a transparência são um facto, sendo a procura crescente de cidadãos que utilizam as TIC vista, em termos gerais, enquanto ferramenta de trabalho do quotidiano (Kahn e Kellner, 2004: 98-99).

De facto, Pierre Lévy antecipa o fim dos regimes ditatoriais com o advento da democracia eletrónica (2002: 33), e Bentivegna (2006) reconhece a importância das TIC nas mãos da sociedade como uma forma de garantir a democracia, identificando-as

como um remédio contra a representação e a crise política prevalecente no Ocidente. Este autor nota, também, que a emergência da Internet permite, potencialmente, aos cidadãos restabelecerem a ligação aos representantes governamentais, discutindo o modo de gestão de expectativas elevadas para a renovação da democracia, com base no modelo Ateniano. Neste sentido, Bentivegna afirma que a mudança impulsionada pela Internet é constituída pelo facto de, graças à rede, os políticos se cristalizarem em diferentes esferas e contextos, envolvendo a perda da orientação política do centro em resultado do colapso das instituições políticas tradicionais (2006: 332). Assim, as designadas redes sociais relacionadas com as plataformas da Web 2.0 surgem como oportunidades reais de protestos individualizados e de massa veiculados, em grande parte, através de conteúdos gerados pelo utilizador. A este respeito, Häyhtiö e Rinne (2008: 26) indicam que os protestos políticos realizados através da Internet diferem dos protestos tradicionais em termos de programa, objetivos e duração, bem como em termos de linhas de ação. Entretanto, Dalhgreen (2009, citado em: Breindl, 2010: 5) nota que esta evolução está relacionada com o processo global de individualização que esquematiza novas práticas políticas: uma mudança na qual as ligações políticas se estabelecem com base em interesses pessoais, e na qual as escolhas são determinadas pelos estilos de vida, ao invés de serem determinadas pelas ideologias tradicionais. Neste sentido, Juris (2004) nota que as novas TIC e os novos média se constituem enquanto elementos essenciais da atividade social, destinados à formação de movimentos sociais. Além disso, Sey e Castells (2004) reconhecem que estas novas TIC sociais e a Internet desempenham a função de agente motivador e indutor na esfera da política pública, desde que as pessoas tirem partido das suas vantagens. Sassen (2007), por sua vez, descreve a utilização generalizada das redes digitais pelos atores empresariais, públicos e iniciativas civis. Por conseguinte, as potenciais vantagens das TIC tradicionais são enormes e, em muitos casos, absolutamente reais.

Porém, numa perspetiva neutra, apesar de a mudança provocada pelas novas tecnologias reforçar a personalização da informação e gerar determinados tipos de ação coletiva incentivados pelos Tweets, deverá ter-se em consideração que estes são comportamentos e ações coletivos orientados exclusivamente pelas tendências dos média, mas, em muitos casos, não existe qualquer relação entre eles: “no ciberespaço, não existe uma aldeia global unificadora. O que existe é um bombardeamento, sem quaisquer normas, de muitas mensagens que representam universos inconsistentes e incompatíveis” (Zizek, 2006). Segundo o autor, estes movimentos sociais mobilizados através das TIC são apresentados enquanto ignorância generalizada decorrente da participação individual: “Por que é que uma discussão democrática na qual estaria envolvida a maioria dos cidadãos conduziria a melhores resultados, se a maioria permanece na ignorância a nível cognitivo?” (2006). A evolução dos casos acima representa uma mudança no sentido ideológico e no sentido do mecanismo de ação do movimento social tradicional: em primeiro lugar, o ponto fulcral de reflexão das mobilizações humanas históricas perde-se; em segundo lugar, as pessoas confiam no poder de uma comunidade alargada de utilizadores com participação permanente em tempo real.

Portanto, de certa forma, possuímos uma alternativa: o otimismo da inteligência coletiva online (assente nas redes digitais) de Pierre Lévy por contraposição à crítica de Zizek, que nota que “a disponibilidade geral provocará uma claustrofobia intolerável; um número excessivo de opções será vivenciado como a impossibilidade de escolher; a comunidade universal de participantes diretos excluirá, cada vez mais veementemente, aqueles que não puderem participar” (2010: 167).

2.2. ESTUDO DE CASO: INQUÉRITO SOBRE O IMPACTO DOS MÉDIA NO MOVIMENTO 15M

De modo a caracterizar e a avaliar o dilema delineado acima, optou-se por realizar um estudo de caso que oferece uma perspetiva específica relativamente aos aspetos práticos da utilização massiva de TIC (as redes sociais), com vista à mudança política. Especificamente, realizou-se um estudo de campo que aborda a disseminação de informações no *Movimento 15M* através das redes sociais. Foi, assim, possível calcular o impacto das diferentes plataformas de comunicação que noticiaram os protestos dos *Indignados Españóis*. Os resultados foram calculados com base num inquérito online junto de pessoas que utilizam regularmente a Internet. Os participantes foram convidados a responder a um inquérito composto, quer por questões abertas, quer por questões fechadas, formuladas com o objetivo de determinar a importância de cada meio – novo ou tradicional – como fonte de informação primária e como meio de expressão.

O quadro seguinte ilustra pormenorizadamente as características do inquérito:

FIGURA 2. DADOS TÉCNICOS E CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DOS RESULTADOS DO INQUÉRITO ONLINE	
Universo	Utilizadores de Internet
Seleção da amostra	Amostragem do tipo bola de neve Convite através de mensagens de email e das redes sociais
Recolha de dados	Inquérito online com questões abertas e questões fechadas
Tamanho da amostra	549 respostas validadas
Erro de amostragem	Erro de $\pm 4,27\%$ nos dados globais, com uma população infinita, e incerteza máxima ($p=q=50\%$), e nível de confiança de 95,5%
Período do trabalho de campo	20 de maio – 26 de julho (94% de respostas entre 20 e 31 de maio)
Grupos mínimos por sexo, faixa etárias, etc.	Não aplicável
[Peso]	Não aplicável
Resposta por sexo	Feminino: 53,6% Masculino: 46,4%
Idade média dos inquiridos	37,8 anos
Nível de escolaridade máxima dos inquiridos	Universitário: 63,4%
Atividade principal dos inquiridos	Trabalhadores independentes: 45,9% Estudantes: 24,4%
País dos inquiridos	Espanha: 87,3%

Fonte: autores

3. PRINCIPAIS RESULTADOS DO INQUÉRITO

3.1. NOVOS MÉDIA E CONSUMO DE INFORMAÇÃO

Os resultados do inquérito confirmam os dados EGM apresentados na Figura 1, indicando a predominância da televisão relativamente a outros meios de comunicação como fonte inicial do evento noticioso, mas também mostram a utilização crescente de outros meios digitais baseados na Internet (Figura 3). Neste sentido, os resultados revelam uma situação que questiona o papel da televisão sobre a utilização das redes sociais: a soma dos resultados do *Facebook* (19%) e do *Twitter* (10%) como fonte inicial ultrapassa as fontes televisivas em 4 pontos. Assim, a televisão perde (neste estudo de caso) o seu papel enquanto principal fonte de informação. Regista-se, ainda, um facto interessante: a quase ausência de comunicação por SMS, representativa de uma relação direta entre as pessoas, a exemplo do caso espanhol, de 2004, referido anteriormente. Esta situação permite determinar que não existem meios de comunicação adicionais, mas antes uma substituição de meios de comunicação. Deverá referir-se, ainda, os contrastes entre o consumo de imprensa tradicional e o consumo de imprensa digital. O inquérito mostra que a leitura nos ecrãs substituiu a utilização da imprensa escrita enquanto principal fonte de informação.

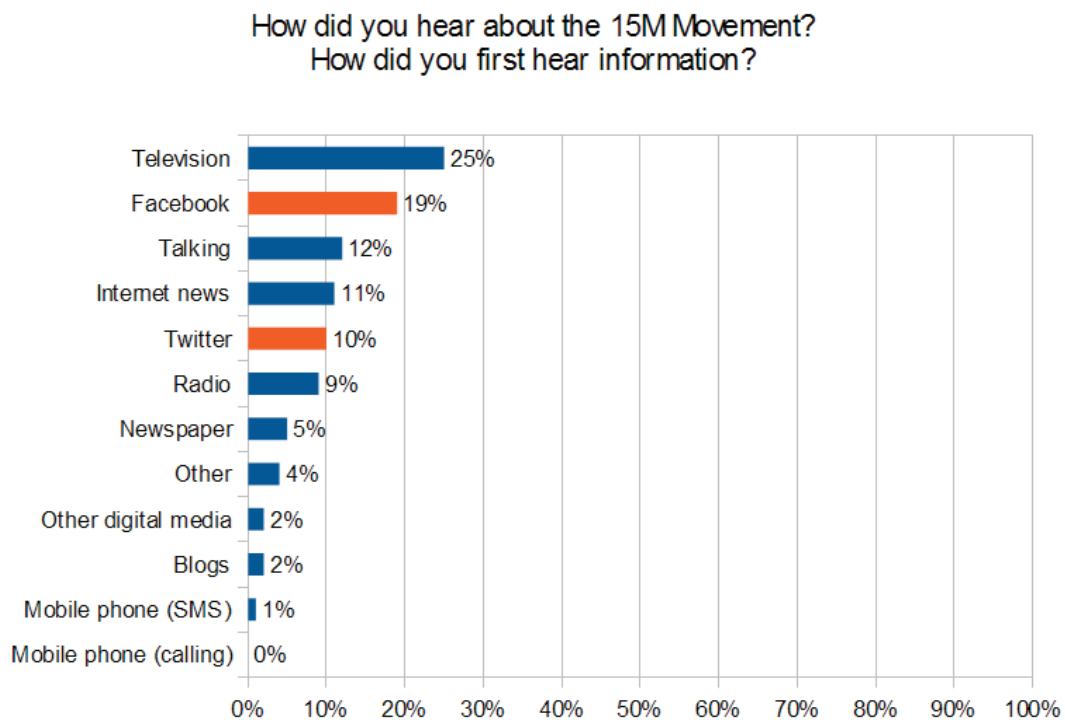


Figura 3:

Fonte: autores. Valores percentuais e escolha única.

No entanto, a tendência de monitorização de factos informativos apresenta uma variação face ao comportamento ilustrado na Figura 3: os utilizadores recorrem aos média tradicionais para obter informações adicionais, mas não abandonam as redes sociais

para permanecerem alerta. Assim, verificamos um aumento muito significativo da utilização dos média tradicionais, sobretudo da imprensa – escrita e digital – como consolidação do *Twitter* e do *Facebook* enquanto ferramentas utilizadas para acompanhar uma notícia. A Figura 4 ilustra a tendência dos utilizadores que pesquisam informações sobre o *Movimento 15M*. O gráfico mostra, assim, uma tendência de crescimento dos média digitais (48%) relativamente aos formatos de televisão (55%). Realça-se, também, o lugar desempenhado, uma vez mais, pela imprensa como forma de aprofundar determinado evento noticioso. Uma vez mais, se considerarmos os comportamentos de utilização das redes sociais incluídas no inquérito (*Facebook* e *Twitter*), os resultados indicam que 282 pessoas, entre as 549 inquiridas, recorreram às plataformas das redes sociais para acompanhar o Movimento. A utilização das redes sociais (51%) aproxima-se do valor obtido pela televisão, indiciando uma disputa entre estes dois média enquanto média selecionados pelos utilizadores.

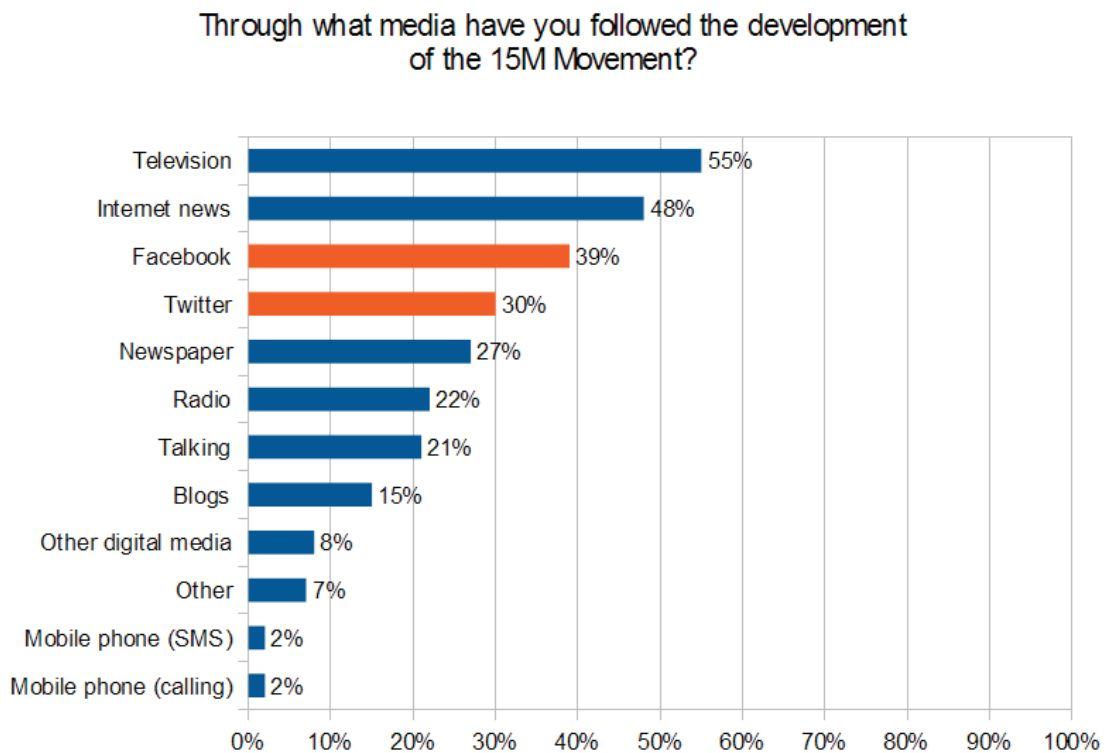


Figura 4

Fonte: autores. Valores percentuais e escolha múltipla

3.2. OS NOVOS MÉDIA E AS CAMPANHAS INFORMATIVAS

A utilização das informações recebidas também constitui uma questão essencial a considerar, tendo em conta o desenvolvimento das TIC como ferramenta social. A possibilidade de criar e disseminar informações utilizando diferentes perfis, ou através da interação com os média tradicionais, permite aos utilizadores estarem mais envolvidos na definição de programas de disseminação de informação, bem como na produção de conteúdos.

Relativamente ao impacto do 15M nos média, o recurso às informações recebidas pelos utilizadores permite-nos identificar determinadas características que definem uma mudança no comportamento passivo do recetor dos média. A Figura 5 mostra os média utilizados pelos utilizadores inquiridos para disseminar informações relativamente ao *Movimento 15M*, nas notícias analisadas. Conforme ilustrado, mais de 80% dos inquiridos recorreram a algum tipo de disseminação de informação no decurso do *Movimento*. Neste caso, a difusão indica uma associação inequívoca às redes sociais e, inversamente, uma quase completa desassociação dos média tradicionais (imprensa digital e escrita, televisão e rádio), bem como dos média que exigem uma ligação bidirecional direta. Relativamente à utilização do *Facebook* (46%), do *Twitter* (22%) e de outros média digitais (13%), revela-se uma clara tendência dos utilizadores como agentes de disseminação das informações recebidas através de perfis criados em plataformas digitais.

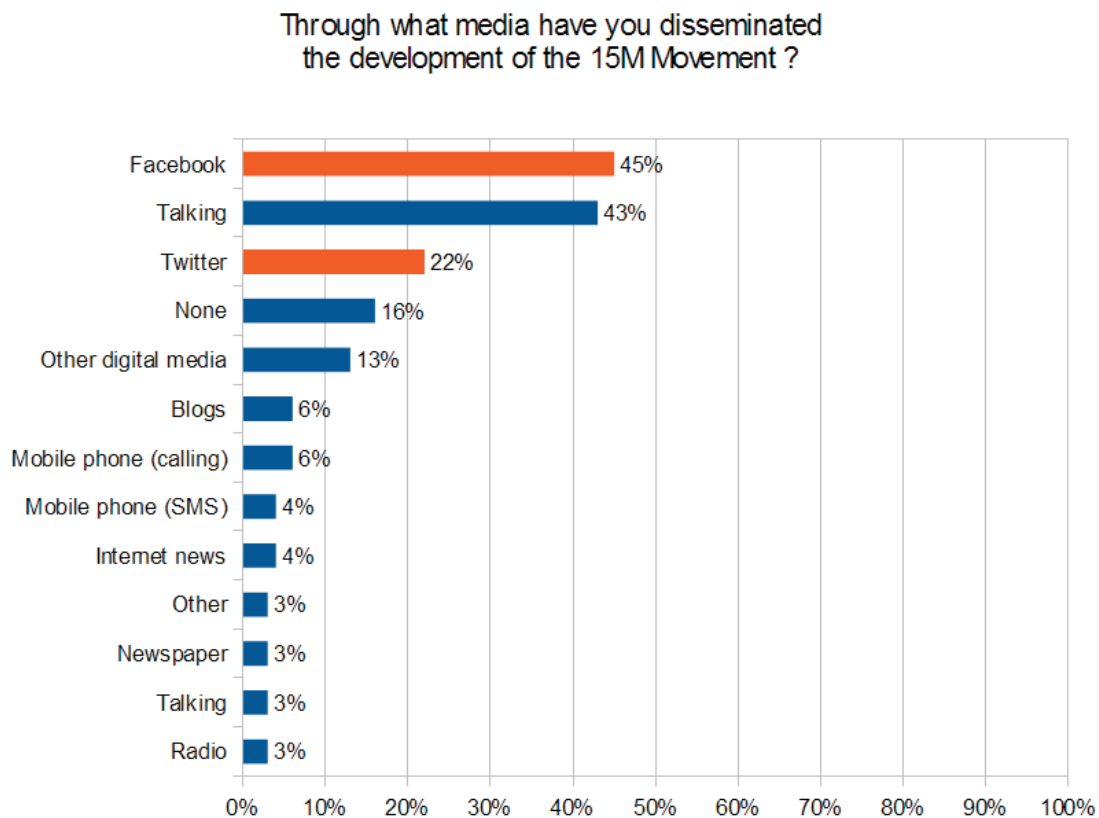


Figura 5

Fonte: autores. Valores percentuais e escolha múltipla

Mas se a oportunidade que os utilizadores possuem de divulgar e responder a informações implica uma passagem para a troca de conteúdos, a passagem da mera disseminação de informação à própria criação de informação permanece, indubitavelmente, o fator em aberto do empoderamento dos cidadãos. Este fenómeno pode observar-se na Figura 6. Deste modo, uma das principais vantagens que os investigadores (no contexto do paradigma otimista descrito resumidamente acima) atribuem às TIC (associadas às Web 2.0) é que estas permitem aos cidadãos criar e disseminar o seu próprio conteúdo.

Portanto, reconhece-se a necessidade de incentivar a formação e o desenvolvimento de competências digitais e dos média, que constituem mais do que um consumo importante, ou a procura e avaliação de informações, incluindo, porém, a criação e disseminação de mensagens, de modo a assegurar conteúdos diversificados e, regra geral, a inclusão e participação dos cidadãos na esfera pública².

Did you create information about the 15M Movement?

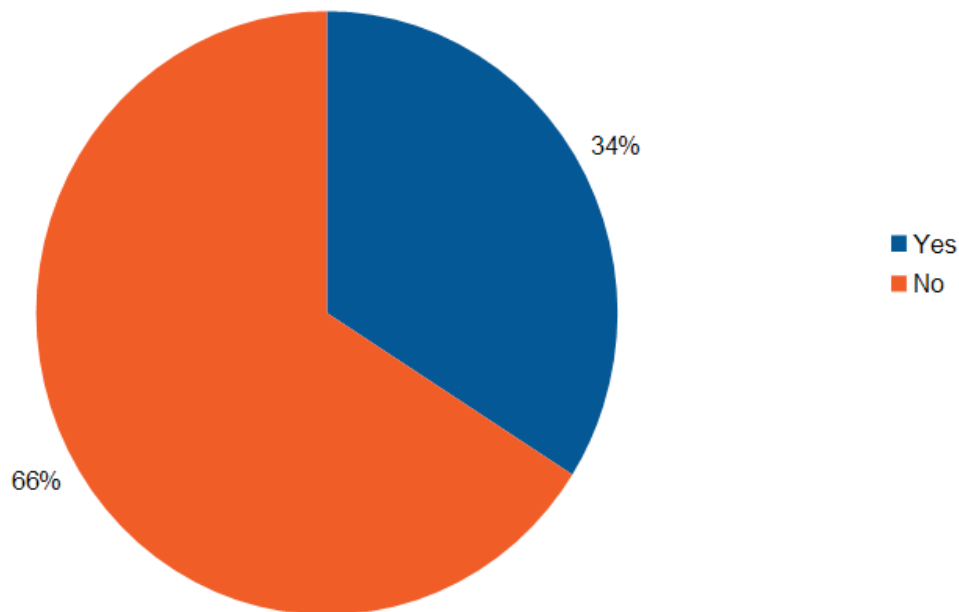


Figura 6

Fonte: autores. Valores percentuais e escolha única

Neste sentido, as respostas relativas à criação dos seus próprios conteúdos nos média permitem detetar um comportamento associado aos sistemas, aos formatos e aos mecanismos dos média tradicionais. Conforme ilustrado na Figura 6, apenas 34% dos utilizadores inquiridos produziram novos conteúdos informativos.

3.3. OS NOVOS MÉDIA E O IMAGINÁRIO SOCIAL

A construção do imaginário social com base nas novas TIC sociais também reflete um comportamento – e uma ação – relativamente ao consumo e processamento de informação. O efeito das redes sociais alimenta, nos utilizadores, uma atitude emocional, que se reflete, quer numa perspetiva *esperançada* das possibilidades oferecidas pela mobilização social promovida pelas TIC, relacionadas com as pessoas, quer na ausência de pensamento crítico no âmbito do processo social. A definição fornecida (em três palavras) pelos inquiridos (Figura 7) reflete sobretudo conceitos associados a valores positivos e a movimentos sociais transformadores históricos, evitando qualquer palavra ou posicionamento crítico negativo relativamente ao *Movimento 15M*.

² A competência digital é considerada uma das oito competências essenciais necessárias ao desenvolvimento de uma Sociedade do Conhecimento. Ver: Comissão Europeia (2006).

Campo B. Existe, claramente, uma mudança no consumo dos média, sobretudo no início da segunda década do século XXI. Contudo, esta transformação baseia-se, maioritariamente, na forma de receção de alertas, que já não são produzidos pelos média tradicionais como a televisão, a rádio ou a imprensa, mas sim através das redes sociais, que permitem a disseminação automática de informações. A mudança não representa o fim do flash noticioso, mas sim a sua perpetuação, segundo a segundo. Do mesmo modo, a forma como os utilizadores monitorizam os eventos noticiosos sofreu uma transformação interessante: o número de canais disponíveis para procura e receção de informações aumentou. Contudo, tal não garante a multiplicação de conteúdos diferentes e complementares, como seria de esperar da própria essência dos valores democráticos; antes, dá origem à replicação viral dos mesmos conteúdos, através de novos canais.

Campo C. As manifestações geradas através da Internet (e que, por conseguinte, adquirem muitas das características deste meio, como a volatilidade, a instantaneidade, a velocidade e a meticulosidade) imprimiram traços perigosos na representação social das mobilizações de massa. Em primeiro lugar, não representam uma estrutura política e ideológica que reforça o imaginário social do *Movimento 15M*. Em segundo lugar, essas manifestações, normalmente, respondem ao modo de funcionamento dos meios de comunicação social e às modas resultantes do contágio emocional, que, no entanto, rapidamente se esbatem devido à sua incapacidade de influenciar o processo de tomada de decisão. Neste sentido, a Internet permite recolher um reflexo fantástico de quaisquer factos que, aparentemente, estão na moda, e, portanto, também são extremamente efémeros. Por conseguinte, podemos afirmar que os eventos sociais produzidos através das redes funcionam como um *placebo* num sistema que vê as redes sociais como canais de expressão de descontentamento social, como formas de legitimar as ações e as atuais práticas políticas.

Emerge, deste modo, a conceção do 15M como algo que não tem sido senão uma expressão crítica (sistémica) contra o capitalismo, uma expressão automaticamente legitimada de duas formas fundamentais. Primeiro, permitindo a expressão do protesto social dentro dos limites do próprio sistema social. Daqui decorre a segunda forma: a autocensura associada ao *Movimento 15M*, segundo a qual, neste sentido, qualquer perturbação do funcionamento do sistema político é considerada, pelo *Movimento 15M* e pelos cidadãos, sinónimo de violência.

5. CONCLUSÃO

Os novos média (e, sobretudo, as redes sociais) tornaram-se instrumentos de receção e de troca de informação, alterando a tendência de consumo passivo dos média e consolidando as taxas de penetração da televisão. Neste sentido, as pessoas entrevistadas tomaram conhecimento do *Movimento 15M* através das redes sociais, mais do que através da televisão. Além disso, as pessoas acompanharam as notícias acerca destas manifestações através destas TIC populares.

Porém, a transição da receção passiva para a ação social massiva por razões políticas ainda é um aspeto que carece de ser resolvido, uma vez que as pessoas não criam informação nova por si mesmas; basicamente, reproduzem aquilo que lhes chega. O único progresso, até ao momento, registou-se no campo da distribuição e redistribuição de informação recebida através dos meios de comunicação social, do mesmo modo que as pessoas invadiram o espaço das redes sociais. Os resultados do nosso estudo permitem-nos afirmar, deste modo, que, contrariamente às visões otimistas que consideram a Internet, as redes sociais e as TIC como ferramentas ideais que permitem às pessoas abordar e influenciar a tomada de decisão pública e melhorar a participação pública no campo público (e político), constituem esperanças que são, ainda, um sonho longínquo. De acordo com os resultados do inquérito, a maioria dos utilizadores inquiridos só reproduziu os conteúdos dos meios de comunicação social. À luz das teorias mais pessimistas, esta atitude é perigosa, pois representa apenas uma mera reprodução das notícias, sem contraditório, a multiplicação de “representações” disseminadas através da comunicação social. Também podemos acrescentar a sensação, que as pessoas têm, de pertença a um movimento social, mas trata-se de um elemento falso. Reforça-se, portanto, a ideia de que as TIC permitem produzir um efeito placebo em termos da participação dos cidadãos na esfera pública e em prol da defesa da democracia e da responsabilização dos atores políticos. No entanto, a possibilidade de criar conteúdos produzidos pelos utilizadores, e que foi ventilada por alguns inquiridos, não obstante ainda remota, permite-nos observar uma fileira na comunicação e nas práticas políticas: considerando que as mais recentes ferramentas e avanços tecnológicos são mais fáceis de utilizar, bem como a habituação dos utilizadores aos mesmos (as gerações mais novas estão muito mais aptas a criar conteúdos para os *média*), o aumento da produção e disseminação de conteúdos alternativos aos produzidos pelos média tradicionais será normal.

A análise dos resultados permite-nos afirmar que o acesso às TIC e à Internet (através das redes sociais) enquanto forma de pesquisa de informações não garante a produção e disseminação dos próprios materiais. Nenhum destes dois fatores (acesso e produção) afeta, pelo menos neste caso, o aumento da participação política dos cidadãos. Conclui-se, portanto, que a participação dos cidadãos na esfera pública através da tecnologia não ocorre automática e proporcionalmente, ou seja, não basta dispor de equipamento tecnológico e aceder ao mesmo. As manifestações produzidas nas redes sociais passam da presença virtual à física nos quadrantes públicos, que funcionam como novos canais de expressão do descontentamento social associado aos valores positivos relacionados com transformações sociais históricas. Para alcançar este objetivo, é necessário promover a formação em competências digitais e para os média. Recorrendo a estes instrumentos, as redes sociais poderão promover os canais (como forma de poder comunicativo) no sentido de estruturar uma nova esfera pública capaz de influenciar o sistema de tomada de decisão (Habermas, 1996), e ir além da promoção das tendências temáticas e criar lugares onde exista um diálogo mais democrático. ✍

Tradução de Rui Sousa-Silva

REFERÊNCIAS

- AIMC (2011). *Resumen general de resultados EGM. Octubre 2011 a Mayo 2012*. [<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>, acessado em 16-07-2010]
- Bentivegna, S. (2006). 'Rethinking Politics in the Worlds of ICT'. *European Journal of Communication*, 21(3): 331-343.
- Breindl, Y. (2010). 'Critique of the Democratic Potentialities of the Internet: A Review of Current Theory and Practice'. *Triple C: Cognition, Communication, Co-operation*. 8(1): 43-59.
- Cruz, M. (2011). 'Filosofía y Comunicación'. Seminário na Universidade Autónoma de Barcelona (UAB). PhD em Comunicação e Jornalismo. 10 de novembro de 2011.
- EAVI (Coord.) (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Bruxelas: Comissão Europeia
- Comissão Europeia (2006). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones*. Bruxelas, 26.8.2010 COM(2010) 245 final/2. [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:ES:PDF>, acessado em 24-01-2010]
- Habermas, J. (1996). *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: MIT Press.
- Häyhtiö, T. e Rinne, J. (2008). 'Introduction: Seeking the citizenry on the internet - Emerging virtual creativity'. In: Häyhtiö, T. e Rinne, J. (eds.), *Net Working/Networking: Citizen Initiated internet Politics*, Tampere: Tampere University Press.
- Juris, J. S. (2004). 'Movimientos sociales en red: movimientos globales por una justicia global'. In Castell, M. (Ed.), *La sociedad red: una visión global*, Madrid: Alianza Editorial: 415-439.
- Kahn, R. e Kellner, D. (2004). 'New media and internet activism: From the battle of Seattle to blogging'. *New Media and Society*, (6): 87-95.
- Lévy, P. (2002). *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*. Barcelona: Editorial UOC
- Negri, A. 'Reflexiones españolas. A propósito de los indignados'. *Revista Izquierda*. N.º 26. Julho de 2011. Bogotá: Espacio Crítico Ediciones.
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz.
- Sey, A. e Castells, M. (2004). 'De la política en los medios a la política en la red: Internet y el proceso político'. In Castells, M. (Ed.), *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial: 440-463.
- UNESCO Institute for Statistics (2009). *Guide to Measuring Information and Communication Technologies (ICT) in Education*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics. Transferido em 17 de janeiro de 2010 de <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001865/186547e.pdf>
- Vedel, T. (2003). 'L'idée de démocratie électronique. Origines, visions, questions'. In Perrineau, P. (Dir.), *Le désenchantement démocratique*. La Tour d'Aigues: Editions de l'Aube.
- Zizek, S. (2006). *Lacrimae rerum*. Barcelona: Debate
- Zizek, S. (2010, primeira edição de 1999). *El acoso de las fantasías*. Madrid: Siglo XXI.